

**PENGARUH ETIKA DAN PELAYANAN PRIMA *CUSTOMER SERVICE*  
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA PT. BNI  
SYARIAH KANTOR CABANG PALEMBANG**



Oleh :

**WIJAYA LEFI YANDIE**

**NIM.14180223**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah  
Palembang**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madyah  
(A.Md)**

**PROGRAM STUDI DIII PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG**

**2017**



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

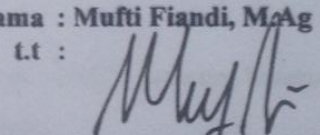
Formulir E.4

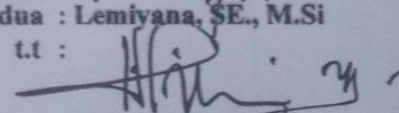
**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR  
PROGRAM STUDI DIII PERBANKAN SYARIAH**

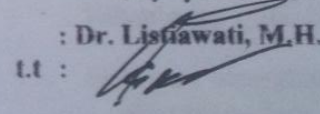
Nama : Wijaya Lefi Yandie  
Nim/Jurusan : 14180223/Perbankan Syariah  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Etika Dan Pelayanan Prima *Customer Service*  
Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. BNI Syariah  
Kantor Cabang Palembang.

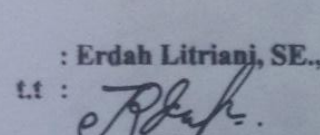
Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal 2 Agustus 2017

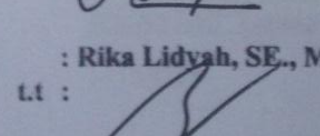
**PANITIA UJIAN MUNAQOSAH**

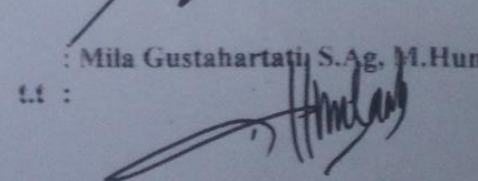
Tanggal 20-11-2017 Pembimbing Utama : Mufti Fiandi, M.Ag  
t.t : 

Tanggal 23-11-2017 Pembimbing Kedua : Lemiyana, SE., M.Si  
t.t : 

Tanggal 20-11-2017 Penguji Utama : Dr. Listiawati, M.H.I  
t.t : 

Tanggal 20-11-2017 Penguji Kedua : Erdah Litriani, SE., M.Ec.,Dev  
t.t : 

Tanggal 20-11-2017 Ketua : Rika Lidyah, SE., M.Si  
t.t : 

Tanggal 27-11-2017 Sekretaris : Mila Gustahartati S.Ag. M.Hum  
t.t : 

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wijaya Lefi Yandie  
Nim : 14180223  
Jurusan : DIII Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir yang saya buat adalah benar-benar hasil karya saya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan disebutkan namanya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun.

Palembang, Juli 2017

Saya yang menyatakan,



Wijaya Lefi Yandie

14180223



UIN  
RADEN FATAH  
PALEMBANG

Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

**Formulir D.2**

Hal : **Mohon Izin Penjilidan Skripsi**

Kepada Yth.  
Ibu Wakil Dekan I  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama : WIJAYA LEFI YANDIE  
NIM/ Jurusan : 14180223 / D3 Perbankan Syariah  
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Etika Dan Pelayanan Prima Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Palembang

Telah selesai melaksanakan perbaikan, terhadap skripsinya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari para penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid skripsinya agar dapat mengurus ijazahnya.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Palembang, Oktober 2017

**Penguji Utama**

**Penguji Kedua**

**Dr. Listiawati, M.H.I**  
NIP. 196010122006042001

**Erdah Litriani, SE., M.Ec., Dev**  
NIK. 150620121482

**Mengetahui  
Wakil Dekan I**



**Dr. Maftukhatusolikhah, M.Ag.**  
NIP. 197509282006042001



PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5  
Telp. (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

Formulir C.2

No. :

Hal : *Persetujuan Tugas Akhir Untuk Diuji*

Kepada Yth.  
Ketua Program Studi  
D3 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Raden Fatah  
di  
Palembang

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Kami menyampaikan bahwa Tugas Akhir mahasiswa :

Nama : **Wijaya Lefi Yandie**  
NIM : **14180223**  
Program Studi : **D3 Perbankan Syariah**  
Judul Tugas Akhir : **Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima *Customer Service* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT.BNI Syariah KC Palembang.**

Telah selesai dibimbing seluruhnya dan dapat diajukan untuk mengikuti Ujian Munaqasyah Tugas Akhir.

Demikianlah pemberitahuan kami, bersama ini dilampirkan Tugas Akhir mahasiswa yang bersangkutan.

*Wassalamuaalaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pembimbing Utama

Mufti Fiandi, M.Ag

NIP. 197605252007101005

Palembang, Juli 2017

Pembimbing Kedua

Lemiyana, SE., M.Si

NIP. 140601101342

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

**“Tidak ada sesuatu musibah pun yang menimpa seseorang kecuali dengan izin Allah; Dan barang siapa yang beriman kepada Allah, niscaya Dia akan memberi petunjuk kepada hatinya. Dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (QS. At Taghabun: 11)**

### **Kupersembahkan Kepada:**

❖ **Ayah dan ibuku tersayang yang selalu memberikan semangat, dukungan serta doa dan nasehat tanpa mengenal lelah.**

❖ **Saudara-saudaraku tersayang yang selalu mendukungku selama ini.**

❖ **Sahabat seperjuanganku yang selalu setia memberikan saran dan saling mendukung dalam susah dan senang.**

❖ **Teman-teman DPS 8 Angkatan 2014**

❖ **Almamaterku tercinta.**

## ABSTRAK

Etika dan pelayanan prima *customer service* merupakan hal yang cukup berpengaruh bagi nasabah karena etika dan pelayanan prima dapat memberikan kepuasan kepada nasabahnya dan memberikan citra baik terhadap perusahaan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika dan pelayanan prima *customer service* terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT.BNI Syariah Kantor Cabang Palembang.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer, yang artinya data yang diperoleh langsung dari responden. Dalam penelitian ini penyebaran kuisisioner sebanyak 99 responden. Uji yang digunakan untuk menguji instrumen penelitian adalah berupa uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik.

Dari hasil pengolahan data menggunakan uji T(Partial) variabel Etika (X1) menunjukkan bahwa mempunyai pengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. Dapat dilihat nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Etika (X1) sebesar 4,718, hal ini artinya  $t_{hitung} 4,718 > t_{tabel} 1,984$ . Untuk variabel Pelayanan Prima (X2)  $t_{hitung}$  sebesar = 3,150, hal ini berarti  $t_{hitung} 3,150 > t_{tabel} 1,984$ . Maka dapat disimpulkan Etika dan Pelayanan Prima *customer service* berpengaruh secara signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT. BNI Syariah KC Palembang.

**Kata Kunci:** BNI Syariah Cabang Palembang, Etika dan Pelayanan Prima *Customer Service* terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah.

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh*

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, dzat yang Maha Pengasih dan Penyayang, Penguasa Semesta. Limpahan Rahmat dan Salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari jaman jahiliah menuju jalan yang diridhoi Allah SWT dan semoga kita semua mendapat syafaatnya kelak di hari kiamat.

Syukur Alhamdulillah dengan tekad dan niat yang kuat dan mantap akhirnya penyusun dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini dengan judul **“Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima *Customer Service* terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Palembang”**, meskipun banyak kendala yang penyusun hadapi. Semua ini tidak terlepas dengan berkat dari Allah SWT dan dukungan dari berbagai pihak yang selalu tulus memberikan motivasi dan segalanya kepada penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Drs. H. Sirozi, MA., Ph.D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
2. Ibu Dr. Qodariah Barkah., M.Hi selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dinnul Alfian Akbar, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan D3 Perbankan Syariah.
4. Ibu RA.Ritawati., SE., M.Hi selaku Sekretaris Jurusan D3 Perbankan Syariah.
5. Bapak Mufti Fiandi, M.Ag selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Lemiyana, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing II.
6. Bapak Rudi Aryanto, S.Si, M.Si selaku Dosen Penasihat Akademik(PA).



7. Seluruh Dosen dan Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan motivasi dan dukungan kepada kami sehingga penulis mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Pihak PT. BNI Syariah KC Palembang yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian dan memberikan data-data yang dibutuhkan.
9. Sahabat-sahabat seperjuanganku selama masa perkuliahan ini terutama kepada Geng Oemji yaitu (wewed, wijaya, wawan)
10. Teman-teman penulis yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
11. Almamaterku.

Atas segala bantuan yang telah diberikan penulis mengucapkan terima kasih, semoga Allah memberikan barakah atas kebaikan dan jasa-jasa mereka semua dengan kebaikan yang berlimpah. Demikian semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat.

*Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarokatuh.*

Palembang, Juli 2017

Penulis



Wijaya Lefi Yandie

NIM. 14180223

## DAFTAR ISI

	<b>halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	8
E. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>10</b>
A. Perbankan.....	9
B. Etika.....	11
1. Pengertian Etika.....	11
2. Etika Karyawan.....	12
a. Sikap dan Perilaku.....	13
b. Penampilan.....	14
c. Cara Berpakaian.....	15
d. Cara Berbicara.....	16
e. Cara Bertanya.....	16
f. Gerak-gerik.....	17

C.	Pelayanan Prima.....	18
	1. Pengertian Pelayanan Prima.....	11
	2. Dasar-dasar Pelayanan Prima.....	19
	a. Berpakaian dan Berpenampilan Rapi dan Bersih.....	19
	b. Percaya Diri, Bersikap Akrab dan Penuh Senyum dalam Melayani Nasabah.....	20
	c. Tenang, Sopan, Hormat, serta Tekun Dalam Mendengarkan Setiap Pembicaraan Nasabah.....	20
	d. Semangat Dalam Melayani Nasabah.....	20
	e. Jika Tidak Sanggup Melayani Permasalahan Yang Ada Mintalah Bantuan.....	20
	f. Bila Belum Dapat Melayani Nasabah, Beritahulah Kepada Tersebut Nasabah Kapan Akan Dilayani.....	21
	3. Kualitas Pelayanan.....	21
	a. Sikap ( <i>Empathy</i> ).....	22
	b. Kehandalan dalam Pelayanan ( <i>Reliability</i> ).....	22
D.	<i>Customer Service</i> .....	22
	1. Pengertian <i>Customer Service</i> .....	22
	2. Fungsi dan Tugas <i>Customer Service</i> .....	23
	a. <i>Communicator</i> .....	23
	b. <i>Customer Service Officer</i> .....	23
	c. <i>Receptionist</i> .....	24
	d. <i>Salesman</i> .....	24
E.	Kepuasan Nasabah.....	25
	1. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	25
	2. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	26
	a. Sistem Keluhan dan Saran.....	26
	b. <i>Ghost Shopping</i> .....	27
	c. <i>Lost Customer Analysis</i> .....	27
	d. Survei Kepuasan Pelanggan.....	27

3.	Faktor-faktor Kepuasan Nasabah.....	28
a.	<i>Expectations</i> (harapan).....	28
b.	<i>Performance</i> (kinerja).....	28
c.	<i>Comparison</i> (perbandingan).....	29
d.	<i>Confirmation</i> atau <i>Disconfirmation</i> .....	29
e.	<i>Discrepancy</i> (ketidaksesuaian).....	29
F.	Nasabah.....	30
1.	Definisi Nasabah.....	30
a.	Nasabah Baru.....	30
b.	Nasabah Biasa.....	30
c.	Nasabah Utama.....	30
2.	Sifat-sifat Nasabah.....	31
a.	Nasabah Adalah Raja.....	31
b.	Mau dipenuhi Keinginan dan Kebutuhannya.....	31
c.	Tidak Mau Dideba dan Tidak Mau Dsinggung.....	32
d.	Nasabah Mau Diperhatikan.....	32
e.	Nasabah Sumber Pendapatan Bank.....	32
3.	Sebab-sebab Nasabah Meninggalkan Bank.....	33
a.	Pelayanan yang Tidak Memuaskan.....	33
b.	Produk yang Tidak Baik.....	33
c.	Ingkar Janji dan Tidak Tepat Waktu.....	33
d.	Biaya yang Relatif Mahal.....	34
G.	Penelitian Terdahulu.....	35
H.	Kerangka Konseptual.....	36
I.	Hipotesis.....	37
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>		<b>37</b>
A.	Definisi Operasional Variabel.....	37
B.	Jenis dan Sumber Data.....	38
1.	Jenis Data.....	38
2.	Sumber Data.....	39

C.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	41
	1. Wawancara.....	41
	2. Kuisisioner.....	41
	3. Observasi.....	41
E.	Variabel-variabel Penelitian.....	42
	1. Variabel Bebas.....	42
	2. Variabel Terikat.....	42
F.	Instumen Penelitian.....	43
	1. Uji Validitas.....	43
	2. Uji Reliabilitas.....	43
G.	Teknik Analisa Data.....	44
	1. Uji Asumsi Klasik.....	45
	2. Analisa Regresi Berganda.....	46
	3. Uji Hipotesis.....	47
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>49</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49
	1. Sejarah Berdirinya PT.BNI Syariah Palembang.....	49
	2. Visi dan Misi PT.BNI Syariah Palembang.....	50
	3. Struktur Organisasi PT.BNI Syariah Palembang.....	52
B.	Karakteristik Responden.....	53
C.	Hasil Penelitian.....	58
	1. Uji Instrumen Penelitian.....	58
	2. Deskripsi Data Penelitian.....	62
	3. Uji Asumsi Klasik.....	65
	4. Analisis Regresi Berganda.....	69
	5. Uji Hipotesis.....	71
D.	Pembahasan.....	75
	1. Pengaruh Etika Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT.BNI Syariah KC Palembang.....	75

2. Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Tingkat Kepuasan  
Nasabah PT.BNI Syariah KC Palembang..... 77

**BAB V PENUTUP..... 78**

A. Kesimpulan..... 78  
B. Saran..... 78

**DAFTAR PUSTAKA..... 80**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

	<b>halaman</b>
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	37
Tabel 4.1 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	56
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	57
Tabel 4.5 Uji Validitas Etika (X1).....	59
Tabel 4.6 Uji Validitas Pelayanan Prima (X2).....	60
Tabel 4.7 Uji Validitas Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).....	61
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.9 Jawaban responden terhadap variabel Etika (X <sub>1</sub> ).....	62
Tabel 4.10 Jawaban responden terhadap variabel Pelayanan Prima (X <sub>2</sub> )....	63
Tabel 4.11 Jawaban responden terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).....	64
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.13 Uji Linearitas.....	69
Tabel 4.14 Analisis Regresi Berganda.....	69
Tabel 4.15 Uji F (Simultan).....	72
Tabel 4.16 Uji T (Partial).....	73
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	75

## DAFTAR GAMBAR

	<b>halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT BNI Syariah KC Palembang.....	52
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	55
Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	56
Gambar 4.5 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	58
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	65
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	68





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank juga sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkan. Disamping itu, bank sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, dan pembayaran lainnya.<sup>1</sup>

Kehadiran bank yang berdasarkan syariah di Indonesia masih relatif baru, yaitu baru pada awal tahun 1990-an, meskipun masyarakat Indonesia merupakan masyarakat Muslim terbesar di dunia. Prakarsa untuk mendirikan Bank Syariah di Indonesia dilakukan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada 18-20 Agustus 1990. Namun, diskusi tentang Bank Syariah sebagai basis ekonomi Islam sudah mulai dilakukan pada awal tahun 1980. Menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

---

<sup>1</sup> Kasmir, Bank dan lembaga keuangan lainnya, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011). hal 25.

Bank Syariah telah menawarkan berbagai produk yang cukup kompetitif yang merupakan pengembangan dari produksi perbankan konvensional yang dipadu lebih luas dan lebih lengkap dengan ekonomi Islam yang telah ada dalam beberapa prinsip dasar transaksi syariah secara umum.<sup>2</sup>

Bank Syariah harus mampu melakukan persaingan dengan lembaga keuangan yang berbasis konvensional dengan tidak melupakan konsep ekonomi Islam melalui produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, dan memberikan pelayanan yang optimal kepada nasabah. Pelayanan yang baik pada akhirnya akan memberikan kepuasan kepada nasabah.

Tingkat persaingan bank syariah tidak hanya sesama bank syariah melainkan juga bank konvensional. Oleh karena itu, salah satu perbandingan yang sangat penting dan harus dimiliki oleh bank syariah adalah unggul dalam layanan. Didalam pelayanan tidak terlepas dari etika pegawai bank, karena etika pegawai sangat berpengaruh bagi nasabah.<sup>3</sup>

Agar nasabah merasa dihargai, dihormati dan diselesaikan masalahnya, setiap karyawan bank perlu memahami etika perbankan. Tanpa etika perbankan yang benar, maka jangan diharapkan akan mendapat nasabah yang sesuai dengan keinginan bank, bahkan bukan tidak mungkin perusahaan akan kehilangan nasabah.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Zulkifli Sunarto, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syari'ah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), hal 60.

<sup>3</sup> Soejitno dan Abdul, *Etika Perbankan*, (Jakarta: Batavia Press, 2004), hal 12.

<sup>4</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hal 185.

Etika kerja pada perusahaan sangat berperan penting dalam menjalankan arus kerja karyawan didalam kantor. Etika kerja ini bermaksud agar para karyawan menjalankan pekerjaannya secara baik dan etis menunjang keberhasilan bisnis dalam jangka panjang, karena penilaian masyarakat terhadap perusahaan tersebut adalah dari nama baik perusahaan tersebut yaitu dari intern dan ekstern perusahaan.

Seorang *Customer Service* juga harus mampu menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah dengan cara bersikap dan berperilaku yang ramah serta sopan kepada mereka. Bila *Customer Service* ramah, citra (*image*) bank dimata nasabah akan turun.

Pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan untuk memecahkan permasalahan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas lebih tinggi dari pesaing dapat memberikan kepuasan nasabah sehingga mempengaruhi pada loyalitas nasabah yang sudah diperoleh untuk dapat dipertahankan atau diperluas.<sup>5</sup>

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kualitas pelayanan adalah hal yang paling diutamakan untuk bisa memberikan kepuasan pada pelanggannya. Bank syariah harus menerapkan sistem pelayanan yang berkualitas tinggi pada seluruh lini produk dan jasanya dengan tidak melupakan konsep ekonomi Islam melalui produk yang ditawarkannya. Hal

---

<sup>5</sup> Ratminto dan Atik Winarsih, 2005. *Manajemen Pelayanan*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), hal 2.

itu juga yang selalu ditingkatkan pada PT. Bank Negara Indonesia Syari'ah Kantor Cabang Palembang.

Pelayanan yang dikatakan berkualitas apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabahnya. Jika nasabahnya tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak berkualitas atau tidak efisien dalam karakteristik pelayanan.<sup>6</sup> Kualitas pelayanan yang baik di dalam perusahaan akan memberikan kepuasan bagi para konsumennya juga akan mampu meningkatkan *image* bagi perusahaan sehingga citra perusahaan di mata pelanggannya terus meningkat.

Pelayanan yang baik juga harus di dukung oleh sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Ketersediaan dan kelengkapan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh perusahaan semata-mata untuk mempercepat pelayanan serta meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan.<sup>7</sup>

Pelayanan yang sangat baik atau disebut pelayanan prima merupakan suatu sikap atau tata cara pihak *Customer Service* dapat melayani nasabah secara memuaskan, dalam konsep pelayanan prima terdapat empat unsur pokok, yaitu: kecepatan, keramahan, ketepatan, dan kenyamanan. Keempat unsur tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan jasa yang terintegrasi, artinya pelayanan atau jasa yang diberikan kepada pelanggan menjadi tidak unggul jika salah satu unsurnya kurang.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Publik* (Yogyakarta: Gava Media, 2011), hal 36.

<sup>7</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2005), hal 31.

<sup>8</sup> Ruslan Rosadi, *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. (Jakarta: Raja Wali Pers, 2012), hal 280.

Pelayanan prima itu sendiri bertujuan untuk memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan, tetap menjaga agar konsumen merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhan dan keinginannya, serta upaya mempertahankan konsumen agar tetap loyal untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan tersebut.<sup>9</sup>

Pelayanan prima juga dapat diartikan sebagai kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka setia kepada perusahaan.

PT. BNI Syariah KC Palembang menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dari sejak awal berdiri. Bank ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi tuntutan perkembangan perbankan dan upaya untuk dapat melakukan kegiatan perbankan yang baik dan halal. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain.

Pentingnya kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang semakin ketat. Nasabah yang puas adalah nasabah yang mendapat *value* (nilai) dari penyedia jasa, nilai ini berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika nilai bagi nasabah adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar dapat

---

<sup>9</sup> *Ibid.*, hal 288

membuat nasabah tersebut terasa nyaman.<sup>10</sup> Beberapa faktor itu, jelas saling mempengaruhi karena di tengah ketatnya persaingan, kesetiaan nasabah menjadi hal yang sulit untuk dipertahankan.

Kepuasan pelanggan atau nasabah merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dengan demikian, semakin bagus kinerja atau hasil yang didapatkan nasabah maka akan menciptakan rasa puas didalam hati nasabah.<sup>11</sup>

Ketika nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka yang diharapkan yaitu dapat memberikan dampak positif bagi perkembangan PT. BNI Syari'ah KC Palembang berupa rekomendasi masyarakat untuk menabung uangnya di PT. BNI Syari'ah KC Palembang. Sebaliknya, jika nasabah merasa tidak puas maka biasanya mereka akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain. Hal ini akan membuat kerugian pada PT. BNI Syari'ah KC Palembang diantaranya dapat membuat nasabah melirik lembaga keuangan lainnya dan memindahkan dana tabungannya kepada lembaga keuangan lainnya.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis menuangkannya kedalam bentuk Tugas Akhir yang berjudul: **“PENGARUH ETIKA DAN PELAYANAN PRIMA *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP TINGKAT**

---

<sup>10</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hal194.

<sup>11</sup> Philip Kotler, 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. (Indonesia: Macanan Jaya Cemerlang). hal 177.

## KEPUASAN NASABAH PADA PT BNI SYARIAH KC PALEMBANG”

### B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini akan membahas mengenai pengaruh etika dan pelayanan prima *customer service* terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. BNI Syariah Kantor Cabang Palembang dengan rumusan masalah yang akan dibahas Tugas Akhir (TA) ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh etika terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. BNI Syari'ah KC Palembang ?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan prima *Customer Service* terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. BNI Syari'ah KC Palembang ?

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian dan rumusan masalah yang telah dirumuskan maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh etika *Customer Service* terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. BNI Syari'ah KC Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima *Customer Service* terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. BNI Syari'ah KC Palembang.

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **1. Kegunaan Teoritis**

- a. Menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat penulis selama menempuh perkuliahan pada jurusan D3 Perbankan Syariah UIN Raden Fatah Palembang.
- b. Menambah wawasan penulis serta untuk mengetahui Pengaruh Etika Perilaku dan Pelayanan Prima *Customer Service* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Palembang

### **2. Kegunaan Praktis**

Dapat memberikan informasi kepada semua pihak baik internal maupun eksternal mengenai Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima *Customer Service* terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Palembang

## **E. Sistematika Penulisan**

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pendahuluan berisi tentang uraian latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.



## BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori pembahasan bab ini akan menguraikan tentang penjelasan dan beberapa teori yang dipakai untuk melandasi pelaksanaan penelitian dari berbagai sumber-sumber referensi, buku, atau jurnal, serta termasuk penelitian mengenai Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima *Customer Service* terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT. BNI Syari'ah KC PALEMBANG.

## BAB III METODELOGI PENELITIAN

Metode penelitian dalam bab ini berisi tentang metode yang digunakan dalam pengambilan data yang berkaitan dengan penelitian.

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dalam bab ini berisi tentang penulis melakukan analisis data secara detail tentang deskriptif objek penelitian, sesuai dengan judul yang disampaikan

## BAB V PENUTUP

Penutup dalam bab ini berisi kesimpulan yang didapatkan oleh penulis beserta saran yang mungkin berguna bagi perusahaan sebagai masukan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Perbankan

Pengertian bank dalam Pasal 1 ayat (2) UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lain dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>12</sup>

Sebagai lembaga intermediasi, bank berperan dalam memobilisasi dana masyarakat yang digunakan untuk membiayai kegiatan investasi serta memberikan fasilitas pelayanan dalam lalu lintas pembayaran.<sup>13</sup> Selain menjalankan kedua kegiatan tersebut, bank juga berfungsi sebagai media dalam mentransmisikan kebijakan moneter yang dilakukan oleh bank sentral.

Dengan diberlakukannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang terbit tanggal 16 juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara cepat lagi. Perbankan syariah sendiri dalam menjalankan fungsinya berasaskan prinsip kehati-hatian.

---

<sup>12</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2014), hal 24.

<sup>13</sup> Ibid. hal 187.

Fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana serta bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan pembangunan serta pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional.

Sebagai bagian dari lembaga keuangan, bank syariah harus mampu melakukan persaingan dengan lembaga keuangan yang berbasis konvensional dengan tidak melupakan konsep ekonomi Islam melalui produk yang ditawarkan.

Senada dengan hal tersebut, bank syariah telah menawarkan berbagai produk yang cukup kompetitif yang merupakan pengembangan dari produk perbankan konvensional yang dipadu lebih luas dan lebih lengkap dengan ekonomi Islam yang telah ada dalam beberapa prinsip dasar transaksi syariah secara umum.<sup>14</sup>

## **B. Etika**

### **1. Pengertian Etika**

Etika merupakan bagian dari filsafat. Sebagai ilmu etika mencari kebenaran dan sebagai filsafat ia mencari keterangan (benar) yang sedalam-dalamnya. Sebagai tugas tertentu bagi etika, ia mencari ukuran baik-buruk bagi tingkah-laku manusia. Ada yang menyebutkan etik itu

---

<sup>14</sup> Zulkifli Sunarto, *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syari'ah*, (Jakarta :Zikrul Hakim, 2007), hal 60.

filsafat kesusilaan, ini sama, karena etika hendak mencari ukuran mana yang susila itu, artinya tindakan manusia manakah yang baik.<sup>15</sup>

Banyak istilah yang menyangkut etika, dalam bentuk tunggal mempunyai banyak arti, yaitu tempat tinggal yang biasa, kandang, kebiasaan, adat, watak, perasaan, sikap, cara pikir.<sup>16</sup>

Perkataan etika atau seperti lazim disebut etik, berasal dari bahasa latin *ethica*. *Etos* dalam bahasa Yunani artinya norma-norma, nilai kaidah, ukuran bagi tingkah laku yang baik.<sup>17</sup> Etika diarahkan kepada perilaku manusia yang dilakukan secara sadar dan atas kemauan sendiri. Etika merupakan tata cara berhubungan dengan manusia lainnya.

Disini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filosofinya dalam berperilaku. Pada dasarnya etika dapat didefinisikan sebagai prinsip-prinsip moral dalam hidup manusia yang akan menentukan tingkah laku yang benar yang harus dijalankan, dan tingkah laku yang salah yang harus dihindari.<sup>18</sup>

## **2. Etika Karyawan**

Etika merupakan tata cara berhubungan dengan manusia lainnya. Khusus untuk dunia perbankan masalah etika sangat perlu untuk diketahui dan dijalankan. Nasabah yang datang ke bank sekalipun tanpa diundang

---

<sup>15</sup> Poedjawiyatna, *Etika Filsafat Tingkah Laku*, (Jakarta : PT Rineka Cipta 2003), hal 6.

<sup>16</sup> M. Yatimin Abdullah. Pengantar Studi Etika (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), hal 4.

<sup>17</sup> Simorangkir, *ETIKA : Bisnis, Jabatan, dan Perbankan*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2003), hal 82.

<sup>18</sup> Sandono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Kencana, 2006), hal 325.

merupakan tamu penting, tamu kehormatan yang harus diberikan pelayanan maksimal. Agar nasabah merasa dihargai, dihormati dan diselesaikan masalahnya, setiap karyawan bank perlu memahami etika perbankan. Jadi, hal-hal yang perlu diperhatikan dan diberikan sebagai bekal karyawan dalam rangka memberikan pelayanan yang paling optimal adalah etiket pelayanan antara lain:<sup>19</sup>

a. Sikap dan perilaku

Sikap dan perilaku merupakan bagian penting etika perbankan atau etiket pelayanan karena sikap dan perilaku menunjukkan kepribadian seseorang dan citra perusahaan. Pengaruh sikap dan perilaku karyawan dalam melayani nasabah sangat besar guna memberikan kepuasan kepada nasabah. Dalam praktiknya, sikap dan perilaku yang harus dijalankan atau ditunjukkan oleh setiap karyawan adalah sebagai berikut :

1. Jujur dalam bertindak dan bersikap
2. Rajin, tepat waktu, dan tidak pemalas
3. Selalu murah senyum
4. Lemah lembut dan ramah tamah
5. Sopan santun tutur kata hormat.
6. Periang. Selalu ceria dan pandai bergaul
7. Simpatik
8. Fleksibel

---

<sup>19</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta : PT Grafindo Persada, 2005), hal 187.

9. Serius
10. Memiliki rasa tanggung jawab
11. Rasa memiliki perusahaan
12. Suka menolong nasabah.

b. Penampilan

Dalam melayani nasabah atau pelanggan, karyawan dituntut untuk berpenampilan semenarik mungkin. Hal ini disebabkan penampilan merupakan hal pertama yang dilihat oleh nasabah. Secara umum penampilan yang prima yang ditampilkan oleh setiap karyawan perbankan, baik penampilan fisik maupun nonfisik adalah sebagai berikut :

1. Berpenampilan wajar maksudnya setiap karyawan perusahaan harus wajar dalam berpakaian, bersikap, dan bertindak. Setiap penampilan jangan terlihat dibuat-buat.
2. Berpakaian harus selalu dengan penampilan yang rapi, serasi, dan bersih dan tidak menggunakan aksesoris atau *make-up* yang berlebihan.
3. Selalu mengucapkan salam bila bertemu atau berpiah dengan nasabah atau tamu
4. Selalu bersikap optimis harus dimiliki oleh setiap karyawan
5. Berperilaku baik artinya memiliki akhlak dan budi pekerti yang baik.
6. Dalam melayani nasabah lemah lembut dan sopan santun karena hal ini dapat membuat nasabah merasa dihargai.

7. Selalu memberikan perhatian dan suka membantu.

c. Cara berpakaian

Cara berpakaian merupakan salah satu bagian penting dari penampilan. Pakaian menunjukkan kepribadian seseorang. Dalam praktiknya cara berpakaian yang baik adalah sebagai berikut :

1. Gunakan pakaian dinas yang sudah ditentukan hari-hari tertentu.  
Gunakan pakaian lembut dan jangan norak.
2. Gunakan pakaian yang necis dan rapi, kenakan kemeja dengan kancing yang rapi dan lengan baju jangan digulung.
3. Hindari pakaian yang tidak lazim dengan model yang tidak lazim dan warna yang mencolok (norak) sehingga menarik perhatian orang lain.
4. Jangan mengenakan aksesoris yang berlebihan pada pakaian dan badan seperti gelang, kalung, anting atau perhiasan lainnya.
5. Gunakan celana gelap dengan variasi kantong yang normal tidak berlebihan.
6. Masukkan baju ke dalam celana, sehingga terlihat rapi.
7. Gunakan tanda pengenal yang telah diwajibkan, sehingga nasabah mudah dapat menyebut atau memanggil nama yang bersangkutan.
8. Gunakan sepatu dan kaos kaki yang serasi dengan pakaian. Tidak diperkenankan memakai sandal di kantor.

#### d. Cara berbicara

Dalam etika perbankan cara berbicara diatur sebagai :

1. biarkan nasabah berbicara lebih dahulu, agar bank dapat informasi tentang apa yang diinginkan dan dibutuhkan nasabah dengan jelas.
2. jangan sekali-kali memotong pembicaraan nasabah dan usaha bicara setelah nasabah selesai berbicara.
3. Dengarkan baik-baik apa yang dibicarakan nasabah dengan seksama dan usaha dan catat bila perlu, sehingga tidak lupa tentang harapan dan keinginan nasabah.
4. Tanggapi isi pembicaraan yang diinginkan nasabah dengan penjelasan yang tenang dan menyenangkan.
5. Bersikap rileks, santai dan tidak tegang dalam menghadapi nasabah dan jangan mengkritisi nasabah.
6. Jangan bersikap marah dan mengadili nasabah.
7. Jangan berprasangka buruk terhadap nasabah.
8. Hargai setiap usul yang diberikan nasabah.
9. Usahakan suara lemah lembut dan jangan bersuara terlalu besar.
10. Jangan berbicara sambil mendengarkan nasabah lain yang sedang berbicara.

#### e. Cara bertanya

Adapun cara bertanya yang baik antara lain :

1. Siapkan pertanyaan yang akan diajukan ke nasabah, terlebih dulu dengan prioritas pertanyaan selanjutnya.



2. Pilih waktu yang tepat untuk bertanya.
  3. Berusaha mengenali nasabah, baik asal atau latar belakangnya melalui riwayat hidup atau dokumen lainnya.
  4. Minta izin jika hendak bertanya.
  5. Gunakan dengan bahasa yang mudah dimengerti dan jangan bertele-tele.
  6. Hindarkan pertanyaan yang tidak jelas yang dapat memberikan pemahaman yang berbeda.
  7. Ciptakan suasana yang kondusif.
  8. Berikan alasan yang tepat untuk pertanyaan yang sensitif.
  9. Jangan bertanya yang bersifat mengancam.
- f. Gerak-gerik

Adapun gerak-gerik yang diperlukan dalam suatu etiket adalah sebagai berikut :

1. Raut muka merupakan ekspresi perasaan dan emosi seseorang. Oleh karena itu, setiap karyawan harus menunjukkan raut muka yang selalu ceria dan gembira
2. Tatapan mata merupakan pandangan langsung dalam menatap nasabah.
3. Senyum yang manis merupakan gerakan bibir dan mulut yang dapat menyenangkan nasabah.
4. Gerakan tangan, kaki, kepala, dan seluruh tubuh janganlah terlalu kaku karena setiap gerakan mengandung arti tersendiri.

5. Cara berjalan, duduk, atau berdiri perlu diatur sebaik mungkin sehingga tampak menyenangkan dan anggun didepan nasabah.<sup>20</sup>

## C. PELAYANAN PRIMA

### 1. Pengertian Pelayanan Prima

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain.<sup>21</sup> pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki. Pelayanan yang baik juga harus didukung oleh sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Ketersediaan dan kelengkapan sarana dan prasarana yang dimiliki oleh perusahaan semata-mata untuk

---

<sup>20</sup> *Ibid*, hal 169-173

<sup>21</sup> M. Nur Rianto Al Arif. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung :Alfabet, 2010), hal 211

mempercepat pelayanan serta meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan.<sup>22</sup>

Sementara pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah *excellent service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan. Instansi pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan. Pelayanan disebut sangat baik atau terbaik akan menjadi prima, manakala dapat memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan).<sup>23</sup>

## 2. Dasar-Dasar Pelayanan Prima

Dasar-dasar pelayanan prima perlu dikuasai mengingat karakter masing-masing nasabah sangat beragam. Ada beberapa dasar-dasar pelayanan prima yang harus dipahami, sebagai berikut<sup>24</sup>:

### a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih

Para petugas harus mengenakan baju dan celana yang sepassang dengan kombinasi yang menarik, berpakaian rapi, tidak kumal, dan baju lengan panjang jangan digulung. Gunakan pakaian seragam jika petugas diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan.

---

<sup>22</sup> Kasmir. *Etika Customer Service*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal 31.

<sup>23</sup> *Op.cit*, hal 211

<sup>24</sup> Kasmir. *Pemasaran Bank*. (Jakarta: Kencana, 2005), hal 205

- b. Percaya Diri, bersikap akrab dan penuh senyum dalam melayani nasabah

Petugas tidak ragu-ragu, yakin dan juga bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama dalam melayani nasabah. Petugas haruslah murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.

- c. Tenang, sopan, hormat, serta tekun dalam mendengarkan setiap pembicaraan nasabah

Pada saat nasabah datang petugas harus segera menyapa dengan sopan, usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, menghormati nasabah serta pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan.

- d. Semangat dalam melayani nasabah

Petugas menunjukkan kemampuan dalam melayani nasabah dengan semangat jangan terlihat loyo, lesu atau kurang semangat. Tunjukan pelayanan yang prima seolah-olah memang anda sangat tertarik dengan keinginan nasabah.

- e. Jika tidak sanggup melayani permasalahan yang ada mintalah bantuan. Artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan, maka harus memnta bantuan kepada petugas yang mampu.

- f. Bila belum dapat melayani nasabah, betitahukan kepada nasabah tersebut kapan akan dilayani. Artinya jika pada saat tertentu, petugas sibuk dan tidak dapat melayani salah satu nasabah, maka beritahukan kepada nasabah yang belum bisa dilayani tersebut kapan bisa diberikan pelayanan.

### 3. Kualitas Pelayanan

Menurut Kasmir ada beberapa ciri pelayanan prima yang harus ditetapkan yaitu :

1. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
2. Tersedia karyawan yang baik.
3. Bertanggung jawab kepada nasabah sejak awal hingga selesai.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat.
5. Mampu berkomunikasi.
6. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
7. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
8. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.
9. Mampu memberikan kepercayaan keada nasabah.<sup>25</sup>

Kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas tinggi dari pesaing dapat memberikan kepuasan nasabah sehingga akan mempengaruhi pada loyalitas nasabah yang sudah diperoleh untuk dapat dipertahankan atau

---

<sup>25</sup> Kasmir, 2003. *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), hal 223.

diperluas. Perusahaan jasa memerlukan kualitas pelayanan seperti sikap (*empathy*) dan kehandalan (*reliability*).

a. Sikap (*Empathy*)

*Customer Service* memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah.

b. Kehandalan dalam pelayanan (*Realiability*)

Keampuan untuk memberikan pelayanan yang tepat dan selalu mengupayakan layanan yang bebas dari kesalahan serta memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya<sup>26</sup>

## D. *Customer Service*

### 1. Pengertian *Customer Service*

*Customer Service* merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di garis depan (*front office*) yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah dalam menikmati produk dan jasa-jasa pelayanan yang ditawarkan bank.<sup>27</sup>

Menurut Kasmir pengertian *Customer Service* adalah setiap kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>28</sup>

<sup>26</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. (Jakarta: PT Indeks). hal 56.

<sup>27</sup> Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: Salemba Empat. 2013), hal 291.

<sup>28</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2004), hal 201.

Jadi, pengertian *Customer Service* adalah sebuah unit kerja yang bertugas untuk melayani nasabah atau calon nasabah.

## 2. Fungsi dan Tugas Customer Service

Dalam praktiknya fungsi *Customer Service* adalah sebagai *customer relation officer, communicator, salesman*, serta sebagai *resepsionis*,<sup>29</sup> dan tugas *Customer Service* yang sesuai dengan fungsinya tersebut adalah sebagai berikut:

### a. *Communicator*

Tugas *Customer Service* sebagai komunikator dengan cara memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. Selain itu, juga sebagai tempat menampung keluhan, keberatan, atau konsultasi dari nasabah.

### b. *Customer Service Officer*

Hubungan dengan nasabah harus selalu dijaga melalui berbagai cara. Nasabah kadang sering terpengaruh oleh hal yang dilakukan pesaing. Dalam hal itu, tugas seorang *Customer Service* harus menjaga *image* bank dengan cara membina hubungan baik dengan seluruh nasabah sehingga nasabah merasa senang, puas, dan makin percaya kepada bank.

---

<sup>29</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal 202.

c. *Receptionist*

Dalam hal ini *Customer Service* bertugas menerima tamu atau nasabah yang datang ke bank dengan ramah, sopan, tenang, simpatik, menarik, dan menyenangkan. *Customer service* harus selalu memberi perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti serta mengucapkan salam sebelum melakukan pelayanan pada nasabah.

d. *Salesman*

Tugas *Customer Service* berusaha sekuat tenaga menjual produk perbankan serta mengadakan pendekatan dan mencari nasabah baru untuk berusaha membujuk nasabah baru serta berusaha mempertahankan nasabah yang lama.

Dalam tugas operasional sehari-hari, hampir sebagian jam kerja *Customer Service* dipergunakan untuk pelayanan kepada nasabah, antara lain:

- a. Melayani transaksi nasabah baik tunai maupun non tunai di *counter*.
- b. Melayani pembukaan/penutupan rekening giro, tabungan, deposito, ATM, pembiayaan dan lainnya.
- c. Melayani penerbitan buku cek/ giro bilyet
- d. Melayani permintaan:
  - 1) Informasi saldo
  - 2) Salinan rekening koran
  - 3) Surat referensi bank



- 4) *Standing instruction*
  - 5) Perubahan specimen tanda tangan dan lain-lain
  - 6) Perubahan alamat dan data nasabah
  - 7) Rehabilitas rekening
  - 8) Pembuatan rekening koran/ deposito/ tabungan
  - 9) Permohonan gilarisasi (listrik dan telepon)
  - 10) Permohonan kartu kredit (untuk konvensional)
  - 11) Permintaan kartu ATM
  - 12) Permohonan sewa *save deposito box* (SDB)
  - 13) Permintaan salinan rekening koran (bulanan/koran)
  - 14) Permintaan *stop payment order* (SPO)
  - 15) Permintaan perubahan specimen
- e. Melayani dan mengatasi keluhan nasabah
  - f. Memperkenalkan produk-produk bank kepada nasabah
  - g. Melakukan pembinaan yang baik terhadap nasabah.<sup>30</sup>

## **E. Kepuasan Nasabah**

### **1. Pengertian Kepuasan Nasabah**

saat ini kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak baik pemerintah, pelaku bisnis, dan konsumen. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman atas konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan dunia bisnis.

---

<sup>30</sup> *Loc.cit.* hal 294.

Menandakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Kepuasan pelanggan diukur dengan seberapa besar harapan pelanggan tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang *actual*. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.<sup>31</sup>

Sehubungan dengan hal tersebut, pada dasarnya kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut:

1. Teknologi.
2. Kemampuan karyawan.
3. Kemauan karyawan.
4. Lingkungan kerja karyawan.

## **2. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen**

Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya :

- a) Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggan untuk menyampaikan keluhan dan saran agar dapat

---

<sup>31</sup> Bambang D. Prasetyo, (ed), *Public Service Communication (Praktik Komunikasi dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah-Kisah Pelayanan)*, (Malang: UMM Press, 2010), hal 119.

memberikan ide yang cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkan untuk berinteraksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

b) *Ghost shopping*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli profesional.

Kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

c) *Lost customer analysis*

Salah satu cara yang dilakukan untuk memahami atau memantau mengapa pelanggan berhenti membeli atau pindah pemasok ke perusahaan lain dengan tindakan perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau berpindah tangan bertujuan untuk menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

d) Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan melakukan survei, baik melalui po, telepon, maupun

wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.<sup>32</sup>

### 3. Faktor-faktor Kepuasan Nasabah

Terdapat beberapa faktor yang menjadi penentu kepuasan nasabah, diantaranya sebagai berikut.

a. *Expectations* (harapan)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang dan jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka.

b. *Performance* (kinerja)

*Performance* merupakan pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Selama mengonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen menyadari kegunaan produk aktual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang penting bagi konsumen.

---

<sup>32</sup> Tjiptono, Fandy dan Anastisa Diana, *Total Quality Manajemen, edisi revisi* (Yogyakarta : Andy, 2003). hal. 22

c. *Comparison* (perbandingan)

Setelah mengkonsumsi barang atau jasa maka konsumen akan membandingkan harapan terhadap kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan kinerja aktual barang atau jasa tersebut,

d. *Confirmation* atau *Disconfirmation*

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda atau dari pengalaman orang lain. *Confirmation* terjadi ketika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. *Disconfirmation* terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation* dan *disconfirmation* yaitu ketika harapan melebihi kinerja aktual barang atau jasa.

e. *Discrepancy* (ketidaksesuaian)

*Discrepancy* mengindikasikan bagaimana perbedaan antara level kinerja dengan harapan. *Negative disconfirmation* yaitu ketika kinerja aktual berada dibawah level harapan, kesenjangan yang lebih luas lagi akan mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan. Sebaliknya *positive disconfirmation* yaitu ketika kinerja aktual berada diatas level harapan.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Prof. J. Supranto. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. (Jakarta: Rineka Cipta), hal 230.

## F. Nasabah

### 1. Definisi Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang bisa berhubungan dengan bank atau menjadi pelanggan bank.<sup>34</sup>

Nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank.<sup>35</sup>

Dalam praktiknya, nasabah dibagi dalam tiga kelompok yaitu sebagai berikut :

#### a. Nasabah Baru

Nasabah jenis ini artinya adalah nasabah baru pertama kali datang ke bank, yang kedatangannya hanya sekedar untuk memperoleh informasi.

#### b. Nasabah Biasa

Nasabah jenis ini artinya adalah nasabah yang sudah pernah berhubungan dengan bank, namun tidak rutin. Jadi kedatangannya sudah untuk melakukan transaksi, hanya saja kegiatan melakukan transaksi dan kedatangannya belum terlalu sering.

#### c. Nasabah Utama (*primer*)

Nasabah jenis ini artinya adalah nasabah yang sudah sering berhubungan dengan bank. Sebagai pelanggan atau nasabah *primer*

---

<sup>34</sup> Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar pemasaran bank syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012). hal.189

<sup>35</sup> Djaslim Saladin, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*. (Jakarta: Rajawali. 1994)

selalu menjadikan bank nomer satu dalam berhubungan dan nasabah ini tidak lagi diragukan loyalitasnya.<sup>36</sup>

## 2. Sifat – Sifat Nasabah

Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar prima sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka pegawai harus mengenal betul perilaku nasabah secara umum. Disamping itu juga seorang pegawai harus memperlakukan nasabah secara benar. Berikut ini adalah perilaku atau sifat-sifat seorang nasabah<sup>37</sup> :

### a. Nasabah adalah raja

Pegawai harus menganggap nasabah adalah raja, artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginannya dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat perusahaan dan pegawai itu sendiri.

### b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya

Kedatangan nasabah ke bank adalah ingin memenuhi hasrat atau keinginannya agar terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi atau keluhan-keluhan. Jadi tugas para pegawai adalah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

---

<sup>36</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, ( Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada,2005). hal 76.

<sup>37</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2003). hal 230.

c. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung

Sudah merupakan hukum alam bahwa nasabah paling tidak suka dibantah atau didebat. Usahakan setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks. Pandai-pandailah mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

d. Nasabah mau diperhatikan

Nasabah yang datang kebank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-sekali menyepelekan atau membiarkan nasabah, berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.

e. Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

Pendapatan utama bank adalah transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Oleh karena itu, jika membiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapatan. Nasabah merupakan sumber pendapatan yang harus dijaga.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keinginan dan kebutuhan nasabah harus dipenuhi karena semakin lengkap jasa bank yang diberikan maka semakin baik, hal ini disebabkan jika nasabah hendak melakukan sesuatu transaksi perbankan cukup berhenti di satu pihak bank saja. Demikian pula sebaliknya, jika jasa bank yang diberikan kurang lengkap, maka nasabah terpaksa untuk mencari bank yang lain yang menyediakan jasa yang mereka butuhkan.



### 3. Sebab-sebab Nasabah Meninggalkan Bank

Banyak penyebab nasabah kabur meninggalkan bank, baik untuk sementara waktu atau selamanya. Agar kejadian ini tidak terulangi, maka seorang karyawan bank harus tahu sebab-sebab nasabah kabur meninggalkan bank.<sup>38</sup> Berikut ini beberapa sebab nasabah meninggalkan bank:

a. Pelayanan yang tidak memuaskan

Banyak hal yang menyebabkan nasabah tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Nasabah merasa tidak dilayani dengan baik, merasa disepelekan, tidak diperhatikan, atau nasabah merasa tersingung.

b. Produk yang tidak baik

Kelengkapan produk yang ditawarkan kurang sehingga pilihan yang sesuai dengan keinginan nasabah tidak tersedia. Produk yang ditawarkan tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dibandingkan dengan produk yang ditawarkan pesaing.

c. Ingkar janji dan tidak tepat waktu

Petugas tidak menepati janji seperti waktu pelayanan. Begitu juga dengan penyelesaian pekerjaan yang tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

---

<sup>38</sup> *Ibid.* hal 236

d. Biaya yang relatif mahal

Biaya yang diberikan kepada nasabah relatif mahal jika dibandingkan dari pihak bank pesaing.

Untuk mengatasi hal-hal diatas tersebut maka, perlu diketahui cara-cara membuat nasabah betah berurusan dengan bank sebagai berikut:

- a. Petugas atau pegawai harus pandai menarik perhatian dari segi penampilan dan gaya bicara yang tidak membosankan.
- b. Petugas atau pegawai harus memiliki daya tanggap yang cepat tanggap dengan keinginan nasabah dan cepat mengerjakan atau melayani nasabah. Di samping itu, pelayanan yang diberikan harus benar dan tepat waktu.
- c. Pihak perusahaan harus menyediakan bukti fisik yang memadai seperti ruang tunggu yang nyaman, yang luas, sejuk, penerangan yang cukup, dekorasi yang indah, suasana tenang, kebersihan selalu terjaga, tempat duduk yang nyaman, serta tersedia bahan bacaan sehingga nasabah merasa nyaman.
- d. Pihak perusahaan harus menyediakan brosur yang lengkap dan petugas harus memiliki kehandalan dalam menjelaskan segala sesuatu sehingga sesuai dengan keinginan nasabah.

## G. Penelitian Terdahulu

Penelitian ditulis oleh Aji Wicaksono (2010) yang berjudul *Peran Customer Service* dalam pelayanan proses transaksi produk tabungan (studi kasus pada customer service Bank Muamalat KCP Palur). Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, penelitian menyimpulkan bahwa *Customer Service* berperan aktif dalam proses pra transaksi, saat transaksi dan pasca transaksi.<sup>39</sup>

Penelitian ditulis oleh Badi' u Rajab (2008) yang berjudul *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank DKI Syariah*. Jenis data yang digunakan adalah kuantitatif, penelitian ini menyimpulkan bahwa ada hubungan positif antara tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan nasabah pada bank DKI syariah.<sup>40</sup>

Penelitian ditulis oleh Rumana Novita Starihoran (2014) yang berjudul *Pengaruh etika perilaku Customer Service terhadap kepuasan nasabah pada BNI Kantor Layanan Bumi Seroja Medan*. Jenis data yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa etika *customer service* memberikan pengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah sebesar 28,19%.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Aji Wicaksono, "Peran Customer Service dalam pelayanan proses transaksi produk tabungan (studi kasus pada customer service Bank Muamalat KCP Palur)". Skripsi: S1, 2010.

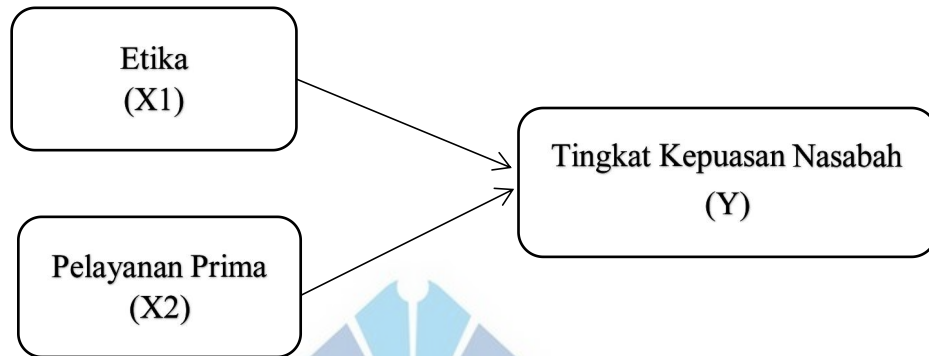
<sup>40</sup> Badi' u Rajab, "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank DKI Syariah". Skripsi; S1, 2008.

<sup>41</sup> Rumana Novita S., "Pengaruh etika perilaku Customer Service terhadap kepuasan nasabah pada BNI Kantor Layanan Bumi Seroja Medan". Skripsi: S1, 2014.

## H. Kerangka Konsep

Gambar 2.1

### Kerangka Konseptual Penelitian



## I. Hipotesis

Berdasarkan kerangka teoritis yang telah dikemukakan, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

Hipotesis Etika (X<sub>1</sub>)

H<sub>0</sub> : Etika tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

H<sub>a</sub> : Etika berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Hipotesis Pelayanan Prima (X<sub>2</sub>)

H<sub>0</sub> : Pelayanan prima tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

H<sub>a</sub> : Pelayanan prima berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai bermacam-macam variasi antara satu dengan lainnya yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>42</sup>

Tabel 3.1  
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Etika (X <sub>1</sub> )	Etika diarahkan kepada perilaku manusia yang dilakukan secara sadar dan atas kemauan sendiri. Etika merupakan tata cara berhubungan dengan manusia lainnya. <sup>43</sup>	1. Sikap dan Perilaku 2. Penampilan 3. Cara berpakaian 4. Cara berbicara 5. Cara bertanya 6. Gerak-gerik	Skala <i>Likert</i>

<sup>42</sup> Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. (Bandung: Alfabeta. 2013), hal 39.

<sup>43</sup> Simorangkir, *ETIKA: Bisnis, jabatan, dan perbankan*. (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003), hal 82.

<p>Pelayanan Prima (X<sub>2</sub>)</p>	<p>pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah <i>excellent service</i> yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik/pelayanan yang terbaik.<sup>44</sup></p>	<p>1. Sikap (<i>Empathy</i>) 2. Keandalan (<i>Realibility</i>)</p>	<p>Skala <i>Likert</i></p>
<p>Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)</p>	<p>Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.<sup>45</sup></p>	<p>1. <i>Expectations</i> (harapan) 2. <i>Performance</i> (kinerja) 3. <i>Comparison</i> (perbandingan) 4. <i>Confirmation</i> atau <i>Disconfirmation</i> 5. <i>Discrepancy</i> (ketidaksesuaian)</p>	<p>Skala <i>Likert</i></p>

## B. Jenis dan Sumber data

### 1. Jenis Data

Data yang digunakan pada penelitian ini termasuk ke dalam data kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis

<sup>44</sup> M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2010), hal 211

<sup>45</sup> Bambang D. Prasetyo, (ed), *Public Service Communication (Praktik Komunikasi dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah-Kisah Pelayanan)*, (Malang: UMM Press, 2010), hal 119.

data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.<sup>46</sup>

## 2. Sumber Data

### a. Primer

Data yang dapat diperoleh dari sumber data langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>47</sup> Data ini diperoleh dari sumber wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang biasa dilakukan. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari wawancara dan kuisioner langsung dengan nasabah PT. BNI Syari'ah KC Palembang.

### b. Sekunder

Data sekunder merupakan keterangan atau fakta-fakta yang diperoleh penulis dari literature, arsip-arsip, buku-buku, jurnal, tugas akhir atau skripsi, internet, majalah, dan sumber lain yang ada relevasinya dengan penelitian ini.<sup>48</sup>

## C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan, sampel merupakan bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh

<sup>46</sup> Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013). hal 8.

<sup>47</sup> Sugiyono. *Metode penelitian Manajemen* (Alfabeta: Yogyakarta,2013). hal 223.

<sup>48</sup> Nasution, *Metode Reserch* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal 113.

populasi tersebut.<sup>49</sup> karena nasabah paling banyak di tabungan wadiah, maka diambil populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan wadiah PT. BNI Syari'ah KC Palembang yang berjumlah 10.539 orang.<sup>50</sup>

Berdasarkan jumlah populasi tersebut, karena populasi lebih dari 100 orang, maka penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *insidental sampling*. Teknik *insidental sampling* ialah teknik pengambilan sampel yang diperoleh seorang peneliti secara kebetulan saja tanpa ada perencanaan terlebih dahulu dan peneliti meyakini bahwa orang tersebut layak dijadikan sumber informasi untuk penelitiannya.<sup>51</sup> Jadi, kriteria sampel adalah: Nasabah aktif tabungan wadiah periode 2017. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Taro Yamane Slovin Riduan sebagai berikut.<sup>52</sup>

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = *Error level* (tingkat kesalahan)

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh jumlah sampel

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{10.539}{1 + 10.539(0,1)^2} = \frac{10.539}{106.39} = 99 \text{ RESPONDEN}$$

<sup>49</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. (Bandung: Alfabeta. 2013), hal 8.

<sup>50</sup> Miranty Yudistira, *Customer Service BNI Syariah KC Palembang*, Wawancara Pribadi, Palembang 10 Juli 2017, pukul 16.00 WIB

<sup>51</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian dan Pengembangan*. (Bandung:Alfabeta, 2015)

<sup>52</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*. (Jakarta: Kencana. 2011), hal 148.



## **D. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Wawancara**

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberikan tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai.<sup>53</sup>

### **2. Kuisisioner**

Kuisisioner yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuisisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden lebih dari 3 orang.<sup>54</sup>

### **3. Observasi**

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenan

---

<sup>53</sup> *Ibid.* hal 224.

<sup>54</sup> *Ibid.* hal 230.

dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.<sup>55</sup>

Dalam hal ini, pengamatan atau observasi yang dilakukan oleh penulis dengan pengamatan langsung ke obyek yang diteliti mengenai etika dan pelayanan prima PT. BNI Syari'ah KC Palembang.

## **E. Variabel-variabel Penelitian**

### **1. Variabel Bebas**

Variabel bebas (X) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lainnya dan merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat.<sup>56</sup>

- a. Variabel ( $X_1$ ) pada penelitian ini adalah Etika
- b. Variabel ( $X_2$ ) pada penelitian ini adalah Pelayanan Prima

### **2. Variabel Terikat**

Variabel terikat (Y) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>57</sup> Variabel terikat pada penelitian ini adalah Tingkat Kepuasan Nasabah PT. BNI Syariah KC Palembang

---

<sup>55</sup> Riduan, *Metode Riset*. (Jakarta: Rineka Cipta. 2014). hal 104.

<sup>56</sup> Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013). Hal 39

<sup>57</sup> Ibid. Hal 39.

## F. Instrumen Penelitian

Hal pertama yang harus dilakukan dalam menganalisa data penelitian adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji ini digunakan untuk menguji kuesioner yang digunakan terhadap responden apakah memang kuesioner yang digunakan dalam penelitian valid atau tidak dan apakah kuesioner itu reliabel atau tidak.

### 1. Uji Validitas

Mengukur validitas dapat dilakukan dengan mencari korelasi dari setiap skor butir pertanyaan atau indikator terhadap skor totalnya. Yaitu dengan membandingkan nilai  $r$  hitung  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ )=  $n-2$ , dimana  $n$  adalah jumlah sampel dalam penelitian. Untuk mengetahui apakah variabel yang diuji valid atau tidak, hasil korelasi dengan angka kritik tabel korelasi dengan taraf signifikan 5%. jika  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel dan nilai positif maka butir atau pertamanya atau indikator tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika nilai  $r$ -hitung  $<$   $r$ -tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis program SPSS versi 16.0 yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0.6

## G. Teknik Analisis Data

Dari data yang telah terkumpul, maka penulis akan menganalisis data dengan skala bukan pembandingan (*non comparative scale*), jenis skala yang digunakan adalah skala *likert*, yaitu mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap serangkaian pernyataan yang mengukur suatu objek. Pada penelitian ini penulis menyajikan 5 buah pernyataan yang harus dipilih oleh responden dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju untuk pengukuran etika, pelayanan prima dan tingkat kepuasan nasabah.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>58</sup> Skala *likert* adalah skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

1. Jawaban sangat setuju diberikan skor 5
2. Jawaban setuju diberikan skor 4
3. Jawaban ragu-ragu diberikan skor 3
4. Jawaban tidak setuju diberikan skor 2
5. Jawaban sangat tidak setuju diberikan skor 1

---

<sup>58</sup> Sugiyono. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013). Hal 93

## 1. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi data dari penelitian mempunyai distribusi data normal atau tidak normal. Dalam penelitian ini hanya akan di deteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dan SPSS.<sup>59</sup>

### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.<sup>60</sup>

### c. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas Uji

---

<sup>59</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*. (Jakarta, 2010) hal 174.

<sup>60</sup> *Ibid*, hal 175.

multikolinearitas dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.<sup>61</sup>

d. Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$ - (sekarang) dengan kesalahan pada periode  $t-i$  (sebelumnya), jika terjadi korelasi maka dinamakan adanya problem autokorelasi.

## 2. Analisa Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk memprediksi apakah antara variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, dan di uji hanya menggunakan satu variabel bebas.

Dengan rumus sebagai berikut:<sup>62</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Ket :  $Y$  = Tingkat Kepuasan Nasabah (Variabel Dependent)

$X_1$  = Etika

$X_2$  = Pelayanan Prima

$a$  = Konstanta Regresi

---

<sup>61</sup> *Ibid*, hal 176.

<sup>62</sup> Hartono. *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2008), hal 93.

b = Koefisien Regresi

c = Standar Error

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Linearitas (F)

Merupakan keadaan dimana hubungan antara variabel dependent dan variabel independent bersifat linier (garis lurus).

Jika hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai probabilitas (P value)  $>$  alpha 0,005 = tidak signifikan (menerima  $H_0$ ), artinya variabel independent tidak linear terhadap variabel dependent. Jika probabilitas  $\leq$  0,05 = signifikan (menolak  $H_0$ ), artinya variabel independent linier terhadap variabel dependent.

#### b. Uji t

Langkah-langkah:

**$H_0$** : Koefisien regresi tidak signifikan

**$H_1$** : Koefisien regresi signifikan

Menentukan hipotesis nihil dan alternative:

1. menentukan *level of significant* ( $\alpha=0,05$ )
2. Kriteria pengujian

**H<sub>0</sub>** diterima bila  $t\text{-tabel} < t\text{-hitung}$  atau  $t\text{-hitung} < -t\text{-tabel}$

**H<sub>0</sub>** ditolak bila  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  atau  $t\text{-hitung} < -t\text{-tabel}$

c. Uji r

Pengukuran korelasi ( $r$ ) berguna untuk mengukur kekuatan (strength) dan arah hubungan antara dua variabel atau lebih.

Kemungkinan hubungan antara dua variabel sebagai berikut:

1. kedua variabel tidak terdapat hubungan (nilai  $r = 0$ )
2. Hubungan kedua variabel cukup kuat (nilai  $r = \pm 0,5$ )
3. Hubungan kedua variabel kuat (nilai  $r = \pm 0,75$ )
4. Hubungan antara kedua variabel sangat kuat (nilai  $r = 1$ )



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya PT.BNI Syariah Palembang

Tempatan krisis moneter 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip perbankan syariah dengan 3 (tiga) pilar yaitu adil, transparan, maslahat maupun menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-Undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.<sup>63</sup>

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Didalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI SYARIAH tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

---

<sup>63</sup> <http://www.bnisyariah.co.id/category/sejarah-bni-syariah>, (diakses 1 juni 2017, pukul: 09.36 WIB)

Berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei mengenai pemberian izin usaha kepada PT. BNI Syariah. Dan di dalam *Cooporate Plan* UUS BNI tahun 2003 ditetaokan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 16 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS).

Realisasi waktu *spin off* bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No. 19 tahun 2008 tentang Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point. BNI Syariah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

## **2. Visi dan Misi PT. BNI Syariah Palembang**

### **a. Visi**

Adapun yang menjadi visi dari BNI Syariah adalah “ Menjadi bank syariah pilihan masyarakat dalam layanan dan kinerja.”

## **b. Misi**

Adapun yang menjadi misi dari BNI Syariah adalah sebagai berikut:

- Menciptakan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- Menciptakan wahana terbaik dan berprestasi bagi karyawan sebagai wujud ibadah.
- Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.
- Melaksanakan operasional perbankan berlandaskan prinsip syariat islam.<sup>64</sup>



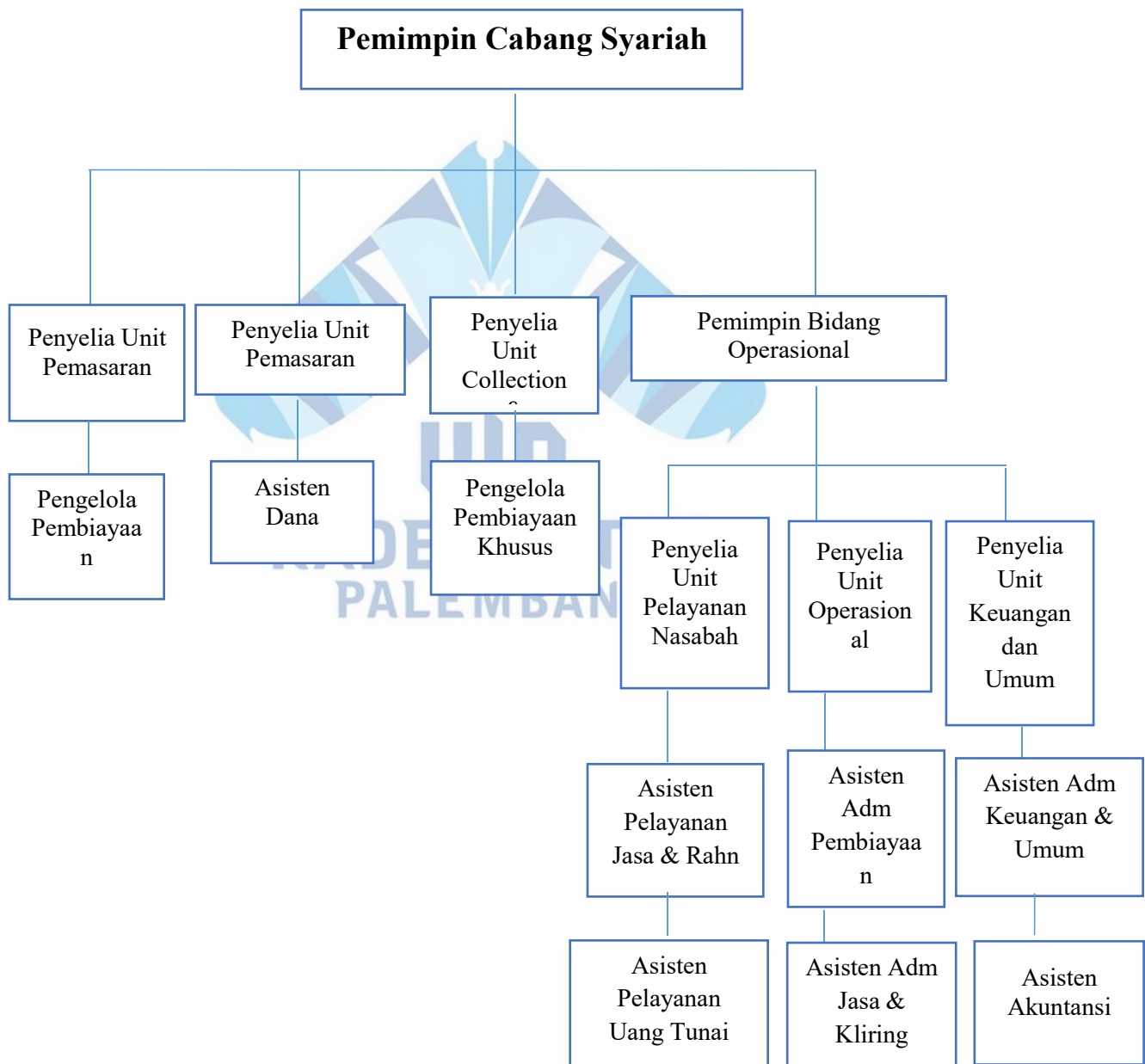
---

<sup>64</sup> <http://www.bnisyariah.co.id/category/visi-misi-bnisyariah>, (diakses 1 juni 2017, pukul: 10.04 WIB)

### 3. Struktur Organisasi PT BNI Syariah Palembang

Gambar 4.1

Struktur Organisasi PT BNI Syariah KC Palembang



## B. Karakteristik Responden

Gambaran umum responden menggambarkan karakteristik responden yang merupakan sesuatu yang erat hubungannya dengan ciri responden secara individu atau dengan kata lain karakteristik responden akan keadaan, sifat atau ciri khusus yang memberikan gambaran tentang keadaan responden tersebut.

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

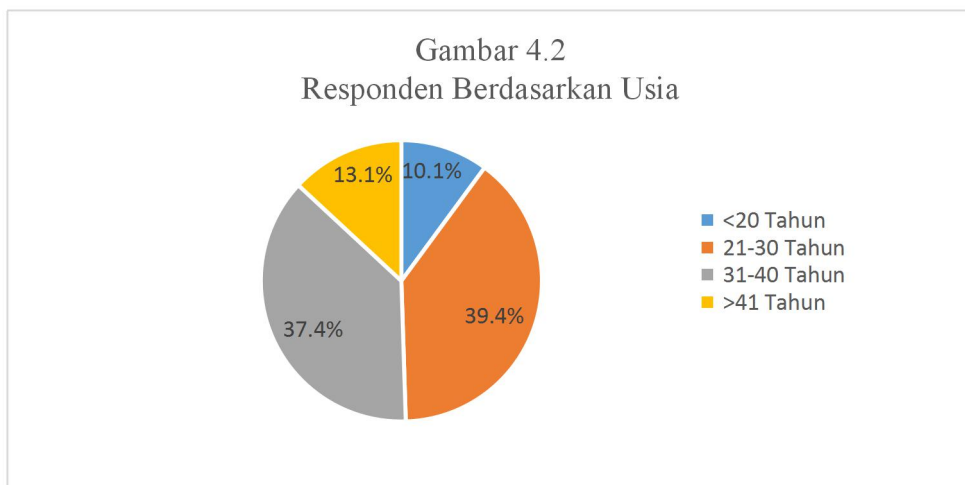
Berdasarkan karakter responden berdasarkan usia akan dilihat usia para responden. Dalam melakukan identifikasi menurut usia, dapat dibuat klasifikasi seperti tabel 4.1

**Tabel 4.1**  
**Frekuensi Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>&lt;20 TH</b>	<b>10</b>	<b>10,1%</b>
<b>21-30 TH</b>	<b>39</b>	<b>39,4%</b>
<b>31-40 TH</b>	<b>37</b>	<b>37,4%</b>
<b>&gt;41 TH</b>	<b>13</b>	<b>13,1%</b>
<b>Jumlah</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data yang diolah, 2017*

Gambar 4.2  
Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Hasil Pengolahan data, 2017

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 tingkat usia nasabah PT. BNI Syariah Palembang yang diambil sebagai responden sebagaimana besar berusia 20-29 Tahun. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa mayoritas responden yang berusia <20 Tahun sebanyak 10 responden atau 10,1% yang terdiri dari 6 orang laki-laki dan 4 orang perempuan, selanjutnya yang berusia 21-30 Tahun sebanyak 39 responden atau 39,4% yang terdiri dari 16 orang laki-laki dan 23 orang perempuan.

Responden yang berusia 31-40 Tahun sebanyak 37 responden atau 37,4% yang terdiri dari 19 orang laki-laki sedangkan 18 untuk responden perempuan. Sedangkan untuk responden yang berusia >41 Tahun sebanyak 13 responden atau 13,1% yang terdiri dari 4 orang laki-laki dan 9 untuk responden perempuan.

## 2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

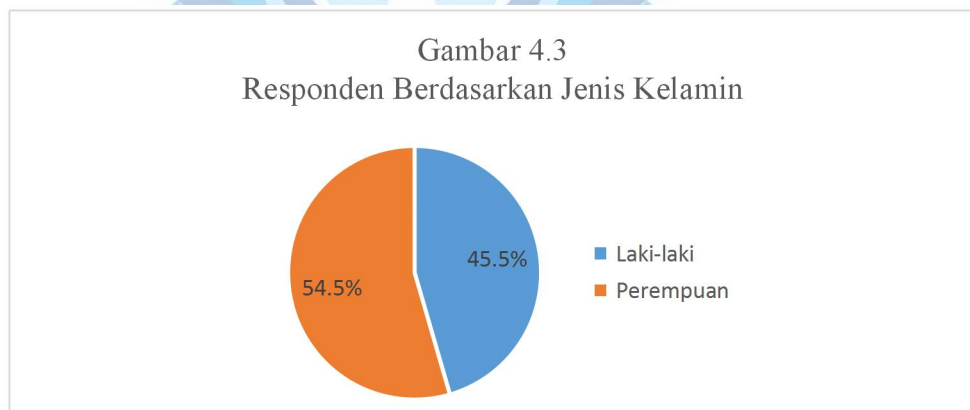
Adapun data yang mengenai jenis kelamin responden nasabah PT. BNI Syariah Palembang sebagai berikut.

**Tabel 4.2**

**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-Laki	45	45,5%
Perempuan	54	54,5%
Jumlah	99	100%

*Sumber: data yang diolah, 2017*



*Sumber: data yang diolah, 2017*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah PT. BNI Syariah Palembang yang diambil sebagai responden yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 54 atau 54,5%, sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 45 atau 45,5%.

### 3. Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan

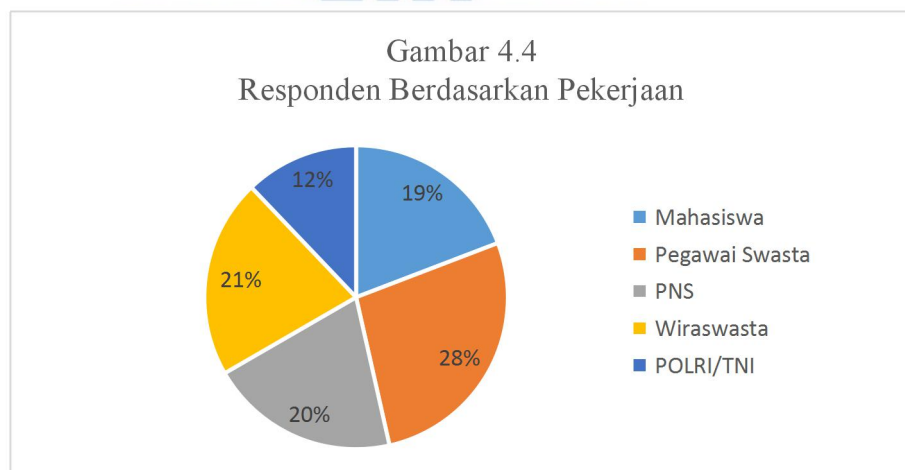
Adapun data yang mengenai jenis pekerjaan responden nasabah PT. BNI Syariah Palembang sebagai berikut.

**Tabel 4.3**

**Responden Berdasarkan Status Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
MAHASISWA	19	19%
PEGAWAI SWASTA	27	27%
PNS	20	20%
WIRASWASTA	21	21%
POLRI/TNI	12	12%
<b>Jumlah</b>	<b>99</b>	<b>99</b>

Sumber: data yang diolah, 2017



Sumber: data yang diolah, 2017

Berdasarkan keterangan tabel 4.4 diatas, dapat diketahui tentang status pekerjaan responden nasabah PT. BNI Syariah Palembang yang diambil sebagai responden yang menunjukkan bahwa responden



mahasiswa adalah sebanyak 19 atau 19% yang terdiri dari 10 orang perempuan dan 9 orang laki-laki. Responden Pegawai Swasta adalah sebanyak 27 atau 27% yang terdiri dari 10 orang perempuan dan 17 orang laki-laki. Responden PNS adalah sebanyak 20 atau 20% yang terdiri dari 13 orang perempuan dan 7 orang laki-laki. Responden Wiraswasta adalah sebanyak 21 atau 21% yang terdiri dari 12 orang perempuan dan 9 orang laki-laki. Responden POLRI/TNI adalah sebanyak 12 atau 12% yang terdiri dari 9 orang perempuan dan 3 orang laki-laki

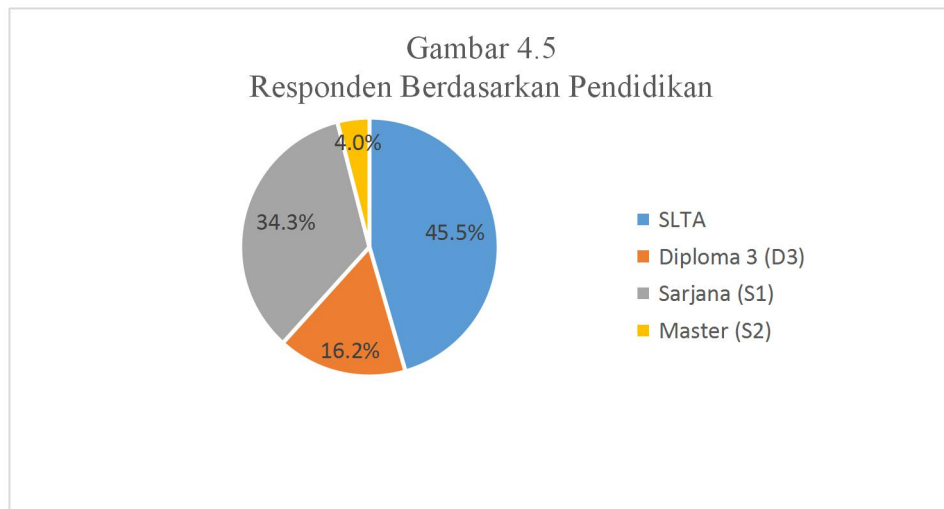
#### 4. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan karakter responden mengenai pendidikan akan dilihat jumlah distribusi responden menurut pendidikannya, yang hasilnya dapat dilihat sebagai berikut.

**Tabel 4.4**  
**Responden Berdasarkan Pendidikan**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
<b>SLTA</b>	<b>45</b>	<b>45,5%</b>
<b>Diploma 3 (D3)</b>	<b>16</b>	<b>16,2%</b>
<b>Sarjana (S1)</b>	<b>34</b>	<b>34,3%</b>
<b>Master (S2)</b>	<b>4</b>	<b>4%</b>
<b>Jumlah</b>	<b>99</b>	<b>100,%</b>

*Sumber: data yang diolah, 2017*



Sumber: data yang diolah, 2017

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.5 diatas, dapat diketahui tentang pendidikan responden nasabah PT. BNI Syariah Palembang yang diambil sebagai responden yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah Sarjana (S1) sebanyak 34 atau 34,3%. Hal ini menunjukkan tingkat pendidikan yang ditempuh oleh sebagian besar pada nasabah adalah Sarjana (S1).

## C. Hasil Penelitian

### 1. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

##### 1. Variabel Etika (X<sub>1</sub>)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,1975. Berikut pengujian validitas pada

variabel Etika. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Etika (X<sub>1</sub>)**

No	Keterangan	Pearson Correlation ( <i>r</i> <sub>hitung</sub> )	<i>r</i> <sub>tabel</sub> (0)	Hasil Validitas
1.	X1.1	0,692	0,1975	Valid
2.	X1.2	0,629	0,1975	Valid
3.	X1.3	0,806	0,1975	Valid
4.	X1.4	0,687	0,1975	Valid
5.	X1.5	0,743	0,1975	Valid
6.	X1.6	0,716	0,1975	Valid

Sumber: data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.5 diatas hasil pengolahan data variabel Etika (X<sub>1</sub>) menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari *r*<sub>tabel</sub> 0,1975, artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid. Seluruh pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

## 2. Variabel Pelayanan Prima (X<sub>2</sub>)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari *r*<sub>tabel</sub> yaitu sebesar 0,1975. Berikut pengujian validitas pada variabel Pelayanan Prima (X<sub>2</sub>). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Pelayanan Prima (X<sub>2</sub>)**

No	Keterangan	Pearson Correlation (r <sub>hitung</sub> )	r <sub>tabel</sub> (0)	Hasil Validitas
1	X2.1	0,623	0,1975	Valid
2	X2.2	0,585	0,1975	Valid
3	X2.3	0,620	0,1975	Valid
4	X2.4	0,654	0,1975	Valid
5	X2.5	0,705	0,1975	Valid
6	X2.6	0,612	0,1975	Valid

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.6 diatas hasil pengolahan data variabel Pelayanan Prima (X<sub>2</sub>), menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari r<sub>tabel</sub> 0,1975, artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid. Seluruh pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

### 3. Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih dari r<sub>tabel</sub> yaitu sebesar 0,1975. Berikut pengujian validitas pada variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)**

No	Keterangan	Pearson Correlation ( $r_{hitung}$ )	$r_{tabel}$ ( )	Hasil Validitas
1	Y1	0,677	0,1975	Valid
2	Y2	0,774	0,1975	Valid
3	Y3	0,574	0,1975	Valid
4	Y4	0,666	0,1975	Valid
5	Y5	0,680	0,1975	Valid

Sumber: Data diolah, 2017

Begitu juga dengan variabel Y, berdasarkan tabel 4.7 diatas hasil pengolahan data variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y), menunjukkan bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,1975, artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

**b. Uji Realibilitas**

Realibilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dalam alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Dimana Kuisisioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari  $> 0,60$  sedangkan apabila nilai *Cronbach Alpha* ( )  $< 0,60$  maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel. Hasil uji Reliabilitas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach Alpha ()	Nilai Alpha	Hasil Realibilitas
1	Etika (X <sub>1</sub> )	0,800	0,60	Realibel
2	Pelayanan Prima (X <sub>2</sub> )	0,699	0,60	Realibel
3	Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)	0,696	0,60	Realibel

*Sumber: Data diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 4.8 diatas bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha* melebihi nilai *Alpha*. Karena nilai seluruh *Cronbach Alpha* lebih besar pada 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dinyatakan reliabel.

## 2. Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh etika dan pelayanan prima *customer service* terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. BNI Syariah KC Palembang.

### a. Distribusi jawaban responden terhadap variabel Etika (X<sub>1</sub>)

Berikut ini adalah hasil rekapitulasi data jawaban responden variabel Etika yang diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.9**

### Jawaban responden terhadap variabel Etika (X<sub>1</sub>)

Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Responden	Jumlah Jawaban	Rata-rata
	STS	TS	KS	S	SS			
PX1.1	0	2	8	43	46	99	430	4,34

PX1.2	0	1	16	38	44	99	422	4,26
PX1.3	0	1	5	25	68	99	457	4,61
PX1.4	0	2	11	24	62	99	443	4,47
PX1.5	0	1	8	29	61	99	447	4,51
PX1.6	0	1	12	29	57	99	439	4,43
Jumlah/ Rata-rata	0	8	60	188	338	594	439,6	4,43

Berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Etika ( $X_1$ ) berada pada *range* urutan kelima dari lima *range* dengan skor sangat setuju dengan nilai rata-rata yaitu 439,6.

**b. Distribusi jawaban responden terhadap variabel Pelayanan Prima ( $X_2$ )**

Berikut ini adalah hasil rekapitulasi data jawaban responden variabel Pelayanan Prima yang diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.10**

**Jawaban responden terhadap variabel Pelayanan Prima ( $X_2$ )**

Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Responden	Jumlah Jawaban	Rata-rata
	STS	TS	KS	S	SS			
PX2.1	0	3	9	35	52	99	433	4,37
PX2.2	0	0	10	33	56	99	442	4,46
PX2.3	0	1	15	38	45	99	424	4,28

PX2.4	0	1	11	34	53	99	436	4,40
PX2.5	0	1	9	31	58	99	443	4,47
PX2.6	0	2	20	41	36	99	414	4,12
Jumlah/ Rata-rata	0	8	74	212	300	596	432	4,35

Berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Pelayanan Prima ( $X_2$ ) berada pada *range* urutan kelima dari lima *range* dengan skor sangat setuju dengan nilai rata-rata yaitu 432.

**c. Distribusi jawaban responden terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)**

Berikut ini adalah hasil rekapitulasi data jawaban responden variabel Tingkat Kepuasan Nasabah yang diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.11**

**Jawaban responden terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)**

Pernyataan	Jawaban Responden					Jumlah Responden	Jumlah Jawaban	Rata-rata
	STS	TS	KS	S	SS			
PY1	0	1	20	35	43	99	417	4,21
PY2	0	1	7	46	45	99	432	4,36
PY3	0	1	7	32	59	99	446	4,50
PY4	0	1	16	30	52	99	430	4,34
PY5	0	1	12	36	50	99	432	4,36
Jumlah/ Rata-rata	0	5	62	179	249	596	431,4	4,35



Berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) berada pada *range* urutan kelima dari lima *range* dengan skor sangat setuju dengan nilai rata-rata yaitu 431,4.

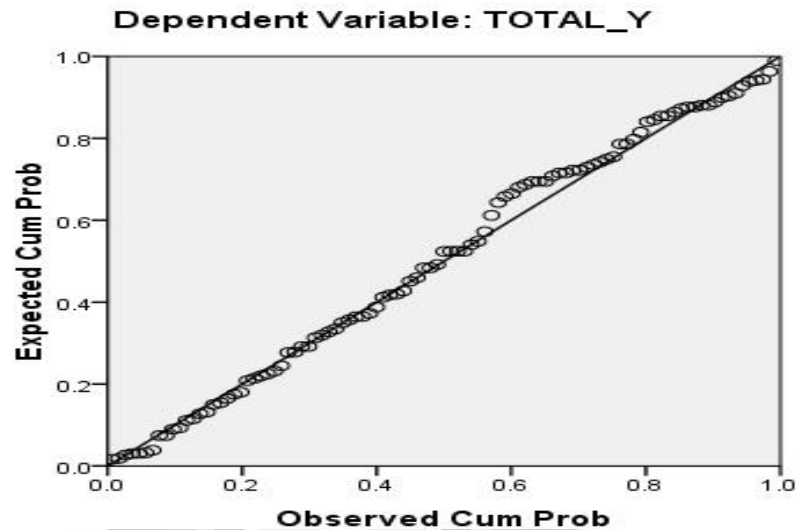
### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal ataupun mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi. Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Gambar 4.6**  
**Hasil Uji Normalitas**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



*Sumber: Data diolah, 2017*

Pada gambar 4.6 terlihat bahwa titik-titik tersebar berhimpit di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan gambar diatas, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya bebas tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance*  $< 0,1$

atau sama dengan nilai  $VIF > 10$ . Dan sebaliknya apabila  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	TOTAL_X 1	.484	2.6070
	TOTAL_X 2	.484	2.6070

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

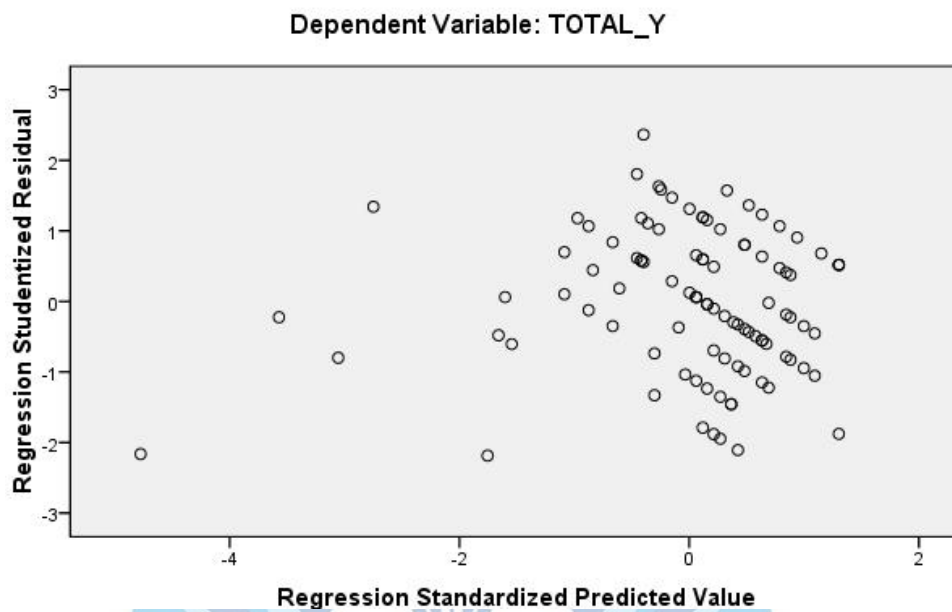
*Sumber: Data diolah, 2017*

Dari tabel 4.12 diatas diketahui nilai VIF (*variance Inflation Faktor*) semua variabel  $< 10$ , maka artinya tidak terjadi multikolinearitas (non-multikolinearitas)

### c. Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas diuji dengan melihat hasil uji spss pada gambar *scatterplot* dimana ketentuannya adalah apabila gambar membentuk pola maka terjadi Heterokedastisitas. Dan apabila pada gambar tidak membentuk pola atau acak maka tidak terjadi Heterokedastisitas. Berikut gambar yang disajikan di bawah ini:

**Gambar 4.7**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Scatterplot**



Sumber: Data diolah, 2017

Dari gambar 4.7 di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

#### d. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. Uji linieritas dilihat dari nilai *Sig. Linearity*. Jika nilai  $\text{Sig.} < \alpha = 0,05$  maka model regresi adalah linier dan maupun sebaliknya.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Linieritas**

Variabel	<i>Sig. Linearity</i>	Keterangan
Etika (X <sub>1</sub> )	0,000	Linier
Tingkat Kepuasan Nasabah (X <sub>2</sub> )	0,000	Linier

Berdasarkan tabel 4.13 diatas variabel Etika (X<sub>1</sub>), Pelayanan Prima (X<sub>2</sub>), Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) diperoleh nilai *Sig. Linearity* semuanya sebesar 0,000 < dari tingkat alpha 0,05, artinya setiap variabel x terhadap variabel y berdistribusi Linier.

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh antara Etika (X<sub>1</sub>), Pelayanan Prima (X<sub>2</sub>), Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) Pada PT X Palembang. Hasil analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.14**  
**Hasil Analisis Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.499	1.673		2.690	.008
	TOTAL_X 1	.379	.080	.472	4.718	.000
	TOTAL_X 2	.275	.087	.315	3.150	.002

*Sumber: Data diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel yakni diperoleh persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Tingkat Kepuasan Nasabah

A = 4,499

b<sub>1</sub> = 0,379

b<sub>2</sub> = 0,275

X<sub>1</sub> = Etika

X<sub>2</sub> = Pelayanan Prima

e = Tingkat Error, tingkat kesalahan

Dari rumus tersebut maka mendapatkan hasil sebagai berikut:

$$Y = 4,499 + 0,379 X_1 + 0,275 X_2 + e$$

Berdasarkan hasil bilangan Konstanta diatas mempunyai nilai sebesar 4,499 (positif) menyatakan bahwa, jika mengabaikan Etika (X<sub>1</sub>) dan Pelayanan Prima (X<sub>2</sub>), maka nilai Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar 4,499. Artinya jika perusahaan tidak melakukan Etika dan Pelayanan Prima nilai Tingkat Kepuasan Nasabah perusahaan PT. BNI Syariah KC Palembang sebesar 4,499, walaupun nilai X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub>

terhadap Y bernilai nol (0).

Koefisien regresi  $X_1$  sebesar +0,379 bernilai (positif) menyatakan bahwa setiap penambahan satu kesatuan nilai Etika akan meningkatkan nilai Tingkat Kepuasan Nasabah perusahaan sebesar 0,379 dengan menjaga nilai Pelayanan Prima ( $X_2$ ) tetap/konstan. Jika ada penurunan terhadap Etika ( $X_1$ ) maka akan menurunkan pula Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

Koefisien regresi  $X_2$  sebesar +0,275 bernilai (positif) menyatakan bahwa setiap penambahan satu kesatuan nilai Pelayanan Prima akan meningkatkan nilai Tingkat Kepuasan Nasabah perusahaan sebesar 0,275 dengan menjaga nilai Etika ( $X_1$ ) tetap/konstan. Jika ada penurunan terhadap Pelayanan Prima ( $X_2$ ) maka akan menurunkan pula Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Etika ( $X_1$ ) dan Pelayanan Prima ( $X_2$ ) secara bersama/simultan berpengaruh terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	318.399	2	159.200	55.345	.000 <sup>a</sup>
	Residual	276.146	96	2.877		
	Total	594.545	98			

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

b. Dependent Variable: TOTAL\_Y

*Sumber: Data diolah, 2017*

Uji F dikatakan berpengaruh jika nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel} > 3,94$ . Sebaliknya apabila nilai  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel} < 3,94$  maka uji F dikatakan tidak berpengaruh. Sedangkan variabel penelitian dikatakan signifikan jika nilai  $Sig < 0,05$ .

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa nilai  $F_{hitung} 55,345 > F_{tabel} 3,94$ , dengan nilai Sig sebesar 0,000, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan variabel Etika ( $X_1$ ) dan Pelayanan Prima ( $X_2$ ) secara bersama/simultan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) pada PT. BNI Syariah KC Palembang.

#### **b. Uji T (Parsial)**

Uji T (Parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel Etika ( $X_1$ ) dan Pelayanan Prima ( $X_2$ ) secara individu/parsial



berpengaruh terhadap variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

Maka hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji T (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.499	1.673		2.690	.008
	TOTAL_X1	.379	.080	.472	4.718	.000
	TOTAL_X2	.275	.087	.315	3.150	.002

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

*Sumber: Data diolah, 2017*

Uji T dikatakan berpengaruh jika nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari  $T_{tabel} > 1,984$ . Sebaliknya apabila nilai  $T_{hitung}$  lebih kecil dari  $T_{tabel} < 1,984$  maka uji T dikatakan tidak berpengaruh. Sedangkan variabel penelitian dikatakan signifikan apabila nilai  $Sig < 0,05$ .

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, maka dapat dijelaskan masing-masing variabel Etika ( $X_1$ ) dan Pelayanan Prima ( $X_2$ ) secara individu/parsial berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y) pada PT. BNI Syariah KC Palembang :

- a. Pengaruh variabel Etika ( $X_1$ ) secara individu/parsial terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Berdasarkan tabel 4.9 diatas, maka dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel Etika ( $X_1$ ) sebesar = 4,718, hal ini artinya  $t_{hitung} 4,718 > t_{tabel} 1,984$  dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$

diterima. Maka ada pengaruh positif dan signifikan antara Etika ( $X_1$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

- b. Pengaruh variabel Pelayanan Prima ( $X_2$ ) secara individu/parsial terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Berdasarkan tabel 4.9 diatas, maka dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk Pelayanan Prima ( $X_2$ ) sebesar = 3,150, hal ini berarti  $t_{hitung}$  3,150 >  $t_{tabel}$  1,984 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka ada pengaruh positif dan signifikan antara Pelayanan Prima ( $X_2$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

**c. Uji Koefisien Determinasi / *R Square* ( $R^2$ )**

Uji Koefisien Determinasi (*R Square*), ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Hasil perhitungan *R Square* dapat dilihat pada output *Model Sumarry*. Pada kolom *R Square* dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Adapun tabel yang disajikan dibawah ini:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji *R Square***

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 <sup>a</sup>	.536	.526	1.696

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

b. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.17 hasil output di atas menunjukkan bahwa pada kolom *R Square* diketahui jumlah persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas adalah sebesar 0,536 atau 53%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (Etika dan Pelayanan Prima) terhadap variabel terikat (Tingkat Kepuasan Nasabah) adalah sebesar 53%, sedangkan sisanya 47% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

#### **D. Pembahasan**

##### **1. Pengaruh etika terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. BNI Syari'ah KC Palembang**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dijelaskan variabel Etika (X<sub>1</sub>) berpengaruh secara signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Hal ini didukung dan diperkuat oleh Uji T(Partial) yang menghasilkan nilai sig.t sebesar 0,000 dimana < (0,05). Dan berdasarkan hasil dari uji t pada tabel, maka dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel

Etika ( $X_1$ ) sebesar = 4,718, hal ini artinya  $t_{hitung} 4,718 > t_{tabel} 1,984$  dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka ada pengaruh positif dan signifikan antara Etika ( $X_1$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah ( $Y$ ).

Sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rumana Novita S. Tarihoran (2014) berjudul “Pengaruh Etika Perilaku *Customer Service* Terhadap Kepuasan nasabah pada PT. BNI (Persero) Tbk. Kantor Layanan Bumi Seroja Medan” menyatakan bahwa etika memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah.<sup>65</sup>

Sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Miftachu Amalina Mahbab (2017) berjudul “Pengaruh Etika Perilaku Karyawan Terhadap Kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah di BMT Dinar Amanu Panjerejo Rejotangan Tulung Agung.” menyatakan bahwa etika memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup>Rumana Novita S., “Pengaruh etika perilaku *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah pada BNI Kantor Layanan Bumi Seroja Medan”. Skripsi: S1, 2014.

<sup>66</sup>Miftachu Amalina Mahbab, *Pengaruh Etika Perilaku Karyawan Terhadap Kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah di BMT Dinar Amanu Panjerejo Rejotangan Tulung Agung*. Skripsi: S1, 2017.

## 2. Bagaimana pengaruh pelayanan prima *Customer Service* terhadap tingkat kepuasan nasabah PT. BNI Syari'ah KC Palembang

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dijelaskan variabel Pelayanan Prima ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Hal ini didukung dan diperkuat oleh Uji T (Partial) yang menghasilkan nilai sig.t sebesar 0,002 dimana  $< (0,05)$ . Dan berdasarkan hasil dari uji t pada tabel, maka dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk Pelayanan Prima ( $X_2$ ) sebesar = 3,150, hal ini berarti  $t_{hitung}$  3,150  $>$   $t_{tabel}$  1,984 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka ada pengaruh positif dan signifikan antara Pelayanan Prima ( $X_2$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

Sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Handini Khaerunisa (2013) berjudul "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah" menyatakan bahwa pelayanan prima memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.<sup>67</sup>

Sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Julian Valentino berjudul "Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellent*) Terhadap Kepuasan Pelanggan" menyatakan bahwa pelayanan prima memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.<sup>68</sup>

---

<sup>67</sup>Handini Khaerunisa, *Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah*. Jurnal Studia Akuntansi dan Bisnis, Vol 1. No.1, 2013.

<sup>68</sup>Julian Valentino, *Pengaruh Pelayanan Prima (*Service Excellent*) Terhadap Kepuasan Nasabah*. Skripsi: S1.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji dan analisa penelitian tentang pengaruh etika dan pelayanan prima *customer service* terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. BNI Syariah KC Palembang, maka kesimpulan yang dapat ditarik oleh penulis.

1. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dijelaskan variabel Etika ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Maka ada pengaruh positif dan signifikan antara Etika ( $X_1$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).
2. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dijelaskan variabel Pelayanan Prima ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y). Maka ada pengaruh positif dan signifikan antara Pelayanan Prima ( $X_2$ ) terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Y).

#### B. Saran

1. Dalam meningkatkan layanan agar lebih memuaskan, *customer service* PT. BNI Syariah KC Palembang harus memberikan inovasi baru seperti memberi cenderamata bagi setiap nasabah baru.
2. Nasabah yang puas akan setia lebih lama. Maka sebaiknya pihak manajemen PT. BNI Syariah KC Palembang melakukan pemeliharaan (*maintenancing*) dan pengukuran terhadap kepuasan nasabah. Langkah

tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan nasabah.

3. Etika dan pelayanan prima adalah kunci kenyamanan nasabah maka pihak manajemen PT. BNI Syariah KC Palembang tiada hentinya memotivasi customer service agar tetap prima melayani nasabah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M.Yatimin. 2006. *Pengantar Studi Etika*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Al Arif, M. Nur Rianto. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*, Yogyakarta: Gava Media
- Hasibuan, Malayu S.P. 2007. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Hartono. 2008. *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kasmir, 2003. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kasmir. 2008. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kasmir. 2014. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya: Edisi Revisi*. Jakarta : PT Raja Grafindo
- Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Indonesia: Macanan Jaya Cemerlang
- Latumaerissa, Julius. R. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Salemba Empat
- Nasution. 2008. *Metode Reserch*. Jakarta: Bumi Aksara
- Noor, J. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks
- Poedjawiyatna. 2003. *Etika Filsafat Tingkah Laku*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Prasetyo, Bambang. D. 2010. *Public Service Communication (Praktik Komunikasi dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah-Kisah Pelayanan*. Malang: UMM Press
- Ratminto dan Winarsih, Atik. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar



- Riduan. 2014. *Metode Riset*. Jakarta: Rineka Cipta
- Rosadi, R. 2012. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Wali Pers
- Saladin, D. 1994. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Bank*. Jakarta: Rajawali
- Simorangkir. 2003. *ETIKA : Bisnis, Jabatan, dan Perbankan*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Soejitno dan Abdul. 2004. *Etika Perbankan*. Jakarta : Batavia Press
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian Manajemen*. Alfabeta: Yogyakarta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukirno, S. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Kencana
- Sunarto, Z. 2007. *Panduan Praktis Transaksi Perbankan Syari'ah*. Jakarta : Zikrul Hakim
- Tjiptono, Fandy dan Anastisa Diana. 2003. *Total Quality Manajemen*, edisi revisi. Yogyakarta : Andy



UIN  
RADEN FATAH  
PALEMBANG

# LAMPIRAN

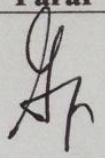
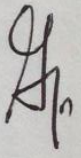

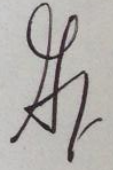


**RADEN FATAH  
PALEMBANG**

## LEMBARAN KONSULTASI TUGAS AKHIR

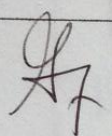
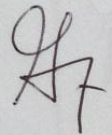
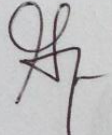
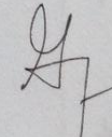
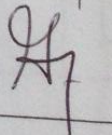
Nama : Wijaya Lefi Yandie  
 Nim : 14180223  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Jurusan : D3 Perbankan Syari'ah  
 Judul Tugas Akhir : **PENGARUH ETIKA DAN PELAYANAN PRIMA  
 CUSTOMER SERVICE TERHADAP TINGKAT  
 KEPUASAN NASABAH PADA PT. BNI SYARI'AH  
 KC PALEMBANG**

Pembimbing 1 : **Mufti Fiandi, M.Ag**

No	Hari/Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
6)	21 Juli 2017	- kesimpulan - Pembahasan	
7)	24 Juli 2017	- Penulisan Footnote ditambahkan	
8)	24 Juli 2017	- Teknik penulisan	
9)	25 Juli 2017	ACC siap diupikan	

## LEMBARAN KONSULTASI TUGAS AKHIR







**Nama** : Wijaya Lefi Yandie  
**Nim** : 14180223  
**Fakultas** : Ekonomi dan Bisnis Islam  
**Jurusan** : D3 Perbankan Syari'ah  
**Judul Tugas Akhir** : **PENGARUH ETIKA DAN PELAYANAN PRIMA CUSTOMER SERVICE TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA PT. BNI SYARI'AH KC PALEMBANG**  
**Pembimbing 1** : **Mufti Fiandi, M.Ag**

No	Hari/Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
1	26 Mei 2017	BAB I - III 1. perbaiki Latar Belakang 2. perbaiki Tujuan Penelitian 3. Indikator Kepuasan Nasabah	
2	29 Mei 2017	1. Perbaiki Latar belakang 2. Perbaiki penulisan latar belakang	
3	30 Mei 2017	1. Perbaiki daftar pustaka	
4	31 Mei 2017	Acc bab I s/d III	
5	21 Juli 2017	Koreksi Bab IV	

## LEMBARAN KONSULTASI TUGAS AKHIR

Nama : Wijaya Lefi Yandie  
 Nim : 14180223  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
 Judul Tugas Akhir : **PENGARUH ETIKA PERILAKU DAN PELAYANAN PRIMA CUSTOMER SERVICE TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA PT. BNI SYARI'AH KC PALEMBANG**

Pembimbing 2 : Lemiyana, SE., M.Si.

No	Hari/Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
1.	21 - 3 - 2017	Bab I - II - Revisi secara kambungan minggu depan per Bab saja Bab I terlebih dahulu	
2	24 - 3 - 2017	Bab I - Penulisan fenomena harus terdapat sesuai dg judul. 0 - Perhatikan Catatan juga	
3	4 - 4 - 2017	ACC Bab I lanjutan Bab II or III	
4	25 - 4 - 2017	Bab II - III - Bawa bab I juga - Kerangka konseptual - Hipotesis sesuai dg rumusan	
5	5 - 5 - 2017	Bab II - III - Bahasa yang harus ming. - Penulisan prosedur yg benar - Populasi & sample alasananya	
6	19 - 5 - 2017	Bab II - III - ACC Bab I - III, (a pembimbing II	

## LEMBARAN KONSULTASI TUGAS AKHIR

Nama : Wijaya Lefi Yandie  
Nim : 14180223  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH ETIKA DAN PELAYANAN PRIMA  
CUSTOMER SERVICE TERHADAP TINGKAT  
KEPUASAN NASABAH PADA PT. BNI SYARI'AH  
KC PALEMBANG**

Pembimbing 2 : Lemiyana, SE., M.Si.

No	Hari/Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Paraf
7	13 - 6 - 2017	ACC kuisi layanan	P.
8	19 - 7 - 2017	Bab 4 - 5 Ker. perbankan	LO
9	20 - 7 - 2017	ACC TA fiap - / dngi	LO

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
X1.1	Pearson Correlation	1	,356**	,495**	,273**	,340**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,006	,001
	N	99	99	99	99	99
X1.2	Pearson Correlation	,356**	1	,337**	,322**	,302**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,001	,002
	N	99	99	99	99	99
X1.3	Pearson Correlation	,495**	,337**	1	,541**	,619**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,000	,000
	N	99	99	99	99	99
X1.4	Pearson Correlation	,273**	,322**	,541**	1	,492**
	Sig. (2-tailed)	,006	,001	,000		,000
	N	99	99	99	99	99
X1.5	Pearson Correlation	,340**	,302**	,619**	,492**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,002	,000	,000	
	N	99	99	99	99	99
X1.6	Pearson Correlation	,502**	,318**	,508**	,276**	,454**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,006	,000
	N	99	99	99	99	99
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,692**	,629**	,806**	,687**	,743**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000

N	99	99	99	99	99
---	----	----	----	----	----

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
X2.1	Pearson Correlation	1	,198*	,183	,308**	,387**
	Sig. (2-tailed)		,049	,070	,002	,000
	N	99	99	99	99	99
X2.2	Pearson Correlation	,198*	1	,326**	,267**	,285**
	Sig. (2-tailed)	,049		,001	,008	,004
	N	99	99	99	99	99
X2.3	Pearson Correlation	,183	,326**	1	,421**	,287**
	Sig. (2-tailed)	,070	,001		,000	,004
	N	99	99	99	99	99
X2.4	Pearson Correlation	,308**	,267**	,421**	1	,289**
	Sig. (2-tailed)	,002	,008	,000		,004
	N	99	99	99	99	99
X2.5	Pearson Correlation	,387**	,285**	,287**	,289**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,004	,004	
	N	99	99	99	99	99
X2.6	Pearson Correlation	,255*	,219*	,145	,213*	,437**



	Sig. (2-tailed)	,011	,030	,151	,034	,000
	N	99	99	99	99	99
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,623**	,585**	,620**	,654**	,705**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99



### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4
Y1	Pearson Correlation	1	,490**	,140	,273**
	Sig. (2-tailed)		,000	,168	,006
	N	99	99	99	99
Y2	Pearson Correlation	,490**	1	,338**	,406**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000
	N	99	99	99	99
Y3	Pearson Correlation	,140	,338**	1	,247*
	Sig. (2-tailed)	,168	,001		,014
	N	99	99	99	99
Y4	Pearson Correlation	,273**	,406**	,247*	1

	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,014	
	N	99	99	99	99
Y5	Pearson Correlation	,319**	,418**	,284**	,277**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,004	,006
	N	99	99	99	99
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,677**	,774**	,574**	,666**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	99	99	99	99

## Reliability

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,800	6

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,699	6

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,696	5

### Regression



#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,732 <sup>a</sup>	,536	,526	1,696

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

b. Dependent Variable: TOTAL\_Y

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	318,399	2	159,200	55,345	,000 <sup>a</sup>
	Residual	276,146	96	2,877		
	Total	594,545	98			

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X2, TOTAL\_X1

b. Dependent Variable: TOTAL\_Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	4,499	1,673
TOTAL_X1	,379	,080
TOTAL_X2	,275	,087

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics				
	Beta			Tolerance	VIF	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)		2,690	,008					
TOTAL_X1	,472	4,718	,000	,484	2,067			
TOTAL_X2	,315	3,150	,002	,484	2,067			

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	TOTAL_X1	TOTAL_X2
1	1	2,990	1,000	,00	,00	,00
	2	,007	20,600	,97	,21	,08
	3	,003	29,700	,03	,79	,92

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y



**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

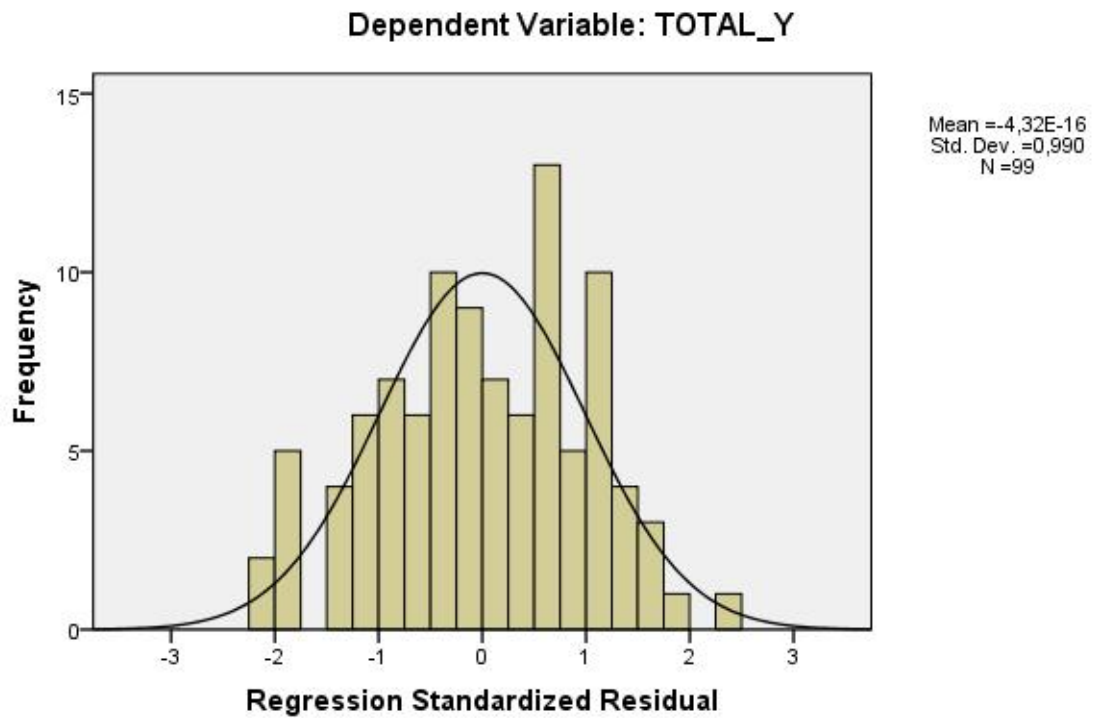
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	13,18	24,14	21,79	1,802	99
Std. Predicted Value	-4,776	1,303	,000	1,000	99
Standard Error of Predicted Value	,174	,845	,278	,101	99
Adjusted Predicted Value	14,23	24,23	21,80	1,757	99
Residual	-3,624	3,929	,000	1,679	99
Std. Residual	-2,137	2,317	,000	,990	99
Stud. Residual	-2,186	2,364	-,002	1,009	99
Deleted Residual	-4,231	4,091	-,008	1,747	99
Stud. Deleted Residual	-2,231	2,423	-,003	1,017	99
Mahal. Distance	,041	23,357	1,980	2,948	99

Cook's Distance	,000	,515	,014	,053	99
Centered Leverage Value	,000	,238	,020	,030	99

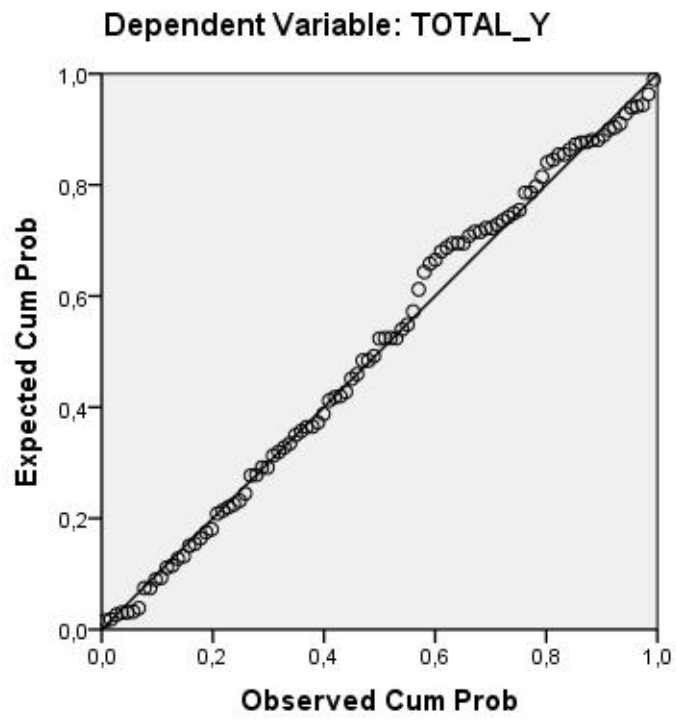
a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

## Charts

### Histogram



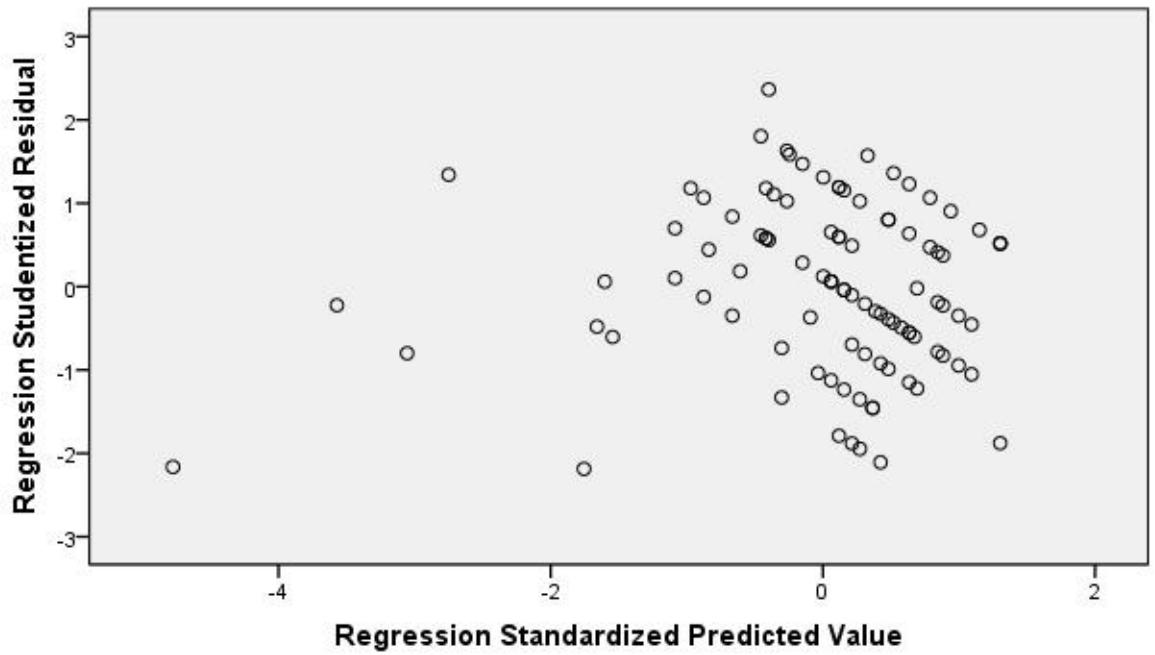
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**RADEN FATAH**  
**PALEMBANG**

### Scatterplot

Dependent Variable: TOTAL\_Y



**RADEN FATAH  
PALEMBANG**

MEANS TABLES=TOTAL\_Y BY TOTAL\_X1 TOTAL\_X2

/CELLS MEAN COUNT STDDEV

/STATISTICS LINEARITY.



## Means

### Notes

Output Created		18-Jun-2017 22:33:13
Comments		
Input	Data	D:\Tugas Wijaya\DATA WIJAYA.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	99
Missing Value Handling	Definition of Missing	For each dependent variable in a table, user-defined missing values for the dependent and all grouping variables are treated as missing.
	Cases Used	Cases used for each table have no missing values in any independent variable, and not all dependent variables have missing values.
Syntax		MEANS TABLES=TOTAL_Y BY TOTAL_X1 TOTAL_X2  /CELLS MEAN COUNT STDDEV  /STATISTICS LINEARITY.
Resources	Processor Time	00:00:00,031
	Elapsed Time	00:00:00,016

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
TOTAL_Y * TOTAL_X1	99	100,0%	0	,0%	99	100,0%
TOTAL_Y * TOTAL_X2	99	100,0%	0	,0%	99	100,0%



**TOTAL\_Y \* TOTAL\_X1**

**Report**

TOTAL\_Y

TOTAL_X1	Mean	N	Std. Deviation
12	10,00	1	.

17	15,00	1	.
18	17,00	2	2,828
21	18,00	1	.
22	18,33	3	3,055
23	19,67	3	1,528
24	22,29	7	1,254
25	21,75	4	1,258
26	21,93	15	1,580
27	21,94	18	1,662
28	21,81	16	1,905
29	23,27	15	1,486
30	23,15	13	1,519
Total	21,79	99	2,463



**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df
TOTAL_Y * TOTAL_X1	Between Groups	(Combined)	354,093	12
		Linearity	289,858	1
		Deviation from Linearity	64,235	11
	Within Groups		240,453	86
	Total		594,545	98

**ANOVA Table**

			Mean Square
TOTAL_Y * TOTAL_X1	Between Groups	(Combined)	29,508
		Linearity	289,858
		Deviation from Linearity	5,840
	Within Groups		2,796

**ANOVA Table**

			F	Sig.
TOTAL_Y * TOTAL_X1	Between Groups	(Combined)	10,554	,000
		Linearity	103,670	,000
		Deviation from Linearity	2,089	,030

  
**RADEN FATAH**

**Measures of Association**

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
TOTAL_Y * TOTAL_X1	,698	,488	,772	,596

# TOTAL\_Y \* TOTAL\_X2

## Report

TOTAL\_Y

TOTAL_X2	Mean	N	Std. Deviation
15	10,00	1	.
16	15,00	1	.
18	15,00	1	.
20	19,00	1	.
21	16,50	2	2,121
22	20,50	2	2,121
23	21,50	4	2,887
24	21,55	11	1,508
25	22,00	9	2,291
26	22,12	17	1,536
27	22,10	21	1,513
28	22,38	13	1,660
29	23,33	6	1,862
30	23,20	10	1,476
Total	21,79	99	2,463

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df
TOTAL_Y * TOTAL_X2	Between Groups	(Combined)	342,234	13
		Linearity	254,367	1
		Deviation from Linearity	87,866	12
	Within Groups		252,312	85
	Total		594,545	98



**ANOVA Table**

			Mean Square
TOTAL_Y * TOTAL_X2	Between Groups	(Combined)	26,326
		Linearity	254,367
		Deviation from Linearity	7,322
	Within Groups		2,968

**PALEMBANG**

**ANOVA Table**

			F	Sig.
TOTAL_Y * TOTAL_X2	Between Groups	(Combined)	8,869	,000
		Linearity	85,693	,000
		Deviation from Linearity	2,467	,008

**Measures of Association**

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
TOTAL_Y * TOTAL_X2	,654	,428	,759	,576



## KUISIONER

### PENGARUH ETIKA DAN PELAYANAN PRIMA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA PT BNI SYARIAH KC PALEMBANG

*Assalamualikum Wr.Wb*

Sehubungan dengan penelitian yang penulis lakukan, guna penyusunan tugas akhir Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, maka dengan kerendahan hati, penulis mohon kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi angket berikut.

Angket ini terdiri dari beberapa bagian dan masing-masing disertai petunjuk pengisian tersendiri dan mohon identitas dan pertanyaan diisi dengan lengkap.

Atas kesediaan meluangkan waktu dan partisipasi anda semua sangat berarti bagi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini, dan semoga akan bermanfaat serta mendapat balasan yang terbaaik dari Allah SWT.

Demikian pengantar dari penulis, atas kerjasama bapak/ibu/saudara/i penulis mengucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Palembang, 31 Mei 2017

Hormat Saya,  
Peneliti

Wijaya Lefi Yandie  
NIM: 14180223



## I. Pertanyaan Profil Responden

Jawablah pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda (x) pada salah satu pertanyaan berikut sesuai dengan realita anda.

### 1. Jenis kelamin

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

### 2. Pekerjaan

- a. Mahasiswa
- b. Pegawai swasta
- c. PNS
- d. Wiraswasta
- e. POLRI/TNI

### 3. Usia

- a. <20 tahun
- b. 21-30 tahun
- c. 31-40 tahun
- d. > 41 tahun

### 4. Pendidikan

- a. SD
- b. SMP
- c. SMA/SMK
- d. Diploma
- e. Sarjana
- f. Magister

Petunjuk pengisian:

- a. Isilah semua nomor dalam angket ini dan sebaiknya jangan ada yang terlewatkan.
- b. Pengisian jawaban cukup dengan memberi tanda (X atau √) pada pernyataan yang dianggap sesuai dengan pendapat responden (satu jawaban dalam setiap nomor pernyataan).
- c. Pilihlah jawaban:
  - 1. Sangat Tidak Setuju (STS)
  - 2. Tidak Setuju (TS)
  - 3. Ragu-Ragu (R)
  - 4. Setuju (S)
  - 5. Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
Kuisisioner Etika (X <sub>1</sub> )						
A.	Sikap dan Perilaku					
1.	Masing-masing <i>Customer Service</i> sopan dalam melayani nasabah.					
B.	Penampilan					
2.	Setiap <i>Customer Service</i> berpenampilan menarik dari segi kerapian dan kebersihan.					
C.	Berpakaian					
3.	Masing-masing <i>Customer Service</i> berpakaian yang pantas dilihat.					
D.	Berbicara					
4.	Setiap <i>Customer Service</i> menggunakan bahasa yang baik dan benar kepada nasabah.					
E.	Bertanya					
5.	Setiap <i>Customer Service</i> mengerti baik masalah atau pertanyaan nasabah.					
F.	Gerak-gerik					
6.	Ekspresi <i>Customer Service</i> kepada nasabah selalu ceria dalam memberikan pelayanan.					

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
Kuisisioner Pelayanan Prima (X <sub>2</sub> )						
A.	Sikap ( <i>Empathy</i> )					
7.	<i>Customer Service</i> memberikan perhatian individual kepada nasabah.					
8.	<i>Customer Service</i> selalu menunjukkan kesabaran dan perhatiannya kepada nasabah					
9.	<i>Customer service</i> selalu semangat dalam melayani nasabah dan bersikap akrab dengan nasabah					
B.	Kehandalan ( <i>Reliability</i> )					
10.	<i>Customer Service</i> selalu menepati janjinya dengan nasabah.					
11.	<i>Customer Service</i> selalu merespon keluhan nasabahnya dengan cepat dan tepat					
12.	<i>Customer Service</i> mampu menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah.					

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
Kuisisioner Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)						
A.	<i>Expectations</i> (harapan)					
13.	Nasabah berharap bahwa produk dan jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan.					
B.	<i>Performance</i> (kinerja)					
14.	Nasabah merasa puas akan produk atau jasa yang sudah diterima setelah menggunakan produk atau jasa.					
C.	<i>Comparison</i> (perbandingan)					
15.	Produk atau jasa yang diterima sesuai harapan nasabah setelah menerimanya.					
D.	<i>Confirmation</i> atau <i>Disconfirmation</i>					
16.	Nasabah merasa puas ketika produk atau jasa sesuai atau melebihi harapan nasabah.					
E.	<i>Discrepancy</i> (ketidaksesuaian)					
17.	Produk atau jasa yang diberikan berada di atas harapan.					



**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5  
Telp. (0711) 354668, Website:<http://radenfatah.ac.id>

**Formulir C.2**

**No. :**  
**Hal : *Persetujuan Tugas Akhir Untuk Diuji***

Kepada Yth.  
Ketua Program Studi  
D3 Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Raden Fatah  
di  
Palembang

***Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Kami menyampaikan bahwa Tugas Akhir mahasiswa :


**Nama : Wijaya Lefi Yandie**  
**NIM : 14180223**  
**Program Studi : D3 Perbankan Syariah**  
**Judul Tugas Akhir : Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima *Customer Service* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah PT.BNI Syariah KC Palembang.**

Telah selesai dibimbing seluruhnya dan dapat diajukan untuk mengikuti Ujian Munaqasyah Tugas Akhir.

Demikianlah pemberitahuan kami, bersama ini dilampirkan Tugas Akhir mahasiswa yang bersangkutan.

***Wassalamuaalaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

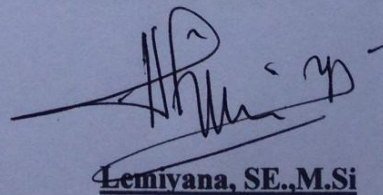
**Pembimbing Utama**

  
**Mufti Fiandi, M.Ag**

**NIP. 197605252007101005**

**Palembang, Juli 2017**

**Pembimbing Kedua**

  
**Lemiyana, SE., M.Si**

**NIP. 140601101342**

NO	ETIKA						TOTAL X1	PELAYANAN PRIMA						TOTAL X2	TINGKAT KEPUASAN NASABAH					TOTAL Y												
	X1.1		X1.2		X1.3			X1.4		X1.5		X1.6			X2.1		X2.2		X2.3		X2.4		X2.5		X2.6		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		X2.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5						X2.6
1	5	4	5	5	5	5	29	5	4	4	4	4	5	4	26	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	24			
2	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	22			
3	5	4	5	5	4	4	27	4	5	5	5	4	3	26	4	4	5	4	3	26	4	4	5	4	5	4	5	5	22			
4	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	4	4	27	5	5	4	4	4	27	5	5	4	5	5	5	5	5	24			
5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	25			
6	5	5	4	4	4	5	27	4	5	4	4	4	5	26	5	5	4	4	5	26	5	5	3	4	5	5	5	5	22			
7	4	3	3	4	5	3	22	4	3	3	3	4	4	21	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	3	3	15			
8	4	5	4	5	4	4	26	5	5	5	4	4	5	28	4	4	4	4	5	28	4	4	4	4	5	5	5	5	22			
9	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	4	4	29	5	5	5	5	5	5	5	5	25			
10	4	4	5	5	5	5	28	5	5	3	4	5	4	26	3	4	4	5	4	26	3	4	5	5	5	5	5	3	20			
11	4	5	5	5	5	5	29	5	5	3	5	4	5	27	5	5	4	5	4	27	5	5	5	5	5	5	5	4	24			
12	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	15			
13	4	5	5	5	5	4	28	5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	5	30	3	5	5	5	5	5	5	5	23			
14	4	4	4	5	5	5	27	5	4	4	4	4	3	24	5	5	4	3	24	5	5	5	4	5	4	5	5	5	24			
15	5	5	4	4	4	5	27	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	5	5	25			
16	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	25			
17	5	4	5	5	5	5	29	4	3	4	5	5	5	26	5	5	4	5	5	26	5	5	3	4	4	4	4	4	21			
18	5	5	5	4	4	5	28	5	4	4	5	5	4	27	5	5	5	4	4	27	5	5	5	4	3	5	5	5	22			
19	4	4	5	5	4	5	27	5	5	4	5	4	4	27	3	4	4	4	4	27	3	4	4	4	4	4	4	4	19			
20	5	5	4	4	3	5	27	5	5	5	4	5	5	29	3	5	4	5	5	29	3	5	5	4	4	5	5	5	22			









90	5	4	5	5	5	4	28	5	4	5	4	4	4	4	5	4	25	4	5	5	5	5	5	5	5	5	24
91	5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	5	5	5	5	5	26	4	4	5	3	5	5	5	5	5	21
92	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	5	5	5	28	4	5	4	5	5	5	5	5	5	23
93	5	4	4	4	4	5	26	4	3	5	5	3	4	4	5	5	24	5	5	4	5	5	5	5	5	5	24
94	5	4	5	5	3	5	27	4	5	5	5	3	4	4	5	5	26	3	4	5	4	5	4	4	4	4	20
95	5	5	5	5	3	4	27	5	4	4	5	5	5	5	5	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20
96	4	4	4	5	5	4	26	5	4	4	4	3	4	4	5	24	5	3	3	4	5	4	5	5	5	5	22
97	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	3	3	5	28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	25
98	5	5	5	5	5	5	30	5	3	4	4	5	3	3	5	24	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	22
99	4	3	5	5	5	5	27	4	4	4	4	5	5	5	5	26	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	23

no.	Jenis Kelamin	Kode	Pekerjaan	Kode	Usia	Kode	Pendidikan	Kode
1	Laki-Laki	1	Mahasiswa	1	<20 Th	1	SMA	3
2	Perempuan	2	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	DIPLOMA	4
3	Perempuan	2	PNS	3	>41 Th	4	SARJANA	5
4	Laki-Laki	1	Wiraswasta	4	21-30 Th	2	SMA	3
5	Perempuan	2	POLRI/TNI	5	21-30 Th	2	SMA	3
6	laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	21-30 Th	2	SMA	3
7	Perempuan	2	Pegawai Swasta	2	21-30 Th	2	SMA	3
8	Perempuan	2	Wiraswasta	4	21-30 Th	2	SMA	3
9	Laki-Laki	1	Wiraswasta	4	21-30 Th	2	SMA	3
10	Laki-Laki	1	Mahasiswa	1	21-30 Th	2	SMA	3
11	Perempuan	2	Mahasiswa	1	21-30 Th	2	SMA	3
12	Perempuan	2	Wiraswasta	4	21-30 Th	2	SMA	3
13	Perempuan	2	Wiraswasta	4	21-30 Th	2	SMA	3
14	Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	<20 Th	1	SARJANA	5
15	Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SARJANA	5
16	Laki-Laki	1	POLRI/TNI	5	31-40 Th	3	SARJANA	5
17	Perempuan	2	PNS	3	31-40 Th	3	SARJANA	5
18	Perempuan	2	PNS	3	31-40 Th	3	SARJANA	5
19	Perempuan	2	PNS	3	31-40 Th	3	SARJANA	5
20	Perempuan	2	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SARJANA	5
21	Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	>41 Th	4	SMA	3
22	Laki-Laki	1	Mahasiswa	1	21-30 Th	2	SMA	3
23	Laki-Laki	1	Mahasiswa	1	21-30 Th	2	SMA	3

24 Perempuan	2	Mahasiswa	1	21-30 Th	2	SMA	3
25 Perempuan	2	POLRI/TNI	5	31-40 Th	3	DIPLOMA	4
26 Perempuan	2	POLRI/TNI	5	31-40 Th	3	DIPLOMA	4
27 Laki-Laki	1	Wiraswasta	4	21-30 Th	2	DIPLOMA	4
28 Laki-Laki	1	Wiraswasta	4	21-30 Th	2	DIPLOMA	4
29 Perempuan	2	PNS	3	21-30 Th	2	SARJANA	5
30 Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SARJANA	5
31 Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SARJANA	5
32 Perempuan	2	Mahasiswa	1	<20 Th	1	SMA	3
33 Perempuan	2	Mahasiswa	1	<20 Th	1	SMA	3
34 Laki-Laki	1	PNS	3	31-40 Th	3	MAGISTER	6
35 Perempuan	2	POLRI/TNI	5	31-40 Th	3	DIPLOMA	4
36 Perempuan	2	Wiraswasta	4	31-40 Th	3	SMA	3
37 Laki-Laki	1	Wiraswasta	4	31-40 Th	3	SMA	3
38 Laki-Laki	1	POLRI/TNI	5	21-30 Th	2	SMA	3
39 Perempuan	2	PNS	3	21-30 Th	2	MAGISTER	6
40 Perempuan	2	Wiraswasta	4	21-30 Th	2	SMA	3
41 Perempuan	2	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SMA	3
42 Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SMA	3
43 Laki-Laki	1	Mahasiswa	1	21-30 Th	2	SMA	3
44 Perempuan	2	Mahasiswa	1	21-30 Th	2	SMA	3
45 Perempuan	2	PNS	3	>41 Th	4	DIPLOMA	4
46 Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	>41 Th	4	DIPLOMA	4
47 Laki-Laki	1	Wiraswasta	4	31-40 Th	3	SMA	3
48 Perempuan	2	POLRI/TNI	5	>41 Th	4	SARJANA	5

49	Perempuan	2	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SARJANA	5
50	Perempuan	2	PNS	3	31-40 Th	3	SARJANA	5
51	Laki-Laki	1	Mahasiswa	1	<20 Th	1	SMA	3
52	Laki-Laki	1	Mahasiswa	1	<20 Th	1	SMA	3
53	Perempuan	2	Pegawai Swasta	2	21-30 Th	2	SARJANA	5
54	Perempuan	2	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SARJANA	5
55	Laki-Laki	1	PNS	3	21-30 Th	2	DIPLOMA	4
56	Perempuan	2	POLRI/TNI	5	>41 Th	4	DIPLOMA	4
57	Perempuan	2	POLRI/TNI	5	>41 Th	4	DIPLOMA	4
58	Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SARJANA	5
59	Laki-Laki	1	Mahasiswa	1	<20 Th	1	SMA	3
60	Laki-Laki	1	PNS	3	21-30 Th	2	MAGISTER	6
61	Perempuan	2	Wiraswasta	4	21-30 Th	2	SMA	3
62	Perempuan	2	Wiraswasta	4	21-30 Th	2	SMA	3
63	Laki-Laki	1	Wiraswasta	4	31-40 Th	3	SARJANA	5
64	Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SARJANA	5
65	Laki-Laki	1	PNS	3	>41 Th	4	SARJANA	5
66	Perempuan	2	PNS	3	>41 Th	4	SARJANA	5
67	Perempuan	2	POLRI/TNI	5	>41 Th	4	SARJANA	5
68	Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SMA	3
69	Laki-Laki	1	Mahasiswa	1	<20 Th	1	SMA	3
70	Perempuan	2	Mahasiswa	1	<20 Th	1	SMA	3
71	Perempuan	2	PNS	3	21-30 Th	2	SARJANA	5
72	Perempuan	2	PNS	3	21-30 Th	2	SARJANA	5
73	Perempuan	2	Mahasiswa	1	<20 Th	1	SMA	3

74	Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SMA	3
75	Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SMA	3
76	Laki-Laki	1	Wiraswasta	4	31-40 Th	3	SARJANA	5
77	Perempuan	2	Wiraswasta	4	31-40 Th	3	SARJANA	5
78	Perempuan	2	Pegawai Swasta	2	21-30 Th	2	SARJANA	5
79	Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	21-30 Th	2	DIPLOMA	4
80	Perempuan	2	PNS	3	>41 Th	4	SARJANA	5
81	Laki-Laki	1	POLRI/TNI	5	>41 Th	4	SMA	3
82	Perempuan	2	Mahasiswa	1	21-30 Th	2	SMA	3
83	Perempuan	2	PNS	3	>41 Th	4	SARJANA	5
84	Laki-Laki	1	PNS	3	31-40 Th	3	SMA	3
85	Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SARJANA	5
86	Perempuan	2	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SMA	3
87	Perempuan	2	Wiraswasta	4	21-30 Th	2	SARJANA	5
88	Laki-Laki	1	Wiraswasta	4	21-30 Th	2	SARJANA	5
89	Perempuan	2	POLRI/TNI	5	31-40 Th	3	DIPLOMA	4
90	Laki-Laki	1	PNS	3	31-40 Th	3	MAGISTER	6
91	Perempuan	2	Mahasiswa	1	21-30 Th	2	SMA	3
92	Perempuan	2	Wiraswasta	4	21-30 Th	2	SARJANA	5
93	Perempuan	2	Pegawai Swasta	2	31-40 Th	3	SMA	3
94	Laki-Laki	1	PNS	3	31-40 Th	3	SARJANA	5
95	Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	21-30 Th	2	SARJANA	5
96	Laki-Laki	1	Pegawai Swasta	2	21-30 Th	2	SARJANA	5
97	Perempuan	2	Wiraswasta	4	21-30 Th	2	DIPLOMA	4
98	Perempuan	2	Wiraswasta	4	31-40 Th	3	SARJANA	5

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Nama : Wijaya Lefi Yandie  
Jenis kelamin : Laki-laki  
Tempat, tanggal lahir : Palembang, 12 juni 1995  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Status perkawinan : Belum Menikah  
Tinggi, berat badan : 165 cm, 67 kg  
Alamat lengkap : Jalan Lukman Idris No.1479 BC RT/RW:15/03 Kel. Sukodadi  
Kec. Sukarami Km. 12 Palembang  
Nomor HP : 081379079695  
E-mail : wijaya.lefiyandie@yahoo.com

### Pendidikan

#### •Formal

2001 – 2007 : SD Negeri 156 Palembang  
2007 – 2010 : SMP Negeri 11 Palembang  
2010 – 2013 : SMA Negeri 13 Palembang  
2014 - sekarang : UIN Raden Fatah Palembang D3 Perbankan Syariah (semester 6)

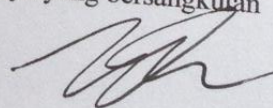
#### •Non Formal

2007 – 2010 : Kursus Bahasa Inggris di Budiwijaya English Course  
2015 : Seminar manajemen keuangan syariah  
2016 : Praktek Kerja Lapangan di BMT Bina inshan Manshurin  
2016 : Praktek Kerja Lapangan di PT. BNI Syariah KC Palembang

**Pengalaman Kerja** : Belum Ada

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Palembang, 25 Juli 2017  
Saya yang bersangkutan



**WIJAYA LEFI YANDIE**

Palembang, 29 Mei 2017

Nomor : PBS/1/438  
Lamp : -

Kepada Yth :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Raden Fatah Palembang  
Di Tempat

Hal : Izin Penelitian

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Surat Saudara Nomor : B.652/Un.09/V1.1/PP.009/05/2017, tanggal 03 Mei 2017

Menunjuk surat Saudara tersebut diatas, sehubungan dengan Izin Penelitian Mahasiswa Universitas Islam Raden Fatah Palembang sebagai berikut :

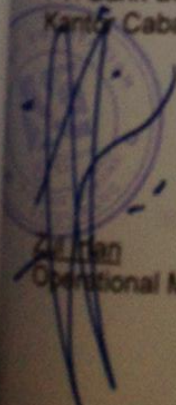
No	Nama	NIM	Jurusan
1	Wijaya Lefi Yandie	14180223	Perbankan Syariah

dengan ini kami sampaikan bahwa izin penelitian tersebut dapat diperkenankan sepanjang tidak berkaitan dengan kerahasiaan Bank, wajib menjadi nasabah PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang, dan menyerahkan hasil penelitian saudara kepada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang.

Demikian agar maklum. Atas perhatian dan kerjasama Saudara kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

PT. Bank BNI Syariah  
Kantor Cabang Palembang



Operational Manager





PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Formulir B.1

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) Lembar  
Hal : *Permohonan kesediaan  
menjadi pembimbing Tugas Akhir*

Kepada Yth.

1. **Mufti Fiandi, M.Ag** (Pembimbing 1)

2. **Lemiyana, SE., M.Si** (Pembimbing 2)

*Assalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Dengan ini kami mohon kesediaan bapak/ibu untuk menjadi pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa :

Nama : Wijaya Lefi Yandie

Nim : 14180223

Program Studi : D.III Perbankan Syariah

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Etika dan Pelayanan Prima Customer Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Palembang

Bersama ini pula kami lampirkan rumusan pokok-pokok permasalahan Tugas Akhir mahasiswa yang bersangkutan. Demikianlah, atas kesediaan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

*Wassalamua'alaikum, Wr, Wb.*

Ketua Program Studi

Dinnul Alfian Akbar, SE., M.Si  
NIP: 197803272003121003

Menyetujui Pembimbing Utama

Mufti Fiandi, M.Ag  
NIP. 197605252007101005

Menyetujui Pembimbing kedua

Lemiyana, SE., M.Si  
NIP. 140601101342