

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Bank Sumsel Babel Syariah Palembang

PT Bank Pembangunan Daerah Sumatra Selatan dan Bangka Belitung Unit Usaha Syariah didirikan dan mulai operasional pada tanggal 2 Januari 2006 berdasarkan surat Bank Indonesia No. 7/110/DPIP/PRz/Pg tanggal 8 Agustus 2005 tentang persetujuan prinsip pembukaan kantor cabang syariah Bank Saudara, yang menyatakan ham-hal sebagai berikut:

- a. Persetujuan prinsip pembukaan kantor cabang syariah Palembang
- b. Pengangkatan:
 - Anggota dewan pengawas syariah atas nama Sdr. Drs. H. Abd Muhaimin, LC, Sdr. Dr. H. Cholildi Zinuddin MA dan Sdr. Drs. H. Romli SA, M.Ag.
 - Pemimpin Unit Usaha Syariah atas nama Sdr. Oktiandi
 - Pemimpin Cabang Syariah Palembang atas nama Sdr. H. Saekan Noer, SH,MM.

Pada tanggal 10 Desember 2014 sesuai dengan *updating* buku pedoman organisasi kantor pusat dengan nomor instruksi: 452/DIR/INS/2014 tanggal 10 Desember 2014 indeks 3.017 Bab Pendahuluan Hal. Vii menyatakan bahwa terdapat pengembangan struktur organisasi Bank Sumsel Babel, semula satuan yang disebut Unit Usaha Syariah berubah menjadi Divisi Usaha Syariah yang merupakan kesungguhan komitmen direksi untuk mengembangkan operasional

bisnis berbasis syariah agar dapat tumbuh dan berkembang secara terencana, *focus* dan sesuai *roadmap* pengembangan bisnis syariah yang disarankan oleh pemegang saham dan regulator yang diharapkan dalam membeikan kontribusi optimal bagi pertumbuhan dan perkembangan pembangunan perekonomian daerah dan nasional dengan pencapaian (*achievement*) optimalisasi yang akan memberikan kontribusi positif bagi kemajuan dan perkembangan Bank Sumsel Babel Syariah.

Sejalan dengan perkembangan organisasi tersebut dan berdasarkan surat penegasan OJK No.S-233/KO.5311/2014 tanggal 31 Desember 2014 tentang Rencana Pemindahan Alamat Kantor Induk UUS, yang semula beralamatkan Jl. Letkol Iskandar No. 537 Palembang 30129 menjadi Jl. Gubernur H. Ahmad Bastari No.7 Jakabaring Palembang¹.

2. Visi dan Misi Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang

a. Visi

..... Menjadi bank terkemuka dan terpercaya dengan kinerja unggul.

b. Misi

- Membantu mengembangkan potensi daerah dan meningkatkan pertumbuhan perekonomian daerah.
- Menumbuhkembangkan *Retail Banking*, *Corporate Banking*, dan *International Banking*.

¹ <https://www.banksumselbabel.com/Syariah> (diakses 18-7-2019.Pukul: 19:35)

- Mengembangkan *Human Capital* yang profesional dan tata kelola perusahaan yang baik²

B. Karakteristik Responden

a) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai karakteristik yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jawaban responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut.

Tabel 4.1
Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	35	35.0	35.0	35.0
	Perempuan	65	65.0	65.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah, Juni 2019

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui dari total 100 orang responden, yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 35 orang atau 35% dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 65 orang atau 65%, artinya responden dalam penelitian ini perempuan lebih banyak dari responden laki-laki.

b) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Data mengenai karakteristik yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jawaban responden berdasarkan usia dikelompokkan menjadi 4 kategori, yaitu berusia kurang dari 20 tahun, 20-30 tahun, 31-40 tahun dan lebih dari 40 tahun. Adapun data nasabah sebagai berikut.

²<https://www.banksumselbabel.com/Syariah/TentangKami?ID=2> (diakses,18-07-2019. Pukul: 20:44).

Tabel 4.2
Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 Tahun	50	50.0	50.0	50.0
	20-30 Tahun	43	43.0	43.0	93.0
	31-40 Tahun	6	6.0	6.0	99.0
	>40 Tahun	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah, Juni 2019

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui dari total 100 orang responden, yang berusia <20 tahun sebanyak 50 orang atau 50%, usia 20-30 tahun sebanyak 43 orang atau 43%, berusia 31-40 tahun sebanyak 6 orang atau 6%, dan usia >40 tahun

sebanyak 1 orang atau 1% , artinya responden dalam penelitian ini yang berusia <20 tahun merupakan responden terbanyak dari usia responden lain.

c) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data mengenai karakteristik yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jawaban responden berdasarkan pekerjaan dikelompokkan menjadi 4 kategori, yaitu sebagai pegawai negeri/swasta, wirausahaan, pelajar/mahasiswa, dan lain-lain. Adapun data nasabah sebagai berikut.

Tabel 4.3
Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Pegawai Negeri/Swasta	6	6.0	6.0	6.0
	Wirausahaan	8	8.0	8.0	14.0
	Pelajar/ Mahasiswa	84	84.0	84.0	98.0
	Lain-lain	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah, Juni 2019

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui dari total 100 orang responden, yang sebagai pegawai negeri/swasta sebanyak 6 orang atau 6%, sebagai wirausahaan sebanyak 8 orang atau 8%, sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 84 orang atau 84%, dan lain-lain sebanyak 2 orang atau 2% .

d) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Data mengenai karakteristik yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jawaban responden berdasarkan pendapatan dikelompokkan menjadi 4 kategori, yaitu sebesar kurang dari Rp. 500.000, sebesar Rp. 500.000- Rp. 1.500.000, sebesar Rp. 1.500.000- Rp. 2.000.000, dan sebesar lebih dari Rp. 2.000.000.

Tabel 4.4
Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan

		Pendapatan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 500.000	52	52.0	52.0	52.0
	Rp. 500.000 - Rp. 1.500.000	11	11.0	11.0	63.0

Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	13	13.0	13.0	76.0
> Rp. 2000.000	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah, Juni 2019

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui dari total 100 orang responden, yang pendapatannya sebesar kurang dari Rp. 500.000 sebanyak 52 orang atau 52%, Rp. 500.000- Rp. 1.500.000 sebanyak 11 orang atau 11%, Rp. 1.500.000- Rp. 2.000.000 sebanyak 13 orang atau 13%, dan lebih dari Rp. 2.000.000 sebanyak 24 orang atau 24%.

e) Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan

Data mengenai karakteristik yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jawaban responden berdasarkan pekerjaan dikelompokkan menjadi 4 kategori kunjungan dalam sebulan, yaitu kunjungan kurang dari 1 kali, 1-3 kali, 4-5 kali, dan lebih dari 5 kali.

Tabel 4.5
Frekuensi Responden Berdasarkan Berapa Kali Kunjungan

		Kunjungan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 Kali	47	47.0	47.0	47.0
	1-3 Kali	32	32.0	32.0	79.0
	4-5 Kali	14	14.0	14.0	93.0
	> 5 Kali	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah, Juni 2019

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui dari total 100 orang responden, yang berkunjung <1 kali sebanyak 47 orang atau 47%, berkunjung 1-3 kali sebanyak 32 orang atau 32%, berkunjung 4-5 kali sebanyak 14 orang atau 14%, dan >5 kali sebanyak 7 orang atau 7%, artinya responden dalam penelitian ini yang berkunjung < 1 kali dalam sebulan merupakan responden terbanyak dari kategori responden lain.

C. Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ (n adalah jumlah sampel). Pada penelitian ini besar df dapat dihitung yaitu $100 - 2$ atau $df = 98$ dengan α 0,05 maka didapat r_{tabel} sebesar 0,1966 jika hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data tersebut adalah data yang valid.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Etika *Customer Service* (X1)

No	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel} $\alpha = 5\%$	Keterangan
1	X1.1	0,897	0,1966	Valid
2	X1.2	0,825	0,1966	Valid
3	X1.3	0,846	0,1966	Valid
4	X1.4	0,653	0,1966	Valid

Sumber : Data diolah, Juni 2019

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa hasil uji validitas untuk variabel etika *customer service* dengan item pernyataan 4 butir, dan batas minimal nilai r tabel 0,1966 dengan signifikan $\alpha < 0,05$. Sehingga pernyataan tersebut valid dan dapat dijadikan sebagai alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Pelayanan Prima *Customer service* (X2)

No	Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel} $\alpha = 5\%$	Keterangan
1	X2.1	0,620	0,1966	Valid
2	X2.2	0,631	0,1966	Valid
3	X2.3	0,457	0,1966	Valid
4	X2.4	0,734	0,1966	Valid
5	X2.5	0,731	0,1966	Valid

Sumber : Data diolah, Juni 2019

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa hasil uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan dengan item pernyataan 5 butir, dan batas minimal nilai r tabel 0,1966 dengan signifikan $\alpha < 0,05$. Sehingga pernyataan tersebut valid dan dapat dijadikan sebagai alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

No	Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel} $\alpha = 5\%$	Keterangan
1	Y1	0,807	0,1966	Valid
2	Y2	0,791	0,1966	Valid

3	Y3	0,690	0,1966	Valid
---	----	-------	--------	-------

Sumber : Data diolah, Juni 2019

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa hasil uji validitas untuk variabel kepuasan nasabah dengan item pernyataan 3 butir, dan batas minimal nilai r tabel 0,1966 dengan signifikan $\alpha < 0,05$. Sehingga pernyataan tersebut valid dan dapat dijadikan sebagai alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* $> 0,60$ artinya butir pertanyaan atau variabel tersebut dapat dipercaya dan data yang digunakan telah layak digunakan pada analisis berikutnya.

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

No	Variabel	Cronbach ' Alpha	Standar Alpha	Keterangan
1	Etika (X1)	0.816	0.60	Reliabel
2	Pelayanan Prima (X2)	0,608	0.60	Reliabel
3	Kepuasan Nasabah (Y)	0.619	0.60	Reliabel

Sumber : Data diolah, Juni 2019

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.9 ,dapat diketahui bahwa masing-masing *Cronbach's Alpha* lebih besar dari standar alpha yaitu 0,60. maka dapat

disimpulkan bahwa variabel etika, dan pelayanan, prima dan kepuasan nasabah sudah reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

D. Hasil Analisis Data

1) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas ialah untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah uji Kolmogorov Smirnov. Apabila nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai probabilitas < 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi tidak normal. Hasil uji normalitas *kolmogrov-smirnov* dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 4.10

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	100
Kolmogorov-Smirnov Z	,841
Asymp. Sig. (2-tailed)	,479

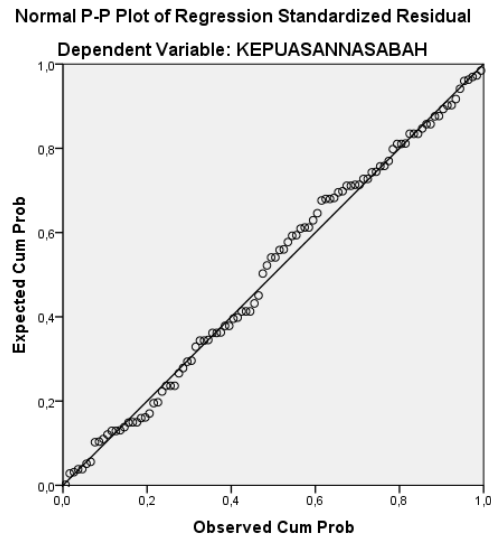
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data diolah, Juni 2019

Gambar 4.11

Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data diolah, Juni 2019

Berdasarkan tabel 4.10 hasil *kolmogrov-smirnov* menunjukkan bahwa dilihat dari nilai residual data berdistribusi normal, karena memiliki nilai sig diatas *alpha* 0,05 yaitu 0,479, dan berdasarkan gambar 4.11 dapat dilihat bahwa *Normal P-P plot* menunjukkan data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi uji normalitas.

b) Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel *independent* dan *dependent*. Dalam beberapa referensi uji linearitas merupakan syarat atau asumsi sebelum dilakukannya analisis regresi linear. Jika nilai sig $a = > 0,05$, maka model regresi adalah linear. Hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 4.12

Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

X1			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined)	11,050	5	2,210	2,406	,042
Kepuasan Nasabah * Etika Customer Service	Between Groups	Linearity	9,088	1	9,088	9,894	,002
		Deviation from Linearity	1,962	4	,490	,534	,711
	Within Groups		86,340	94	,919		
	Total		97,390	99			

Sumber : Data diolah, Juni 2019

ANOVA Table

X2			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined)	16,995	5	3,399	3,974	,003
Kepuasan Nasabah * Pelayanan Prima Customer Service	Between Groups	Linearity	15,447	1	15,447	18,061	,000
		Deviation from Linearity	1,548	4	,387	,453	,770
	Within Groups		80,395	94	,855		
	Total		97,390	99			

Sumber : Data diolah, Juni 2019

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh nilai signifikan pada *linearity* etika *customer service* sebesar 0,711 yang berarti dalam hal ini nilai sig 0,711 > 0,05, dan pada *linearity* pelayanan prima *customer service* 0,770 > 0,05 maka, dapat disimpulkan bahwa antara variabel Etika *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah dan pelayanan prima *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah masing-masing terdapat hubungan linier.

c) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan dalam penelitian untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antar variabel bebas atau variabel independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala multikolinieritas. Uji adanya kasus multikolinieritas adalah dengan patokan nilai VIF (*variance inflation factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas, apabila nilai VIF suatu model kurang dari 10,00, maka model tersebut dinyatakan bebas dari kasus multikolinieritas.

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	,346	2,270		,152	,879		
	EtikaCustomerService	,243	,079	,276	3,093	,003	,994	1,006
	PelayananPrimaCustomerService	,370	,088	,376	4,223	,000	,994	1,006

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah
Sumber : Data diolah, Junii 2019

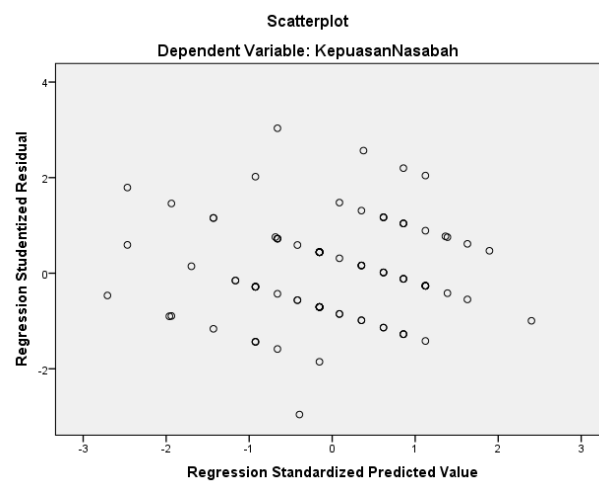
Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* untuk variabel etika (X1) dan Pelayanan prima (X2) adalah $0,994 > 0,10$. Sementara VIF (*variance inflation factor*) dari variabel Etika *Customer Service* (X1) sebesar 1,006, variabel pelayanan prima *Customer Service* (X2) sebesar 1,006, yang berarti bahwa nilai VIF (*variance inflation factor*) pada variabel tersebut lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

d) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* (variasi) dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari nilai residual bersifat tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dan Jika sebaran titik-titik dalam *plot* tidak menunjukkan adanya suatu pola tertentu, maka dapat dikatakan bahwa model terbebas dari asumsi heteroskedastisitas. Jika signifikansi $t > 0,05$ maka dapat disimpulkan terjadi Heteroskedastisitas.

Gambar 4.14

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah, Juni 2019

Berdasarkan gambar 4.14 pola *Scatterplot*, dapat diketahui bahwa sebaran titik-titik dalam *plot* tidak menunjukkan adanya suatu pola tertentu, dan tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja maka, dapat dikatakan bahwa model terbebas dari asumsi heteroskedastisitas.

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,952	1,355		1,441	,153
1 EtikaCustomerService	-,073	,047	-,157	-1,563	,121
PelayananPrimaCustomerService	,000	,052	,001	,008	,994

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada Etika *Customer Service* 0,121 > 0,05 berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan pada variabel pelayanan prima *Customer Service* 0,994 > 0,05 berarti tidak juga terjadi gejala heteroskedastisitas atau terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tak bebas, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis hubungan antara Etika *Customer Service* dan pelayanan prima *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah. Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat berikut.

Tabel 4.16
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,346	2,270		,152	,879
EtikaCustomerService	,243	,079	,276	3,093	,003
PelayananPrimaCustomerService	,370	,088	,376	4,223	,000

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah
 Sumber : Data diolah, Juni 2019

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui bahwa nilai hasil analisis regresi yang diperoleh yaitu koefisien untuk variabel *Etika Customer Service* sebesar 0,243, variabel pelayanan prima *Customer Service* sebesar 0,370, dengan konstanta sebesar 0,346, sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,346 + 0,243X_1 + 0,370 X_2$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut, maka disimpulkan nilai konstanta (a) adalah 0,346 yang diartikan bahwa jika *Etika Customer Service* dan pelayanan prima *Customer Service* nilainya 0, maka nilai kepuasan nasabah pada bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang adalah sebesar 0,346. Nilai koefisien regresi pada variabel *Etika Customer Service* adalah 0,243, artinya ketika variabel *Etika Customer Service* mengalami kenaikan 1 satuan, maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah terhadap *Etika Customer Service* sebesar 0,243. Nilai koefisien pada variabel pelayanan prima *Customer Service* adalah 0,370 artinya ketika variabel pelayanan prima *Customer Service* mengalami kenaikan 1 satuan, maka akan berdampak pada peningkatan kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan sebesar 0,370.

3. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independen atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Apabila nilai probabilitas signifikansinya lebih dari 0,05 (5% maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini jumlah variabel independen adalah dua yaitu, Etika dan pelayanan prima *Customer Service*, jumlah responden sebanyak 100 orang. Maka $df = n-k-1$ adalah $df = 100-2-1 = 97$ jadi hasil dari nilai t_{tabel} yang akan dicari pada tabel T adalah $df = 97$, bahwa nilai t_{tabel} sebesar 1,66071.

Tabel 4.17
Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	,346	2,270		,152	,879
	EtikaCustomerService	,243	,079	,276	3,093	,003
	PelayananPrimaCustomerService	,370	,088	,376	4,223	,000

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah

Berdasarkan hasil tabel 4.17 dapat diketahui bahwa, Variabel Etika *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah, dari tabel *coefficients* diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,093 > 1,66071$) dengan signifikansi $0,003 < 0,05$ maka H1 ditolak dan H2 diterima yang artinya secara parsial Etika *Customer Service* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang.

Variabel Pelayanan prima *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah, dari tabel *coefficients* diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,223 > 1,66071$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H1 ditolak dan H2 diterima yang artinya secara parsial pelayanan prima berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2) Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk menguji salah satu hipotesis di dalam penelitian yang menggunakan analisis linear berganda dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y

Tabel 4.18
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	22,803	2	11,401	14,827	,000 ^b
Residual	74,587	97	,769		
Total	97,390	99			

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah

b. Predictors: (Constant), PelayananPrimaCustomerService, EtikaCustomerService

Berdasarkan hasil di atas pada tabel 4.18 dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar $14,827 > f_{tabel}$ 3.09 dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ yang artinya etika dan pelayanan prima *customer service* berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah.

3) Koefisien Determinasi

Uji determinasi berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara bersama sama terhadap variabel Y. Nilai koefisien determinasi mempunyai interval nol sampai satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika $R^2 = 1$, berarti besarnya persentase sumbangan $X_1, X_2,$

terhadap variasi naik-turun Y secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka semakin cocok pada garis regresi untuk menentukan Y.

Tabel 4.19

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,484 ^a	,234	,218	,877

a. Predictors: (Constant), PelayananPrimaCustomerService, EtikaCustomerService

b. Dependent Variable: KepuasanNasabah

Sumber : Data diolah, Juni 2019

Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan bahwa nilai korelasi (R) sebesar 0,484 yang menunjukkan bahwa korelasi positif antara variabel dependen dengan variabel independen dengan variabel independen kuat, sebab nilai korelasi 0,484 mendekati angka 1, sedangkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,218 atau 21,8%. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel etika *customer service* dan pelayanan prima *customer service* mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 21,8%, sedangkan sisanya 78,2% dijelaskan oleh variabel lain yang bukan dalam penelitian ini.

4. Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan dalam penelitian ini menjelaskan tentang pengaruh etika *customer service* dan pelayanan prima *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang.

A. Pengaruh Etika *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang

Berdasarkan penelitian statistik ini dengan menggunakan SPSS 21 dapat dilihat nilai koefisien regresi pada variabel etika sebesar 0,243 yang menunjukkan bahwa etika berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, artinya setiap peningkatan etika *customer service* akan diikuti oleh kenaikan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori Sonny Koeswara yang menyatakan etika yang positif dapat membawa kenyamanan bagi yang diperlakukan dengan demikian. bahwa Oleh karena itu, apabila Perusahaan dapat terus mempertahankan etika yang baik maka akan meningkatkan etika *customer service* dan akan terjadi peningkatan terhadap bank tersebut salah satunya perusahaan tersebut akan mendapatkan lebih banyak lagi nasabah untuk terus menabung, bertransaksi, dan terus melakukan jasa pelayanan di bank tersebut. dan nasabah akan merasa semakin puas. Pengaruh positif ini juga didukung dari hasil uji parsial etika *customer service* yang memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,093 > 1,66071$) dengan signifikansi $0,003 < 0,05$ maka yang artinya secara parsial Etika *Customer Service* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang.

B. Pengaruh Pelayanan Prima *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang

Penelitian ini menggunakan SPSS 21 dapat dilihat nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan sebesar $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($4,223 > 1,66071$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa pelayanan prima *customer service* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, artinya setiap peningkatan pelayanan prima *customer service* akan diikuti oleh kenaikan kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori Selvy Normasari yang menyatakan bahwa pelayanan prima yang diberikan akan membuat nasabah semakin loyal, Oleh karena itu, apabila Perusahaan dapat terus mempertahankan pelayanan prima yang baik maka akan meningkatkan pelayanan prima agar dapat jauh lebih baik lagi. Kualitas pelayanan yang apik akan membuat nasabah merasa betah dan cenderung akan menetap tanpa melirik bank lain. Namun, untuk menciptakan kualitas pelayanan yang baik juga tidak mudah oleh karena itu semua perusahaan trus bersaing bersama-sama untuk menciptakan kualitas pelayanan yang lebih baik untuk menarik nasabah.

C. Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Sumsel Babel Cabang Syariah Palembang

Hasil analisis yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} sebesar $14,827 > f_{tabel}$ 3.94 dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ yang artinya terbukti

etika dan pelayanan prima *customer service* berpengaruh secara bersama-sama positif signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori Riswandhi Ismail yang menyatakan bahwa, semakin baik perusahaan tersebut memberikan etika maupun kualitas pelayanan yang nasabah harapkan maka, nasabah pun akan merasa loyal dan puas karena etika maupun pelayanan tersebut sesuai dengan mereka harapkan ataupun jika perusahaan dapat memberikan kualitas perusahaan melebihi dari apa yang nasabah harapkan. Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat ingin diberikan dan didapatkan perusahaan dari nasabah. Kepuasan dari nasabahlah yang selalu menjadi patokan bagi perusahaan untuk memberikan apapun yang terbaik agar nasabahnya menjadi puas ataupun dapat menarik hati para calon nasabah yang telah mendengar dari mulut ke mulut bagaimana baiknya perusahaan tersebut dalam memberikan kepuasan pelayanan ataupun yang lainnya.

Dan berdasarkan karakteristik responden yang telah mengisi lembar kuisioner yang telah dibagikan penulis, dapat disimpulkan dan hasil sampel responden tersebut diketahui dari total 100 orang responden, yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 35 orang atau 35% dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 65 orang atau 65%, artinya responden dalam penelitian ini perempuan lebih banyak dari responden laki-laki. Dapat dikatakan dari hasil tersebut bahwa perempuan yang lebih banyak cenderung untuk menabung dibandingkan nasabah laki-laki. Dapat diketahui dari total 100 orang responden, yang berusia <20 tahun sebanyak 50 orang atau 50%, usia 20-30 tahun sebanyak 43 orang atau 43%, berusia 31-40 tahun sebanyak 6 orang atau 6%, dan usia >40 tahun sebanyak 1 orang atau 1% , artinya

responden dalam penelitian ini yang berusia <20 tahun merupakan responden terbanyak dari usia responden lain. Karena peneliti menyebar kuisioner di sekitar area kampus UIN Raden Fatah Palembang dan dengan fokus membagikan kepada nasabah tabungan Rofiqoh saja maka, hasil yang didapat adalah kebanyakan mahasiswa yang berumur kurang dari 20 tahun atau di usia 20 tahun. Karena membuka tabungan memang sudah menjadi kewajiban mahasiswa itulah yang menyebabkan lebih banyak mahasiswa yang diperoleh. Diketahui juga dari total 100 orang responden, yang sebagai pegawai negeri/swasta sebanyak 6 orang atau 6%, sebagai wirausahaan sebanyak 8 orang atau 8%, sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 84 orang atau 84%, dan lain-lain sebanyak 2 orang atau 2% . yang artinya tetap mahasiswa seperti yang telah dijelaskan di atas.

Diketahui dari total 100 orang responden, yang pendapatannya sebesar kurang dari Rp. 500.000 sebanyak 52 orang atau 52%, Rp. 500.000- Rp. 1.500.000 sebanyak 11 orang atau 11%, Rp. 1.500.000- Rp. 2.000.000 sebanyak 13 orang atau 13%, dan lebih dari Rp. 2.000.000 sebanyak 24 orang atau 24%. Banyak mahasiswa yang belum bekerja atau jarang mahasiswa yang kuliah sambil bekerja sehingga hasil pendapatan mereka kurang dari Rp. 500.000. diketahui dari total 100 orang responden, yang berkunjung <1 kali sebanyak 47 orang atau 47%, berkunjung 1-3 kali sebanyak 32 orang atau 32%, berkunjung 4-5 kali sebanyak 14 orang atau 14%, dan >5 kali sebanyak 7 orang atau 7%, artinya responden dalam penelitian ini yang berkunjung < 1 kali dalam sebulan merupakan responden terbanyak dari kategori responden lain. diketahui dari total 100 orang responden, yang berkunjung <1 kali sebanyak 47 orang atau 47%, berkunjung 1-3 kali sebanyak 32 orang atau 32%, berkunjung 4-5 kali sebanyak 14 orang atau 14%, dan >5 kali sebanyak 7 orang atau 7%, artinya responden dalam penelitian ini yang berkunjung < 1 kali dalam sebulan merupakan responden terbanyak

dari kategori responden lain. Mahasiswa kebanyakan tidak akan terlalu sering berkunjung ke bank dikarenakan biasanya hanya ke bank untuk menarik uang ataupun transfer.