

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KUALITAS  
PELAYANAN PADA NASABAH PRODUK TABUNGAN DI  
BMT INSAN MULIA PALEMBANG**



Oleh:  
**SUYATMI**  
NIM: 14180213

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah  
Palembang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madyah  
(AMd)**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
PRODI D3 PERBANKAN SYARI'AH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG**

**2018**



**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH  
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 D3 PERBANKAN SYARIAH**

Nama : Suyatmi  
NIM : 14180213  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah  
Judul Tugas Akhir : Faktor-Faktor Yang Menentukan Kualitas Pelayanan Pada Nasabah Produk Tabungan Di BMT Insan Mulia Palembang

Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal, 14 April 2018

**PANITIA UJIAN MUNAQASYAH**

Tanggal	12-07-2018	Pembimbing Utama	: RA. Ritawati, SE, M.HI, M.Si
		t.t	:
Tanggal	10-07-2018	Pembimbing Kedua	: Aziz Septiati, SE, M.Si
		t.t	:
Tanggal	12-07-2018	Penguji Utama	: Rudi Aryanto, S.Si, M.Si
		t.t	:
Tanggal	12-07-2018	Penguji Kedua	: Aryanti, SE, M.M
		t.t	:
Tanggal	12-08-2018	Ketua	: Rika Lidyah, S.E., M. SI, Ak.,CA
		t.t	:
Tanggal	12-07-2018	Sekretaris	: Mila Gustahartati, S.Ag, M.Hum
		t.t	:

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suyatmi

NIM : 14180213

Jurusan : D.III Perbankan Syariah

Judul Tugas Akhir : Faktor-Faktor Yang Menentukan Kualitas Pelayanan Pada Nasabah  
Produk Tabungan di BMT Insan Mulia Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri. Tugas akhir ini bukanlah plagiat/salinan Tugas Akhir milik orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam catatan kaki atau daftar pustaka.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, maret 2018

Yang membuat pernyataan,



Suyatmi

NIM : 14180213



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**  
Alamat : Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

**PENGESAHAN**

**Skripsi Berjudul : FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KUALITAS  
PELAYANAN PADA NASABAH PRODUK TABUNGAN DI BMT  
INSAN MULIA PALEMBANG**

**Ditulis Oleh : Suyatmi**

**NIM : 14180213**

**Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md).**

**Palembang, April 2018**

**Dekan,**



**Dr. Qodariah Barkah, M.H.I**  
**NIP : 197011261997032002**



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

Formulir C 2

No :  
Hal : *Persetujuan Tugas Akhir Untuk diuji*

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

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Kami menyampaikan bahwa Tugas Akhir mahasiswa:

Nama : Suyatmi

NIM/Program Studi : 14180213 / D.III Perbankan Syariah

Judul Tugas Akhir : Faktor-Faktor Yang Menentukan Kualitas Pelayanan Pada Nasabah Produk Tabungan Di BMT Insan Mulia 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.

*Wassalamu'alaikum, Wr, Wb.*

Pembimbing Utama

RA. Ritawati, SE., M.H.I  
NIP: 19206172007102004

Palembang, Maret 2018

Pembimbing Kedua

Aziz Septiatin, SE., M.Si  
NIP: 150620121522 / BLU

## Motto dan Persembahan

*Motto :*

*Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar*

*(Q.s Al-Baqarah:153)*

*Kreatifitas, kegigihan dan keuletan dalam melakukan percepatan diri adalah kunci sukses karya besar orang-orang biasa dalam meluarbiasakan dirinya.*

***Karya ini Kupersembahkan Kepada:***

- *Kedua orang tuaku, Ibunda Surmini Ayahnda Sulaiman(alm), terima kasih Ma yang selalu memberikan nasihat, semangat, kalian adalah motivasi terbesar untuk berjuang dan bangkit selama ini.*
- *Saudara-saudaraku tersayang MamasQ: Sudjarwo, Sukandik, Sugiarto(alm), Sukardi terimakasih ya, ayukQ: Sulastri, Sugiarti, Sumarni, Susana, terimakasih yang selalu mendokan dan memberikan dukungan dan semangat buat adiknya ini. Terima kasih ya.*
- *Sahabat-sahabat Jok dan adik yang tak pernah lelah memberikan semangat selalu (Uni, Mey, Manda, Winda, Yunila, Diba, Reni, Desma love you). Teman serta adik (mb juni, mb eriz, mb maya, dek indak, dek eka, dek fauzia, serta adik-adik PAKIES yang selalu saya banggakan).*
- *Organisasiku : PAKIES, temen-temen: Kopma, LDK, Kammi. Serta Almamater tercinta UIN RAFAH Palembang.*

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala bagi ALLAH SWT yang telah memberikan nikmat iman dan Islam, sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Menentukan Kualitas Pelayanan Pada Nasabah Produk Tabungan Di BMT Insan Mulia Palembang”** sesuai dengan waktu yang di tentukan. Kemudian shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarga, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan pembaca dapat memakluminya, serta memberikan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar penulis bisa memperbaikinya ditulisan yang akan datang dan semoga penulisan tugas akhir ini bermanfaat bagi kita semua.

Dalam kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, bimbingan, dan dukungan dari semua pihak, sehingga tugas akhir ini bisa diselesaikan dengan baik, kepada :

1. ALLAH SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya.
2. Kedua orangtua Ibunda Surmini dan Ayahnda Sulaiman(alm) serta keluarga besar saya telah memberikan dorongan material mapun spiritual, atas keikhlasan, ketulusan hati, doa dan kasih sayang.
3. Bapak Prof. Drs. H. M. Sirozi, MA.Ph.D selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
4. Ibu Dr. Qodariah Barkah, M.H.I Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
5. Bapak Dinnul Alfian Akbar, SE.,M.Si selaku Ketua Prodi D3 Perbankan Syariah UIN Raden Fatah Palembang.
6. Ibu Ritawati, SE., M.H.I selalu Sekretaris serta Pembimbing Utama Prodi DIII Perbankan Syariah UIN Raden Fatah Palembang, dan terima kasih bimbingan dan motivasi dalam menyelesaikan laporan akhir ini.
7. Ibu Aziz Septiatin, SE., M.Si selaku Pembimbing Kedua yang telah rela meluangkan waktu, tenaga dalam memberikan bimbingan petunjuk hingga selesai laporan akhir ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang terima kasih untuk ilmu dan motivasi yang luar biasa.

Pihak BMT Insan Mulia Palembang terutama Asep Sarnopa, A.Md Pimpinan BMT Insan Mulia Palembang dan seluruh karyawan BMT Insan Mulia Palembang yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian dan memberikan data-data yang dibutuhkan.

Semoga bimbingan dan bantuan yang telah diberikan kepada kami, dapat bermanfaat dan mendapat imbalan Pahala yang setimpal dari Allah SWT. Saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan agar menjadi lebih baik. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin



## DAFTAR ISI

### HALAMAN JUDUL

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DATAR GRAFIK</b> .....	<b>ix</b>

### **BAB I     PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian .....	6
E. Metode Peneltian .....	7

### **BAB II    LANDASAN TEORI**

A. Faktor Yang Menentukan Kualitas Pelayanan .....	12
B. Pelayanan .....	20
C. Produk.....	29
D. Penelitian Terdahulu.....	33

### **BAB III GAMBARAN OBJEK PENELITIAN**

A. Sejarah Singkat BMT Insan Mulia Palembang.....	38
B. Asas, Visi dan Misi .....	39
C. Lokasi Penelitian.....	40
D. Produk Tabungan BMT Insan Mulia .....	40
E. Jenis Usaha dan Kegiatan.....	42
F. Struktur Organisasi / Kepengurusan BMT Insan Mulia .....	44
G. Jabatan dan Tanggung Jawab.....	46

### **BAB IV PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	48
B. Pembahasan Penelitian .....	81

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA .....	89
----------------------	----

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

1. Jumlah nasabah produk tabungan BMT Insan Mulia .....	4
2. Penelitian Terdahulu .....	36
3 Kualitas Pelayanan berdasarkan Dimensi <i>Tangibles</i> pertanyaan No. 1 .....	48
4. Kualitas pelayanan berdasarkan Dimensi <i>Tangibles</i> pertanyaan No. 2 .....	49
5. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Tangibles</i> pertanyaan No. 3.....	50
6. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Tangibles</i> pertanyaan No. 4.....	51
7. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Tangibles</i> pertanyaan No. 5.....	52
8. Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi <i>Tangibles</i> .....	53
9. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Reability</i> pertanyaan No. 6.....	55
10. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Reability</i> pertanyaan No. 7 .....	56
11. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Reability</i> pertanyaan No. 8.....	57
12. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Reability</i> pertanyaan No. 9 .....	58
13. Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi <i>Reability</i> .....	59
14. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Responsiveness</i> pernyataan No. 10 .....	61
15. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Responsiveness</i> pernyataan No.11.....	62
16. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Responsiveness</i> pernyataan No. 12.....	63
17. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Responsiveness</i> pernyataan No. 13.....	64
18. Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi <i>Responsiveness</i> .....	65

19. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Assurance</i> pernyataan No. 14 .....	67
20. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Assurance</i> pernyataan No. 15.....	68
21. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Assurance</i> pernyataan No. 16.....	69
22. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Assurance</i> pernyataan No. 17.....	70
23. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Assurance</i> pernyataan No. 18.....	71
24. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Assurance</i> pernyataan No. 19 .....	72
25. Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi <i>Assurance</i> .....	74
26. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Emphaty</i> pernyataan No. 20 .....	75
27. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Emphaty</i> pernyataan No. 21.....	77
28. Kualitas Pelayanan berdasarkan dimensi <i>Emphaty</i> pernyataan No. 22.....	78
29. Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi <i>Emphaty</i> .....	79

## **DAFTAR GAMBAR**

1. Struktur Organisasi Koperasi Syariah BMT Insan Mulia Palembang ..... 45

## DAFTAR GRAFIK

1. Persentase Jawaban Responden tentang pernyataan Angket <i>Tangibles</i> No. 1 .....	49
2. Persentase Jawaban Responden tentang pernyataan Angket <i>Tangibles</i> No. 2. ....	50
3. Persentase Jawaban Responden tentang pernyataan Angket <i>Tangibles</i> No. 3. ....	51
4. Persentase Jawaban Responden tentang pernyataan Angket <i>Tangibles</i> No. 4. ....	52
5. Persentase Jawaban Responden tentang pernyataan Angket <i>Tangibles</i> No. 5. ....	53
6. Persentase Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia Berdasarkan Dimensi <i>Tangibles</i> .....	54
7. Persentase Jawaban Responden tentang pernyataan Angket <i>Reability</i> No. 6 .....	55
8. Persentase Jawaban Responden tentang pernyataan Angket <i>Reability</i> No. 7 .....	56
9. Persentase Jawaban Responden tentang pernyataan Angket <i>Reability</i> No. 8 .....	57
10. Persentase Jawaban Responden tentang pernyataan Angket <i>Reability</i> No. 9 .....	59
11. Persentase Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia Berdasarkan Dimensi <i>Reability</i> .....	60
12. Persentase Jawaban Responden tentang pernyataan Angket <i>Responsiveness</i> No. 10 .....	62
13. Persentase Jawaban Responden tentang pernyataan Angket <i>Responsiveness</i> No. 11 .....	63
14. Persentase Jawaban Responden tentang pernyataan Angket <i>Responsiveness</i> No. 12 .....	64
15. Persentase Jawaban Responden tentang pernyataan Angket <i>Responsiveness</i> No. 13 .....	65
16. Persentase Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia Berdasarkan Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	66
17. Persentase Jawaban Responden tentang pernyataan Angket <i>Assurance</i> No. 14 .....	68
18. Persentase Jawaban Responden tentang pernyataan Angket <i>Assurance</i> No. 15 .....	69

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

*Baitul mal wat tamwil* merupakan salah satu lembaga perekonomian Syariah yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat. BMT memiliki peran ganda, yaitu fungsi sosial dan fungsi komersial. Dalam operasinya, BMT biasanya menggunakan badan hukum koperasi. Oleh karena itu, BMT sering disebut Koperasi Jasa Keuangan Syariah.<sup>1</sup>

*Baitul mal wattamwil* (BMT) merupakan suatu lembaga yang terdiri dari dua istilah yaitu *Baitul mal* dan *Baitul tamwil*, *Baitul maal* lebih mengarahkan pada usaha-usaha pengumpulan dana yang nonprofit, seperti: zakat, infak, dan sedekah. Adapun *Baitul Tamwil* sebagai usaha pengumpulan dan penyaluran dana komersial.<sup>2</sup>

Pelayanan yang berkualitas yakni mampu mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan melalui sikap ramah dan kepedulian yang tinggi terhadap pelanggan. Memberikan pelayanan hendaklah bermurah hati, sebagaimana hadits Nabi SAW: “Dari Abu Dzarr, dia berkata, Rasulullah Saw Bersabda: “*Senyummu di hadapan saudaramu (sesama muslim) adalah (bernilai) sedekah bagimu*” (HR. At-Tirmidzi).

---

<sup>1</sup>Rizal yaya, *Akuntansi Perbank Syariah* (Jakarta: Salemba Empat, 2009).hal 22

<sup>2</sup> Nurul Huda, Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis Dan Praktis*, ( Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), hal 363

Dari hadits HR. At-Tirmidzi di atas dapat disimpulkan bahwa islam memerintahkan untuk sesama muslim melontarkan senyuman dan menampakkan muka manis dihadapan seorang muslim. Artinya setiap orang harus bersikap ramah, sopan dan selalu menghargai orang lain karena hal itu dapat mendatangkan manfaat bagi orang tersebut. Untuk BMT Insan Mulia harus memperhatikan kualitas pelayanan dalam mempromosikan produk yang ada di dalam perusahaan tersebut.<sup>3</sup>

Lembaga keuangan mikro yang sering dikenal masyarakat sebagai BMT merupakan salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. BMT menyadari bahwa layanan yang diberikan tidak terbatas pada golongan muslim tetapi menyakut seluruh golongan masyarakat yang menghendaki fasilitas yang nyaman, adil dan modern. Untuk itu BMT senantiasa melakukan peningkatan kualitas produk, baik produk dana maupun produk pembiayaan serta terus menerus melakukan penyempurnaan pada fitur-fiturnya.<sup>4</sup>

Dalam menciptakan kepuasan nasabah, jenis dan mutu produk itu sangat penting. Perusahaan yang jenis produknya sangat inovatif, bermutu tinggi, dengan harga bersaing sehingga dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis, akan dapat menarik lebih banyak pelanggan. Semakin inovatif suatu produk hingga dapat memenuhi segala kebutuhan pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Kualitas produk bank maupun BMT didapatkan dengan cara menemukan

---

<sup>3</sup>Albani, Muhammad Nashiruddin, *Shahih Sunan, at-tirmidzi* (jakarta: Pustaka Azzam, 2002)

<sup>4</sup><http://www.Bmt.co.id/karir> diakses pada 23 oktober jam 14:20

keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan tersebut.<sup>5</sup>

Publik telah mengenal nama sekaligus citra dari BMT Insan Mulia, baik melalui iklan, informasi, dari mulut kemulut, maupun pengalaman dari seorang yang telah menjadi nasabah, disisi lain faktor pertama dalam sistem pelayanan yang dapat mempengaruhi nasabah adalah fasilitas berwujudan, maksud dan berwujudan adalah rupa (bentuk) yang dapat dilihat, atau sesuatu yang nyata. Terdapat banyak produk-produk yang disediakan untuk nasabah, diantaranya: tabungan berkah, tabungan idul fitri, tabungan pendidikan, tabungan simpanan Qurban, tabungan berjangka, tabungan walimah (pernikahan).<sup>6</sup>

Faktor ini sangat mendukung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, faktor sarana prasarana seperti kenyamanan ruangan, peralatan yang tersedia untuk membantu nasabah senang melakukan transaksi, dengan fasilitas yang memadai dan peralatan yang mencukupin, maka nasabah akan merasa puas untuk menabung perusahaan atau BMT tersebut. Faktor kedua adalah keandalan, merupakan kemampuan karyawan BMT untuk dapat melaksanakan sistem pelayanan yang semestinya. Sedangkan faktor yang ketiga adalah kepastian, merupakan pengetahuan, dan keramahan karyawan serta kemampuan untuk memberikan kesan dapat dipercaya dan penuh keyakinan.

---

<sup>5</sup>Kotler, Philip dan Kevin Lane Kotler, *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas* (Jakarta: Indeks. 2007 ) hal.32

<sup>6</sup> Brosur BMT Insan Mulia Palembang

Kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan juga dapat dirasakan oleh nasabah BMT Insan Mulia. Menurutnya, pelayanan disana bagus dan sesuai dengan yang diharapkan, sehingga meskipun termasuk nasabah baru di BMT Insan Mulia Palembang, nasabah merasa senang dan terpuaskan dengan pelayanan yang diberikan.

**Tabel 1.1**

**Jumlah Nasabah Produk Tabungan BMT Insan Mulia Palembang  
Tahun 2010-2016**

Perkembangan jumlah nasabah produk tabungan BMT Insan Mulia Palembang							
Tahun	Produk						Jumlah
	Simpanan Berkah	Simpanan Idul Fitri	Simpanan Pendidikan	Simpanan Qurban	Simpanan Berjangka	Simpanan Walimah	
2010	70	67	65	71	61	66	400
2011	70	100	130	240	55	51	600
2012	125	122	128	230	220	125	750
2013	250	200	170	180	200	200	1200
2014	330	350	400	320	180	220	1800
2015	400	380	320	400	420	480	2400
2016	470	460	500	440	380	450	2700
Total Jumlah nasabah dari tahun 2010-2016							9.850

Sumber: BMT Insan Mulia Palembang

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui pada tahun 2010-2016 jumlah nasabah di BMT Insan Mulia Palembang mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan oleh adanya Kualitas Pelayanan Pada Nasabah produk tabungan sangat memuaskan bagi nasabahnya, karyawan BMT Insan Mulia sangat rama, dan sopan serta daya tanggap melayani banyak nasabah yang berdatangan untuk menabung atau sekedar untuk bertanya-tanya keunggulan dan keuntungan menabung di BMT Insan Mulia.

Pada penulisan Tugas Akhir ini hanya berfokus pada Produk Tabungan atau Simpanan Tabungannya saja. Apabila BMT Insan Mulia memiliki kualitas pelayanan yang baik maka banyak orang yang menabung akan mengalami kepuasan menjadi nasabah, Sehingga BMT akan terus mengalami perkembangan.

Dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian untuk dijadikan topik tugas akhir ini dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Menentukan Kualitas Pelayanan Pada Nasabah Produk Tabungan Di BMT Insan Mulia Palembang”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Faktor apa yang dominan dari masing-masing variabel dimensi kualitas pelayanan pada nasabah produk tabungan di BMT Insan Mulia Palembang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan masalah diidentifikasi diatas, maka penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menentukan kualitas pelayanan pada nasabah produk tabungan di BMT Insan Mulia Palembang.

2. Untuk mengetahui faktor yang dominan dari masing-masing variabel dimensi kualitas pelayanan pada nasabah produk tabungan di BMT Insan Mulia Palembang.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai pihak. Adapun kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Kegunaan secara Teoritis
  - a. Hasil laporan akhir ini diharapkan menjadi salah satu referensi dalam penulisan tentang faktor yang menentukan kualitas pelayanan pada nasabah produk tabungan di BMT Insan Mulia Palembang
  - b. Laporan ini diharapkan dapat memenuhi salah satu syarat penyelesaian program D3 Perbankan Syariah serta untuk mendapatkan gelar Ahli Madya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden fatah Palembang
  - c. Bagi calon penelitian selanjutnya, hasil laporan ini diharapkan dapat menjadi landasan teori dalam melakukan penelitian dengan masalah yang sama.
2. Kegunaan secara Praktis
  - a. Bagi BMT Insan Mulia Palembang

Hasil laporan akhir ini dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan atau menetapkan kebijakan.

b. Bagi Masyarakat

Hasil laporan ini diharapkan dapat berguna bagi masyarakat untuk menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang menentukan kualitas pelayanan pada nasabah produk tabungan.

c. Bagi Penulis

Penulis memperoleh pengalaman dan ilmu baru mengenai faktor-faktor yang menentukan kualitas pelayanan pada nasabah produk tabungan.

## E. Metode Penelitian

### 1. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah mengumpulkan data, menyusun, menganalisa, dan menginterpretasikan data yang didapat kemudian mengadakan penelitian sehingga menghasilkan kesimpulan.<sup>7</sup>

### 2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini jenis atau sumber data yang berkaitan langsung dilapangan. Sumber data yang dikumpulkan oleh penulis adalah:

- a. Data primer, yaitu sejumlah keterangan atau fakta yang langsung diperoleh dari hasil penelitian dilapangan. Dalam hal ini penulis mendapatkan data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung

---

<sup>7</sup> Burhan Bungin. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 143

<sup>8</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: BinaAskara,1989), hal.10

dengan pihak BMT Insan Mulia dan penyebaran angket kepada nasabah BMT Insan Mulia.<sup>9</sup>

- b. Data sekunder, yaitu suatu data yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder merupakan atau fakta-fakta yang diperoleh penulis dari pihak BMT Insan Mulia, seperti sejarah, data nasabah, struktur organisasi, dan data penunjang yang diperoleh dari buku-buku, jurnal, atau skripsi, internet, dan sumber lain yang ada relevansinya dengan penelitian ini.<sup>10</sup>

### 3. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>11</sup> Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah produk tabungan BMT Insan Mulia Palembang yang berjumlah 9976 orang.

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>12</sup> Jumlah sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

---

<sup>9</sup>Munawaroh, *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*, (Jatim: Intimedia, 2013), hal.82

<sup>10</sup>Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Askara, 2008), hal.113

<sup>11</sup> Sugiyono, *metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h.369

<sup>12</sup> Ibid, h. 373

Keterangan :

n = Sample adalah bagian terkecil dari anggota populasi

N = Populasi adalah semua nasabah BMT Insan Mulia Palembang  
sebanyak 9976 orang

E = Tingkat Kesalahan (10%)

Jadi:

$$n = \frac{9976}{(1 + 9976 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = \frac{9976}{(1 + 99,76)}$$

$$n = 99,7 \text{ (dibulatkan menjadi 100 responden)}$$

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan data penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian Lapangan (*Field Research*), yaitu mengumpulkan data langsung pada lokasi penelitian dalam hal ini di BMT Insan Mulia Palembang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan metode:

##### a. Observasi

Bentuk alat pengumpulan data yang lain dilakukan dengan observasi pengamatan dalam waktu kurang lebih 3 bulan. Observasi dilakukan sesuai dengan kegiatan penelitian mengingat tidak setiap

penelitian menggunakan teknik pengumpulan.<sup>13</sup> Dalam hal ini pengamatan atau observasi yang dilakukan oleh penulis dengan pengamatan langsung keobjek yang diteliti mengenai faktor-faktor yang menentukan kualitas pelayanan pada nasabah produk tabungan yang bersumber dari BMT Insan Mulia Palembang.

b. *Wawancara/ Interview*

Wawancara atau *interview* adalah suatu bentuk komunikasi verbal semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara wawancara yakni dengan cara mewawancarai langsung dengan pihak informasi data yang berkaitan dengan mengenai faktor-faktor yang menentukan kualitas pelayanan pada nasabah produk tabungan, hasilnya dicatat sebagai informasi penting dalam penelitian. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara langsung kepada 5 orang karyawan BMT. Dari data tersebut kemudian dilakukan analisis sehingga menghasilkan kesimpulan.<sup>14</sup>

c. *Angket*

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa

---

<sup>13</sup>Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), hal 62

<sup>14</sup>Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Askara,2008), hal 113

diharapkan dari responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.<sup>15</sup> Angket dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan BMT Insan Mulia Palembang kepada nasabah yang diukur dengan lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empaty*.

#### d. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan cara dokumentasi ini adalah pengumpulan data yang berkaitan dengan faktor-faktor yang menentukan kualitas pelayanan pada nasabah, dimungkinkan memperoleh informasi dari bermacam-macam sumber tertulis atau dokumen yang ada pada responden atau tempat dimana bertempat tinggal atau melakukan kegiatan sehari-harinya.

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data melalui dokumentasi dari dokumen-dokumen di BMT Insan Mulia Palembang, laporan punlikasi. Buku-buku dan sumber lainnya yang ada relevasinya dengan masalah yang diteliti, dari data tersebut kemudian dilakukan pengumpulan, penyusunan, penganalisa, dan penelitian sehingga menghasilkan kesimpulan.<sup>16</sup>

#### 5. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa pengumpulan sumber sekunder, kemudian diperkuat dengan data primer berupa wawancara, lalu dicocokkan dengan

---

<sup>15</sup> Ibid, hal. 199.

<sup>16</sup> Husien Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005), hal. 51

permasalahan yang diteliti, kemudian diklasifikasikan kedalam data yang berkaitan mengenai faktor-faktor yang menentukan kualitas pelayanan pada nasabah produk tabungan.

Analisis data dianalisa secara deskriptif kualitatif yaitu dengan menggambarkan atau menguraikan dan menjelaskan seluruh permasalahan yang ada secara jelas, dan dari penjelasan itu dikumpulkan simpulan dalam bentuk pernyataan-pernyataan yang bersifat umum lalu ditarik kesimpulan yang bersifat khusus, sehingga penyajiannya dapat dipahami dengan mudah dan jelas.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup>Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada,2007), hal.11

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Faktor Yang Menentukan Kualitas Pelayanan

Menurut Fandi Tjiptono Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.<sup>18</sup>

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasan.<sup>19</sup> Kualitas pelayanan terbagi atas:

##### 1. Faktor Internal

Internal adalah data yang diperlukan dari lingkungan internal perusahaan atau data dari dalam. Berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia.

##### 1) Material (*berwujud*)

Jasa yang bersifat berwujud, yang bisa dilihat, diraba.

Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan internal adalah:

---

<sup>18</sup> Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2001). Hal 187

<sup>19</sup> *Op. Cit.* Hal 220

a. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Pegawai dituntut untuk mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani nasabah pegawai diharapkan melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan tidak membuat kesalahan, dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

b. Penampilan karyawan yang baik

Karyawan yang melayani nasabah, dalam hal ini pegawai, merupakan faktor penentu utama kesuksesan perusahaan selama melayani nasabah. Kenyamanan nasabah juga sangat melayani nasabah. Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari pegawai yang melayaninya. Pegawai harus ramah, sopan, dan menarik.

c. Saranan dan Prasarana

Dalam melayani nasabah hal lain yang juga penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Meja dan kursi serta peralatan pendukung lainnya harus nyaman untuk ditempati dan dipandang. Sarana dalam ruangan juga harus tenang, tidak berisik, dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan membuat nasabah betah berurusan dengan perusahaan.

d. Bertanggung Jawab

Pegawai yang baik harus bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai. Artinya, dalam menjalankan kegiatan

pelayanan, pegawai harus mampu melayani dari awal sampai akhir. Nasabah akan merasa puas jika pegawai bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu, pegawai yang dari awal mengerjakannya segera mengambil ahli tanggung jawabnya.

e. Mampu Berkomunikasi

Pegawai harus mampu berbicara dengan baik kepada setiap nasabah atau calon nasabah dan cepat memahami keinginan mereka. Artinya, pegawai harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Usahakan untuk tidak menggunakan istilah yang sulit dimengerti dan dapat menyebabkan nasabah bingung.

f. Memberikan Jaminan Kerahasiaan

Hal yang juga sangat penting untuk dilakukan adalah menjaga rahasia perusahaan. Pegawai juga harus mampu menjaga rahasia nasabah untuk hal-hal tertentu. Kemampuan menjaga rahasia perusahaan dan nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada perusahaan.

g. Memiliki Pengetahuan dan Kemampuan

Pegawai dituntut untuk memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena pegawai selalu berhubungan dengan manusia, pegawai perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan

pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

h. Berusaha Memahami Kebutuhan Nasabah

Pegawai harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Pegawai yang lambat akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

i. Mampu Memberikan Kepercayaan

Kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula, nasabah yang lama perlu dijaga kepercayaannya agar tidak lari. Semua ini dapat dilakukan melalui pelayanan seluruh pegawai.<sup>20</sup>

2) Immaterial (*tidak berwujud*)

Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud.

a. Berbicara, Pelayanan yang Hangat

Dalam melayani nasaba yang hangat berbicara menggunakan bahasa yang baik dan benar. Artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa indonesia benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.

---

<sup>20</sup> Kasmir. *Kewirausahaan*, (Jakarta: Ed revisi 2014) . hal 10

b. Bersikap akrab, Percaya diri, dan Penuh dengan Senyum

Dalam melayani nasabah, pegawai harus memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Pegawai juga harus bersikap akrab dengan calon nasabah, seolah-olah kenal lama. Dalam melayani nasabah pegawai harus murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.

c. Berpakian dan Berpenampilan

Pakaian dan penampilan merupakan satu paket yang tidak dapat dipisahkan. Artinya pegawai harus mengenakan baju dan celana/rok yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Pegawai juga harus berpakaian mecis, tidak kumal, dan baju lengan panjang tidak digulung, sehingga pakaian yang dikenakan benar-benar memikat nasabah. Gunakan pakaian seragam jika pegawai seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan.

d. Menyapa dengan Lembut

Pada saat nasabah atau calon nasabah datang, pegawai harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan nama-nya. Namun, jika belum kenal dapat menyebut dengan sebutan Bapak atau Ibu, apa yang dapat kami bantu.

e. Tenang, Sopan, Hormat, dan Tekun

Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian, tunjukkan sikap menghormati nasabah atau calon nasabah, tekun mendengarkan, sekaligus berusaha memahami keinginannya.

f. Bergairah

Dalam melayani nasabah, pegawai hendaknya menunjukkan pelayanan yang prima, seolah-olah memang sangat tertarik dengan keinginan dan kemampuan nasabah.

g. Jangan Menyela

Pada saat nasabah sedang berbicara, usahakan jangan menyela pembicaraan. Kemudian, hindarkan kalimat yang bersifat teguran dan sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah, kalau terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.

h. Mampu Meyakini Nasabah

Pegawai harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal. Pegawai harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang berikannya.

i. Jika Tidak Sanggup

Jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh pegawai, usahakan meminta bantuan kepada pegawai yang mampu

j. Bila Belum Dapat Melayani

Bila pegawai belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani. Artinya jika pada saat tertentu, pegawai sibuk dan tidak melayani salah satu nasabah, beritahukan kepada nasabah tersebut kapan akan dilayani dengan simpatik.

#### 1. Faktor Eksternal

Eksternal adalah data yang diperoleh dari luar perusahaan yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

##### a. Memberi Kesempatan Nasabah Berbicara

Pegawai harus memberikan kesempatan terlebih dahulu kepada nasabah untuk mengemukakan keinginannya. Dalam hal ini pegawai harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah dengan baik, sehingga tidak salah informasi yang akan menyebabkan salah paham.

##### b. Mendengarkan baik-baik

Selama nasabah mengemukakan pendapatnya pegawai hendaknya mendengar dan menyimak baik-baik apa-apa yang dikemukakan nasabah. Pegawai diharapkan dapat menghindari gerakan yang dapat menyinggung nasabah, terutam gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan.

##### c. Tidak menyela pembicaraan

Sebelum nasabah selesai bicara pegawai hendaknya tidak memotong atau menyela pembicaraan, usahakan menanggapi

nasabah jika sudah benar-benar selesai bicara sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabahnya.

d. Ajukan pertanyaan

Jika ada hal-hal yang kurang jelas atau kurang lengkap, pegawai dapat mengajukan pertanyaan. Pengajuan pertanyaan kepada nasabah dilakukan apabila nasabah sudah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik, singkat dan jelas.

e. Jangan marah, dan jangan mudah tersinggung

Kadang-kadang nasabah atau calon nasabah bertingkah diluar batas. Namun, dalam hal ini pegawai diharapkan tidak menyinggung nasabah, baik dalam cara bicara, sikap atau nada bicara. Selain itu, pegawai diharapkan tidak mudah marah terhadap nasabah yang bertemperamen tinggi. Usahakan tetap sabar dalam melayaninya.

f. Jangan mendebat nasabah

Jika ada hal-hal yang kurang disetujui, usahakan memberi penjelasan dengan sopan. Pegawai diharapkan tidak berdebat atau memberikan argumen yang tidak dapat diterima oleh nasabah.

g. Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang

Selama melayani nasabah atau calon nasabah, pegawai diharapkan mampu memberikan atau menunjukkan sikap sopan satun dan ramah-ramah. Selain itu, emosi harus tetap terkendali dan selalu berlaku tenang dalam menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan.

h. Jangan menangani hal-hal yang bukan wewenang

Pegawai sebaiknya tidak menangani hal-hal atau tugas-tugas yang bukan merupakan pekerjaannya atau wewenangnya. Serahkan tugas-tugas tersebut kepada karyawan yang berhak, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.

i. Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu

Nasabah yang datang ke perusahaan pada prinsipnya ingin dibantu. Oleh karena itu, berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa kita memang ingin membantu nasabah.<sup>21</sup>

## **B. Pelayanan**

### **1. Definisi Pelayanan**

Pelayanan bisa disebut sebagai suatu kegiatan yang menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain atau konsumen dengan penampilan produk yang sebaik-baiknya sehingga diperoleh kepuasan pelanggan dan usaha pembelian yang berulang-ulang.

Kemampuan memberikan pelayanan secara profesional merupakan tuntutan yang tidak dapat ditawar lagi. Hal ini diperkuat dengan telah diberlakukannya Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang pada dasarnya mengatur hak-hak konsumen, dimana konsumen harus diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur, tidak

---

<sup>21</sup> Guiltinan dan Madden, management, *strategis adn program*. Mcgram Hal. 1997

diskriminatif, serta untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakannya.<sup>22</sup>

## 2. Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckof (dalam Lovelock) kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa: jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*) (parasuraman, et al.).<sup>23</sup>

### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Fandi Tjiptono, Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.<sup>24</sup>

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas merupakan suatu

---

<sup>22</sup>Ginandjar Kartasasmita, *mengukur kinerja pelayanan dan kepuasan konsumen* (Bandung: Penerbit Pustaka Reka Cipta, cetakan kedua, 2010). Hal. 28

<sup>23</sup>[http://www.gunadarma.ac.id/library/articles/postgraduate/management/perbankan/artikel\\_91207024.pdf](http://www.gunadarma.ac.id/library/articles/postgraduate/management/perbankan/artikel_91207024.pdf) Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset, 2013, hal 100

<sup>24</sup>Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. (yogyakarta: Andi Offset. 2010) hlm. 87

kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk dan jasa atau pelayanan.<sup>25</sup>

Kualitas pelayanan adalah kesesuai dengan persyaratan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan, berkesinambungan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan baik sejak awal maupun setiap saat, melakukan segala sesuatu dengan benar sejak awal dan sesuatu dilakukan untuk membahagiakan pelanggan.<sup>26</sup> Adapun karakteristik pelayanan:<sup>27</sup>

1) Tidak terwujud

Tidak seperti barang yang dijual layanan tidak bisa dilihat, dicicip, dirasakan, didengar atau dicium sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidak pastian yang disebabkan oleh *Service IntagibilityI*, pelanggan berusaha untuk mencari bukti yang dapat dilihat atau kemampuan fisik yang dapat memberikan informasi dan keyakinan mengenai pelayanan tersebut.

2) Tidak dapat dipisahkan

Sebagai besar bisnis layanan, penjual maupun pembeli harus hadir sehingga transaksi dapat terjadi. Pelanggan menghubungi karyawan merupakan bagian dari produk yang dijual.

3) Berubah-ubah

---

<sup>25</sup>Hardiyansah, *Kualitas Pelayanan Publik* (Yogyakarta: Penerbit Gaya Media, 2011) hal

<sup>26</sup>Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta 2005) hal 24-15

<sup>27</sup>*Ibid* hal, 24-27

Layanan sifatnya berubah-ubah, artinya layanan tergantung pada siapa yang menyediakan.

4) Tidak tahan lama

Jasa atau layanan merupakan tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Hal ini tidak terjadi masalah bila permintaannya tetap karena mudah untuk menyiapkan pelayanan untuk permintaan tersebut sebelumnya. Bila permintaan berfluktuasi, berbagai permasalahan muncul yang berkaitan dengan kapasitas menganggur (saat permintaan sepi) dan pelanggan tidak terlayani dengan resiko mereka kecewa/beralih kepenyedia jasa lainnya.

### 3. Dimensi Kualitas Jasa atau Layanan

Ada lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa, yaitu:<sup>28</sup>

- a. *Responsivness* (daya tanggap) adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen.
- b. *Reliability* (kehandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan, terpercaya, akurat dan memuaskan.
- c. *Assurance* (kepastian) adalah mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, resiko, keraguan-keraguan dan keyakinan serta

---

<sup>28</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung :Alfabeta, cv, 2012). Hal : 197-198

kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.

- d. *Emphaty* (perhatian) adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.
- e. *Tangible* (Berwujud) adalah jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat.

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan atau BMT tentunya tidaklah hanya bertujuan nasabah merasa puas tapi sebagai muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasar pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketaqwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanan dalam rangka menjalankan misi syariat Islam. Dalam kualitas pelayanan dalam perspektif Islam sebagai berikut:

- a. *Responsivness* (daya tanggap) adalah suatu respon karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dalam Islam kita harus selalu menepati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Apabila perusahaan tidak bisa menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang akan terjadi akan ditinggalkan nasabahnya.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Thorik, *Marketing Muhammad* (jakarta: Madani Prima, 2006) hal 115

- b. *Realibility* (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Bila ini dijalankan dengan baik maka nasabah merasa sangat dihargai. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitasnya.
- c. *Tangibles* (bentuk fisik) adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada nasabahnya. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior gedung<sup>30</sup>
- 1) Penataan dan pengaturan ruang.
  - 2) Peralatan dan fasilitas fisik
  - 3) Kerapian penampilan karyawan
- d. *Assurance* (Jaminan) adalah jaminan menunjukkan nilai plus tersendiri bagi perusahaan terhadap pelayanan yang diberikan. Jaminan ini dapat ditunjukkan melalui pengetahuan, kesopanan santunan, rasa aman, dan nyaman, rasa percaya, bebas dari bahaya resiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggan<sup>31</sup>
- e. *Emphaty* (empati) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada

---

<sup>30</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. (yogyakarta: Andi Pfsset, 2001) hal 221

<sup>31</sup>Karim, Adiwarmarman, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. (Jakarta: PT. Raja Granvindo Persada, 2006) hal. 73

para konsumennya. Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah Swt untuk selalu berbuat baik kepada orang lain

#### **4. Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa**

Untuk menciptakan suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan jasa untuk memperbaiki kualitas, perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip utama yang berlaku baik bagi perusahaan *manufaktur* maupun perusahaan jasa. Enam prinsip utama itu meliputi:<sup>32</sup>

##### **a. Kepemimpinan**

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpun perusahaan untuk meningkatkan kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dan manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil pada perusahaan.

##### **b. Pendidikan**

Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional, harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan

---

<sup>32</sup> *Ibid.* Hal 75-76

teknis implementasi strategi kualitas dan peranan *eksekutif* dalam *implrmentasi* strategi kualitas.

c. Perencanaan

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

d. *Riview*

Proses *riview* merupakan satu-satunya alat paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan dan terus menerus untuk mencapai tujuan kualitas.

e. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, dan *stakeholder* perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah masyarakat umum dan lain-lain.

f. Penghargaan dan pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik, perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga,

dan rasa kepemilikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.<sup>33</sup>

## 5. Teori Kualitas Pelayanan

Menurut Christopher Lovelock kualitas pelayanan merupakan suatu gagasan menarik tentang bagaimana suatu produk bila ditambah dengan pelayanan(*service*) akan menghasilkan suatu kekuatan yang memberikan manfaat pada organisasi dalam meraih keuntungan bahkan untuk menghadapi persaingan. Ada 8 suplemen pelayanan yang dapat dijelaskan sebagai berikut:<sup>34</sup>

- a. *Information* yaitu proses suatu pelayanan yang berkualitas dimulai dari produk dan jasa yang diperlukan oleh pelanggan. Penyediaan saluran informasi yang langsung memberikan kemudahan dalam rangka menjawab keinginan pelanggan tersebut, adalah penting.
- b. *Consultatio*, setelah memperoleh informasi yang diinginkan, pelanggan memerlukan konsultasi baik menyangkut masalah teknis, administrasi, biaya. Untuk itu, suatu organisasi harus menyiapkan sarannya menyangkut materi konsultasi, tempat konsultasi, karyawan/petugas yang melayani, dan waktu untuk konsultasi secara cuma-cuma.
- c. *Ordertaking*, penilaian pelanggan pada titik ini adalah ditekankan pada kualitas pelayanan yang mengacu pada kemudahan pengisian

---

<sup>33</sup> Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*. (yogyakarta:Andi ofset. 2001) hal. 87

<sup>34</sup> Christopher Lovelock. *Product Plus*, (Medan: T.Mansur, 2014), hal 76

- aplikasi maupun administrasi yang tidak berbelit-belit, fleksibel, biaya murah, dan syarat-syarat yang riangan.
- d. *Hospitality*, pelanggan yang berurusan secara langsung akan memberikan penilaian kepada sikap ramah dan sopan dari karyawan, ruang tunggu yang nyaman dan fasilitas lain yang memadai.
  - e. *Caretaking*, variasi latar belakang pelanggan yang berbeda-beda akan menuntut pelayanan yang berbeda-beda pula.
  - f. *Exception*, beberapa pelanggan kadang-kadang menginginkan pengecualian kualitas pelayanan.
  - g. *Billing*, titik rawan berada pada administrasi pembayaran. Artinya, pelayanan harus memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan administrasi pembayaran, baik menyangkut daftar isian formulir transaksi, mekanisme pembayaran hingga keakuratan perhitungan tagihan.
  - h. *Payment*, pada ujung pelayanan harus disediakan fasilitas pembayaran berdasarkan pada keinginan pelanggan, seperti transaksi bank, *credit card*, debit langsung pada rekening pelanggan.

## **C. Produk**

### **1. Definisi Produk**

Pada dasarnya produk yang dihasilkan oleh dunia usaha berbentuk dua macam, yakni produk yang berwujud dan tidak berwujud. Adapun setiap produk yang dikatakan berwujud dan tidak berwujud mempunyai ciri-ciri tertentu. Produk yang berwujud dapat berupa barang yang dapat

dilihat, dipegang, dan dirasakan. Sedangkan untuk produk yang tidak berwujud dapat berupa jasa baik itu jasa perbankan maupun perusahaan jasa lainnya.

Griffin menyebutkan bahwa pada umumnya produk dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara. Salah satu cara yang sering digunakan adalah klasifikasi berdasarkan daya tahan atau berwujud tidaknya suatu produk. Berdasarkan kriteria tersebut, ada tiga kelompok produk, yaitu.<sup>35</sup>

- a. Barang tidak tahan lama. Barang ini adalah barang yang tidak terwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Barang ini memiliki umur ekonomis kurang dari satu tahun.
- b. Barang tahan lama. Barang ini memiliki wujud yang biasanya bisa tahan lama dan memiliki umur ekonomis lebih dari satu tahun.
- c. Jasa. Merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Secara umum definisi produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Philip Kotler, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. *perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi 2013. Hal 92

<sup>36</sup> Kasmir. *Pemasaran Bank*. Edisi revisi. (jakarta: kencana .2010). hal 123

Pengertian lain dari produk adalah barang atau objek fisik, jasa pelayanan, pengalaman kegiatan, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide serta bauran dari berbagai wujud tersebut.<sup>37</sup>

Sedangkan kotler dan keller mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang bisa ditawarkan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Dengan demikian, cakupan produk relatif luas serta dalam praktiknya sebagai besar produk berupa kombinasi antara barang dan jasa.<sup>38</sup>

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan dan dipasarkan baik itu berupa barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen sehingga tercapailah tujuan perusahaan untuk memuaskan konsumennya.

## **2. Kualitas Produk**

Pengertian mengenai kualitas dari suatu produk yang ditawarkan dapat berbeda bagi setiap orang karena kualitas itu sendiri memiliki banyak kriteria. Kotler merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.<sup>39</sup>

Goetsch Davis juga membuat definisi kualitas yang lebih luas cakupannya, yaitu suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan

---

<sup>37</sup> M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Jakarta: Alfabeta. 2010). Hal 140

<sup>38</sup> Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan penelitian*. (yogyakarta: Andi. 2014). Hal 105-106

<sup>39</sup> Elta Mamang, Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. (Yogyakarta: Andi, 2013). Hal 99

produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.<sup>40</sup>

Setiap perusahaan yang menghasilkan produk baik itu berupa barang ataupun jasa pasti menginginkan produk tersebut laku dan dapat menarik perhatian untuk dibeli atau digunakan. Dalam dunia perbankan agar produk yang dihasilkan dapat menarik minat nasabah maka penciptaannya pun harus memperhatikan tingkah kualitas produk tersebut sehingga sesuai dengan keinginan nasabah.

Menurut Asri, kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kemudian, menurut Swastha dan Irawan, kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Adapun kualitas produk menurut Feignbaum, yakni keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang memuat produk dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan.<sup>41</sup>

Pengertian lain kualitas produk (*Product quality*) didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang dan jasa. Isu utama dalam penilaian kinerja produk adalah dimensi apa yang digunakan konsumen untuk melakukan evaluasinya.<sup>42</sup>

---

<sup>40</sup> Zulian yamit. *Manajemen kualitas produk dan jasa*. (Yogyakarta: ekonista, 2005). Hal 8

<sup>41</sup> Ibid. Hal 186-187

<sup>42</sup> Etta Mamang, Sangadji dan Sopiah. *Perilaku konsumen pendekatan praktis*. (Yogyakarta: Andi, 2013). Hal 188

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu keadaan yang berhubungan dengan sesuatu yang dapat ditawarkan dalam hal ini berupa barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan/konsumen/ nasabah dan bertujuan untuk memuaskan.

#### **D. Penelitian Terdahulu**

Suatu metode yang penulis gunakan dalam memecahkan permasalahan yaitu metode deskriptif kualitatif, yaitu suatu metode yang membahas tentang data yang ada dalam perusahaan sehingga dapat suatu pemecahan atas masalah yang ada. Berkaitan dengan topik penelitian ini, peneliti menyadari betul bahwa penulisan yang dilakukan bukanlah suatu hal yang baru. Dengan melihat beberapa literatur yang ada, diantaranya terdapat kaitan dengan karya ilmiah yang penulis teliti diantaranya:

Riswandhi Ismail.<sup>43</sup> Telah mengadakan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah sebagai prediktor dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Dalam penelitian tersebut kita dapat mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah, pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah, pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas, pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas, pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di BPRS Syarikat Madani Batam.

---

<sup>43</sup> Riswandhi Ismail. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah Sebagai Prediktor Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah*. PT. BPRS Syarikat Madani. Jurnal Organisasi dan Manajemen, Batam, tahun 2014

Silvy Mandey.<sup>44</sup> Telah mengadakan penelitian tentang analisis faktor-faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian tersebut kita dapat mengetahui faktor-faktor kualitas layanan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah, dan 5 dimensi terhadap kepuasan nasabah.

Tri Widodo.<sup>45</sup> Telah mengadakan penelitian pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian tersebut kita dapat mengetahui apakah lengkap produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di swalayan ada baru kota salatiga, apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di swalaya ada baru kotas salatiga.

Yasri.<sup>46</sup> Telah mengadakan penelitian Analisis faktor penentu menjadi nasabah bank syariah perbandingan segmen BPR syariah dan bank umum/unit usaha syariah. Dalam penelitian tersebut kita dapat mengetahui BPR syariah bahwa ketika BPR syariah lemah dalam penerapan syariat Islam maka nasabah akan berpindah kebank lain. Artinya jika penerapan syariah islam sudah lemah maka daya tarik dan keunggulan bersaing BPR syariah juga akan hilang.

---

<sup>44</sup> Silvy Mandey. *Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Bahu Manado*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen. Universitas Sam Ratulangi Manado. Jurnal. Tahun september 2015

<sup>45</sup> Tri Widodo. *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. Swalayan Ada Baru di Kota Salatiga. Jurnal. Among Makarti, juli tahun 2016

<sup>46</sup> Yasri. *Analisis Faktor Penentu Menjadi Nasabah Bank Syariah. Perbandingan segmen BPR Syariah dan Bank Umum/ Unit Usaha Syariah*. Sumatera Barat. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. September tahun 2012

Muliaty.<sup>47</sup> Telah mengadakan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada politeknik negeri media kreatif makasar. Dalam penelitian tersebut kita dapat mengetahui faktor keandalan, jaminan, sikap ramah dan daya tanggap kualitas pelayanan, sedangkan bukti langsung pelayanan pada politeknik negeri media kreatif makasar.

Dari penelitian yang dilakukan sebelumnya, terlihat bahwa ada perbedaan dengan penelitian ini. Adapun penelitian ini lebih memfokuskan pada faktor apa saja yang menentukan kualitas pelayanan pada nasabah produk tabungan di BMT Insan Mulia. Faktor apa yang dominan dari masing-masing variabel dimensi kualitas pelayanan pada nasabah produk tabungan di BMT Insan Mulia, berbeda dari penelitian terdahulu yang telah ada namun tetap saling berkaitan dan mendukung satu sama lain untuk perkembangan ilmu pengetahuan.

**Tabel 2.2**

**Penelitian Terdahulu**

Nama penelitian	Judul	Persamaan	Perbedaan
Riswandhi Ismail	<i>Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan nasabah sebagai prediktor dalam meningkatkan loyalitas</i>	Penelitian ini membahas tentang sistem kualitas pelayanan fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati	Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data kuantitatif dan objek penelitian pada PT. BPRS Syarikat Madani batam

<sup>47</sup> Muliaty. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan pada Politeknik Negeri Media Kreatif*. Jurnal Makassar. Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar. Tahun 2016

	<i>nasabah</i>		
Silvia mandey	<i>Analisis faktor-faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank mandiri cabang bahu mall manado</i>	Dalam penelitian ini membahas tentang sistem faktor-faktor kualitas pelayanan, variabel dimensi signifikan,	Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini kuantitatif objek penelitian pada PT. Bank mandiri cabang bahu mall manado
Tri Widodo	<i>Pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian</i>	Penelitian ini membahas tentang sistem kelengkapan produk dan kualitas pelayanan	Dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif, dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pembelian produk, objek penelitian pada Swalayan Ada Baru di Kota salatiga
Yasri	<i>Analisis faktor penentu menjadi nasabah bank syariah</i>	Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan data kualitatif dan sama-sama membahas tentang faktor penentu pada(menjadi) nasabah	Objek penelitian dalam penelitian ini pada Perbandingan Segmen BPR Syariah dan Bank Umum/Unit Usaha Syariah di Sumatera Barat
Muliaty	<i>Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada politeknik negeri media kreatif makassar</i>	Jenis data yang digunakan data kualitatif dan pembahasan pengumpulan faktor-faktor, kualitas pelayanan	Objek penelitian dalam penelitian ini pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar

### **BAB III**

#### **GAMBARAN OBJEK PENELITIAN**

##### **A. Sejarah Singkat BMT Insan Mulia Palembang**

BMT Insan Mulia berdiri pada tanggal 25 Agustus 2010 dibawah binaan Pusat Inkubasi dan Bisnis Usaha Kecil (PINBUK) Sumatera Selatan. BMT Insan Mulia berbadan hukum Koperasi Syariah yang disahkan pada tanggal 02 Mei 2011/no 03/ Notaris-PPAT, SH, telah memiliki Simco Syariah Indonesia.<sup>48</sup>

*Baitul Maal Wat Tamwil* Insan Mulia atau BMT Insan Mulia merupakan salah satu bentuk program dibawah Divisi Madrasah Ummat Dompot Sosial Insan Mulia disingkat DSIM. *Baitul Maal Wat Tamwil* Insan Mulia bergerak dibidang Simpanan dan Pembiayaan, serta memiliki unit-unit yang dikelola oleh BMT Insan Mulia.<sup>49</sup>

BMT Insan Mulia dikelola oleh tenaga profesional, berusaha memastikan bahwa dana seluruh anggota/nasabah yang ditabung di BMT Insan Mulia dapat dikelola melalui program-program yang mampu mensinergikan ekonomi mikro dan makro demi tercapainya pemerataan ekonomu diseluruh lapisan masyarakat, dan menjadi salah satu alternatif pilihan masyarakat untuk menabung yang ringan dan tabungannya akan termanfaatkan dengan baik.

##### **B. Asas, Visi, Misi, dan Tujuan<sup>50</sup>**

---

<sup>48</sup> Sumber : *BMT Insan Mulia Palembang*

<sup>49</sup> *Ibid*

<sup>50</sup> Sumber : *BMT Insan Mulia Palembang*

Adapun yang menjadi Asas, Visi, Misi, dan Tujuan *Baitul Maal Wat Tanwil* Insan Mulia atau BMT IM adalah:

1. Asas

BMT Insan Mulia adalah Pancasila dengan pemahaman sesuai aqidah Islamiyah dan berlandaskan pada syari'ah muamalah bersumber dari Al-Qur'an dan As-Sunnah.

2. Visi

BMT Insan Mulia adalah menjadi lembaga keuangan mikro yang sehat, berkembang dan terpercaya, yang mampu melayani anggota dan masyarakat lingkungannya berkehidupan *salaam*, penuh keselamatan, kedamaian dan kesejahteraan.

3. Misi

BMT Insan Mulia adalah mengembangkan BMT Insan Mulia sebagai sarana *gerakan pembebasan, gerakan pemberdayaan, dan gerakan keadilan* sehingga terwujud khalifa masyarakat disekitar BMT yang *salaam*, penuh keselamatan, kedamaian dan kesejahteraan.

4. Tujuan

BMT Insan Mulia adalah mewujudkan kehidupan keluarga anggota dan masyarakat disekitar dengan *salaam*, penuh keselamatan, kedamaian, dan kesejahteraan.

BMT Insan Mulia adalah koperasi syariah yang memiliki dua fungsi:

1. *Baitul Maal* merupakan lembaga ziswaf (zakat, infak, shadaqah, wakaf) yang hadir dengan tujuan sosial. Aktifitas utamanya menghimpun dan mengelolah dana zakat, infak dan shadaqah untuk tujuan social
2. *Baitul Tamwil* merupakan lembaga dengan aktifitas perhimpunan dan penyaluran dana untuk tujuan yang bersifat bisnis dan memberikan keuntungan bersama dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariah.

### **C. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dalam penyusunan tugas akhir ini adalah BMT Insan Mulia Palembang Jln Inspektur Marzuki Ruko no B6 Pakjo. RT 04 RW 02. Palembang Sumatera Selatan

### **D. Produk Tabungan BMT Insan Mulia**

#### 1. Tabungan Berkah

Tabungan yang memberikan banyak kelebihan antaranya:

- a. Tabungan yang dapat ditambah dan ditarik setiap saat (bersifat titipan)
- b. Mudah, praktis, dan aman
- c. Pembukaan rekening atas nama perorangan/lembaga setoran awal Rp. 10.000 setoran selanjutnya minimal Rp. 5000
- d. Akan mendapatkan bonus tiap bulan
- e. Saldo minimal tersisa sebesar Rp. 10.000
- f. Tidak ada potongan bulanan

#### 2. Tabungan Idul Fitri

Sambut idul fitri dan hari kemenangan dengan membuka rekening Taduri di Bmt Insan Mulia kelebihanannya antara lain:

- a. Tabungan hanya dapat ditarik pada saat menjelang lebaran
  - b. Setoran awal minimal Rp 20.000 dan setoran selanjutnya minimal Rp 10.000
  - c. Pembukaan atas nama perorangan atau lembaga
  - d. Bagi hasil keuntungan simpanan dihitung atas saldo rata-rata harian dengan nisbah 30:70
3. Tabungan Pendidikan
- a. Simpanan untuk persiapan pendidikan, dapat ditarik menjelang tahun ajaran baru
  - b. Pembukaan atas nama lembaga atau nama perorangan
  - c. Setoran awal minimal Rp 20.000 (perorangan) dan Rp 100.000 (lembaga)
  - d. Bagi hasil keuntungan dihitung atas saldo rata-rata harian dengan nisbah 30:70
4. Simpanan Qurban
- a. Simpanan untuk persiapan Qurban, dan dapat ditarik menjelang hari raya idul adha
  - b. Pembukaan atas nama perorangan atau lembaga
  - c. Setoran awal minimal Rp. 20.000 (perorangan) Rp. 100.000 (lembaga)
  - d. Bagi hasil keuntungan dihitung atas saldo rata-rata harian dengan nisbah 30:70
5. Tabungan Berjangka
- a. Simpanan dalam jangka waktu tertentu

- b. Memiliki rekening tabungan berkah
  - c. Pembukaan rekening simpanan dengan setoran minimal Rp. 1.000.000
  - d. Bagi hasil yang kompetitif dengan nisbah
    - Jangka waktu 12 bulan (40:60)
    - Jangka waktu 24 bulan (50:50)
6. Tabungan Walimah
- a. Tabungan yang khusus untuk persiapan walimah
  - b. Pembukaan rekening atas nama perorangan
  - c. Setoran awal minimal Rp. 20.000
  - d. Bagi hasil keuntungan dihitung atas saldo rata-rata harian dengan nisbah 40:60<sup>51</sup>

### **E. Jenis Usaha dan Kegiatan**

Berikut adalah jenis usaha-usaha dan kegiatan yang terdapat di BMT Insan Mulia Palembang, guna mencapai maksud dan tujuan bersama.

1. Usaha Ekonomi Produktif
  - a. Menggalang dan menghimpun dana yang dipergunakan untuk melayani pembiayaan usaha-usaha anggota dan usaha BMT
  - b. Memberikan pembiayaan kepada usaha-usaha produktif anggota melalui pelayanan yang cepat, layak, aman, dan tepat sasaran
  - c. Aturan dan jenis pembiayaan akan dituangkan dalam anggaran rumah tangga

---

<sup>51</sup> Sumber: Brosur BMT Insan Mulia (24 November 2017 WIB)

- d. Mengembangkan usaha-usaha sektor riil yang menunjang usaha anggotanya
- e. Mengelola usaha tersebut secara profesional berdasarkan prinsip syariah

## 2. Usaha Kesejahteraan Sosial (UKS)

- a. Menggalang dana ZIS bekerja sama dengan Badan Amil Zakat (BAZ) atau lembaga Amil Zakat Setempat
- b. Menggalang dan menghimpun dana sosial dari sumber dana yang halal dan baik yang tidak mengikat
- c. Memberikan pinjaman dalam bentuk *Al-Qardul Hasan*
- d. Melaksanakan pendidikan dan bimbingan berusaha kepada anggota yang menerima pembiayaan agar mereka mampu mengembangkan usahanya bisa bertanggung jawabkan pembiayaan yang diterimanya
- e. Melaksanakan pendidikan dan bimbingan memanfaatkan hasil usaha yang diperoleh sehingga benar-benar bermanfaat untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga atau anggota
- f. Melakukan pendidikan dan pembinaan *ruhiyah* pengurus, pengelola dan anggota BMT Insan Mulia untuk membentuk kepribadian atau akhlak Islam yang utuh, tangguh, dan mampu dalam beribadah menghadapi tantangan global
- g. Melaksanakan pendidikan dan penyuluhan kesejahteraan yang dilaksanakan secara sistematis dan terencana

## 3. Sumber Dana BMT Insan Mulia Palembang

Sumber dana BMT Insan Mulia Palembang berasal dari sumber dana BMT Insan Mulia Palembang atas modal dan pinjaman.

a. Modal BMT Insan Mulia Palembang berasal dari:

1. Simpanan pokok khusus
2. Simpanan pokok
3. Simpanan wajib
4. Sumbangan-sumbangan yang tidak mengikat (*hibah*)
5. Sisa hasil usaha yang dicadangkan

b. Dana pinjaman bersumber dari :

1. Simpanan-simpanan sukarela anggota
2. Usaha penyertaan dari pemerintah melalui pusat Inkubasi dan bisnis usaha kecil
3. Perorangan, bank dan lembaga keuangan lainnya
4. Sumber-sumber lain yang sah dan halal

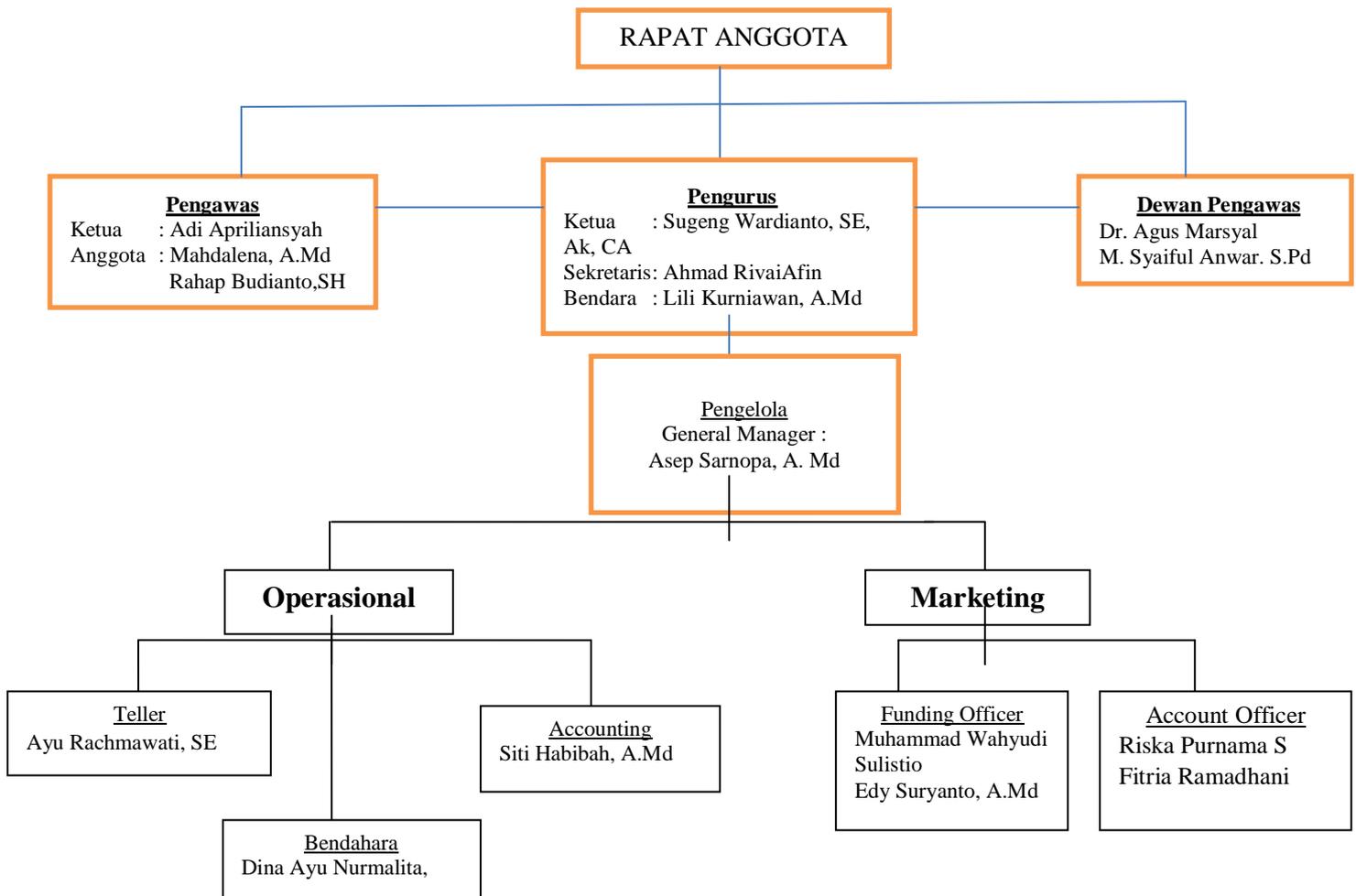
#### **F. Struktur Organisasi / Kepengurusan BMT Insan Mulia**

Untuk melaksanakan kegiatan operasional secara efektif dan efisien, suatu perusahaan ataupun badan usaha harus mempunyai struktur organisasi yang jelas.

Untuk itu, Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Insan Mulia menyusun organisasinya sebagai berikut:

**Gambar 2.3**  
**Struktur Organisasi Koperasi Syariah**

## BMT Insan Mulia Palembang



<sup>52</sup>Sumber: BMT Insan Mulia

### G. Jabatan dan Tanggung Jawab

#### 1. Dewan pengurus

##### a. Ketua : memimpin rapat anggota dan rapat pengurusan

- 1) Memimpin rapat bulan pengurusan dengan manajemen, menilai bulanan dan kesehatan BMT Insan Mulia
- 2) Ikut mendatangi surat-surat berharga serta surat-surat lain yang berhubungan dengan penyelenggaraan keuangan BMT Insan Mulia

<sup>52</sup> Sumber : *BMT Insan Mulia*

- 3) Menjalankan tugas-tugas yang diamanakan oleh pemimpin BMT Insan Mulia sebagaimana tertuan dalam AD/ART BMT
- b. Sekretaris
- 1) Membuat serta memelihara berita acara yang lengkap dan asli dari rapat anggota dan rapat pengurus
  - 2) Bertanggung jawab atas pemberitahuan kepada anggota rapat diadakan sesuai dengan ketentuan AD/ART
  - 3) Memberikan catatan-catatan BMT Insan Mulia
  - 4) Memverifikasi dan memberikan saran pada ketua tentang berbagai situasi dan perkembangan BMT Insan Mulia
- c. Bendahara
- 1) Bersama manager bersama memegang rekening dibank
  - 2) Bertanggung jawab mengarahkan, memonitor dan mengevaluasi pengelolaan oleh pengelola
  - 3) Sebagai penasehat dan pemberi saran atau fatwa kepada pengurus dan pengelola mengenai hal-hal yang terkait dengan syariah
- d. Pengawan
- 1) Sebagai modirator antara BMT dengan Dewan Syariah Nasional
  - 2) Mewakili anggota dalam pengawasan Syariah
- e. *General Manager*
- 1) Merumuskan strategi dan taktik operasional dalam rangka melaksanakan keputusan pengurus dan keputusan musyawarah

- 2) Mengusulkan fungsi kontrol dan pengawasan terhadap kerja karyawan
  - 3) Melaporkan kinerja kepada pengurus dalam periode waktu tertentu
- f. Operasional
- 1) *Teller*
    - a) Berkaitan langsung dengan bagian keuangan
    - b) Melakukan pembukuan dan penutupan kas
  - 2) Bendahara: mengurus bagian keuangan
  - 3) *Accounting*: mengurus transaksi harian
- g. *Marketing*
- 1) *Funding Officer*
    - a) Mencari nasabah
    - b) Mengumpulkan dana
  - 2) *Account Officer*
    - a) Merencanakan sistem dan strategi pemasaran
    - b) Melakukan analisis usaha nasabah calon peminjam.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Sumber BMT Insan Mulia Palembang (Asep Sanopa 24 november 2017 WIB)

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Faktor-Faktor yang Menentukan Kualitas Pelayanan pada Nasabah Produk Tabungan di BMT Insan Mulia Palembang

Kualitas pelayanan BMT Insan Mulia Palembang ditentukan melalui kuesioner berdasarkan lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Hasil dari kelima dimensi tersebut dijelaskan sebagai berikut.

##### 1. Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Tangibles*

Kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *tangibles* terdiri dari lima pernyataan. Adapun hasil angket berdasarkan dimensi *tangibles* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.1

Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Tangibles* Pernyataan No. 1

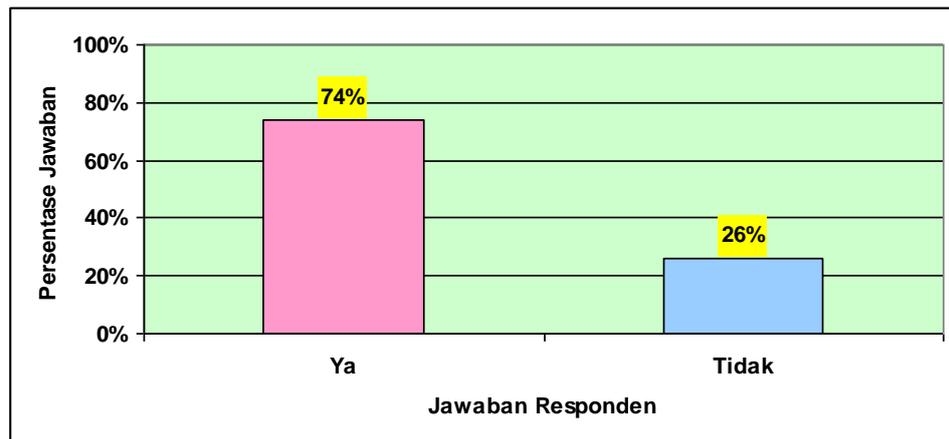
No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
1	Keadaan fisik gedung BMT Insan Mulia terlihat rapi	74	74%	26	26%	100	100%
	Jumlah	74	74%	26	26%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 74 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 26 responden. Artinya 74 responden menyatakan bahwa keadaan fisik gedung BMT Insan Mulia terlihat rapi. Secara grafik persentase jawaban

responden untuk pernyataan keadaan fisik gedung BMT Insan Mulia terlihat rapi adalah sebagai berikut:

Grafik 4.1  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 1



Berdasarkan Grafik 4.1 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 74% dan yang menjawab Tidak sebanyak 26%. Artinya, 74% responden menyatakan bahwa keadaan fisik gedung BMT Insan Mulia terlihat rapi.

Tabel 4.2  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Tangibles* Pernyataan No. 2

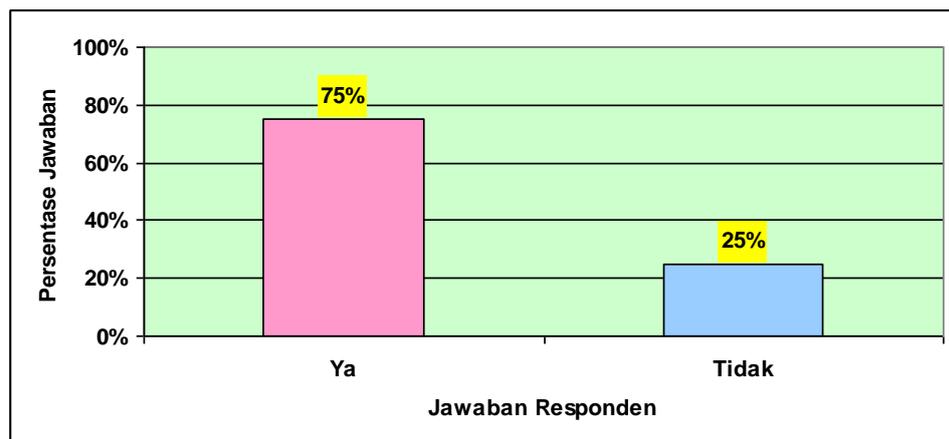
No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
2	Keadaan fisik gedung BMT Insan Mulia terlihat bersih	75	75%	25	25%	100	100%
	Jumlah	75	75%	25	25%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 75 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 25 responden. Artinya 75 responden menyatakan keadaan fisik gedung

BMT Insan Mulia terlihat bersih. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan keadaan fisik gedung BMT Insan Mulia terlihat bersih adalah sebagai berikut:

Grafik 4.2  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 2



Berdasarkan Grafik 4.2 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 75% dan yang menjawab Tidak sebanyak 25%. Artinya, 75% responden menyatakan bahwa keadaan fisik gedung BMT Insan Mulia terlihat bersih.

Tabel 4.3  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Tangibles* Pernyataan No. 3

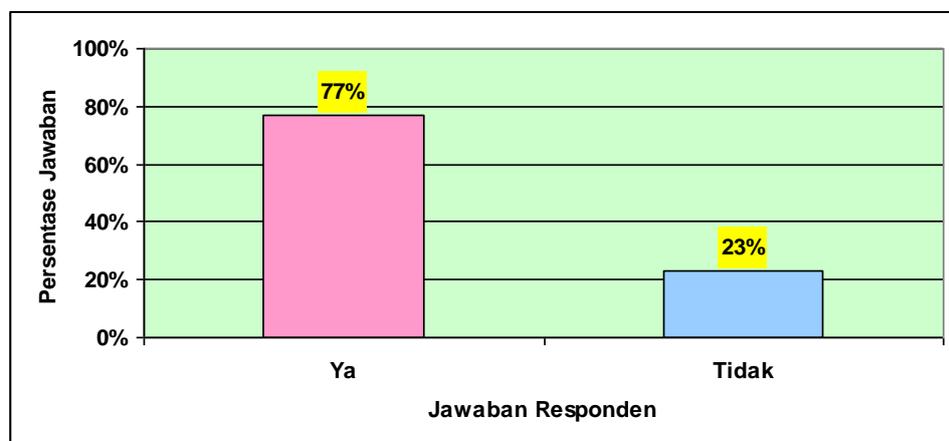
No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
3	Keadaan fisik gedung BMT Insan Mulia terlihat nyaman	77	77%	23	23%	100	100%
	Jumlah	77	77%	23	23%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 77 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak

23 responden. Artinya 77 responden menyatakan keadaan fisik gedung BMT Insan Mulia terlihat nyaman. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan keadaan fisik gedung BMT Insan Mulia terlihat nyaman adalah sebagai berikut:

Grafik 4.3  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 3



Berdasarkan Grafik 4.3 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 77%, dan yang menjawab Tidak sebanyak 23%. Artinya, 77% responden menyatakan bahwa keadaan fisik gedung BMT Insan Mulia terlihat nyaman.

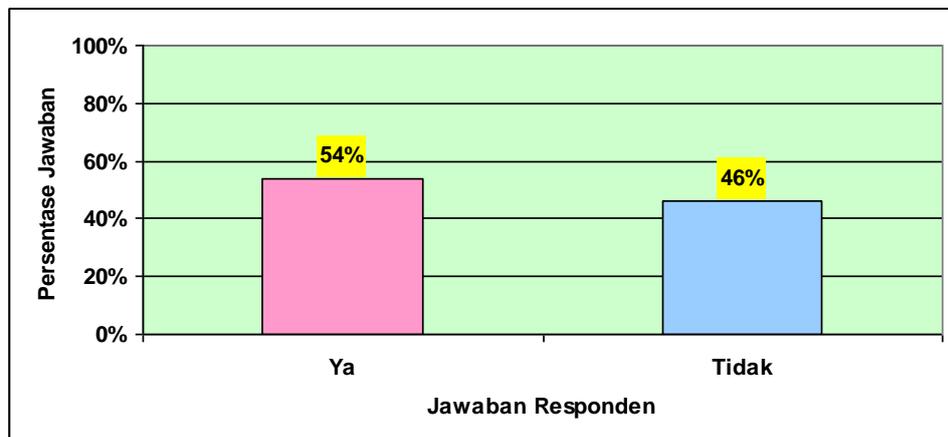
Tabel 4.4  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Tangibles* Pernyataan No. 4

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
4	Karyawan BMT Insan Mulia berpenampilan sopan	54	54%	46	46%	100	100%
	Jumlah	54	54%	46	46%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 54 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 46 responden. Artinya, 54 responden menyatakan karyawan BMT Insan Mulia berpenampilan sopan. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT Insan Mulia berpenampilan sopan adalah sebagai berikut:

Grafik 4.4  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 4



Berdasarkan Grafik 4.4 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 54% dan yang menjawab Tidak sebanyak 46%. Artinya, 54% responden menyatakan bahwa karyawan BMT Insan Mulia berpenampilan sopan.

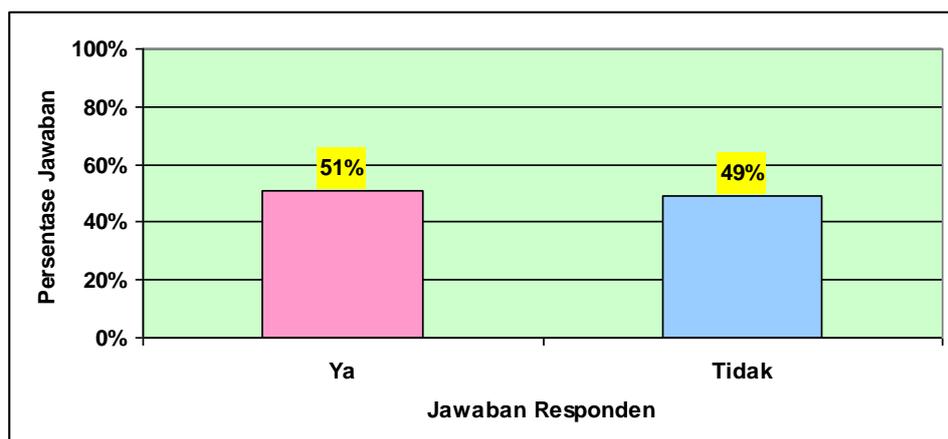
Tabel 4.5  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Tangibles* Pernyataan No. 5

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
5	Karyawan BMT Insan Mulia berpenampilan rapi	51	51%	49	49%	100	100%
	Jumlah	51	51%	49	49%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 51 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 49 responden. Artinya, 51 responden menyatakan karyawan BMT Insan Mulia berpenampilan rapi. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT Insan Mulia berpenampilan rapi adalah sebagai berikut:

Grafik 4.5  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 5



Berdasarkan Grafik 4.5 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 51% dan yang menjawab Tidak sebanyak 49%. Artinya, 51% responden menyatakan bahwa karyawan BMT Insan Mulia berpenampilan rapi.

Secara keseluruhan, kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *tangibles* dapat dilihat pada Tabel 4.6 di bawah ini.

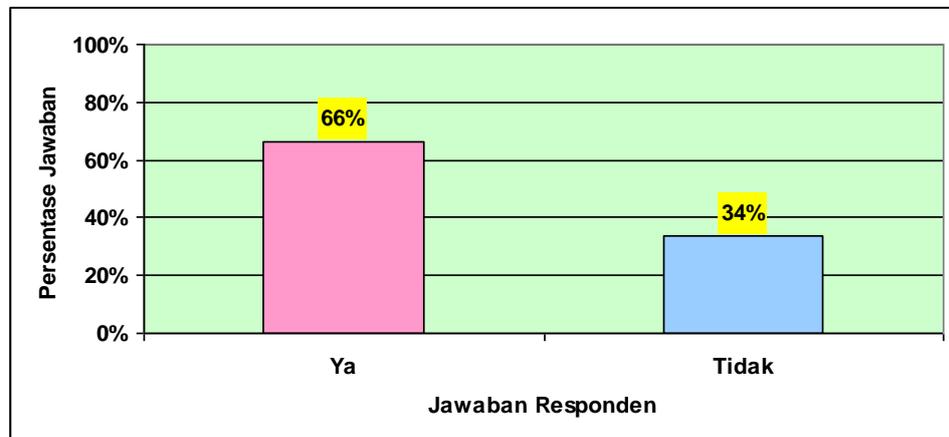
Tabel 4.6  
Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia Berdasarkan Dimensi *Tangibles*

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
1	Keadaan fisik gedung BMT Insan Mulia terlihat rapi	74	74%	26	26%	100	100%
2	Keadaan fisik gedung BMT Insan Mulia terlihat bersih	75	75%	25	25%	100	100%
3	Keadaan fisik gedung BMT Insan Mulia terlihat nyaman	77	77%	23	23%	100	100%
4	Karyawan BMT Insan Mulia berpenampilan sopan	54	54%	46	46%	100	100%
5	Karyawan BMT Insan Mulia berpenampilan rapi	51	51%	49	49%	100	100%
	Jumlah	331	331%	169	169%	500	500%
	Rata-rata	66	66%	34	34%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa rata-rata responden yang menjawab Ya sebanyak 66 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 34 responden. Secara grafik persentase kualitas pelayanan BMT Insan Mulia Palembang berdasarkan dimensi *tangibles* adalah sebagai berikut:

Grafik 4.6  
 Persentase Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia  
 Berdasarkan Dimensi *Tangibles*



Berdasarkan Grafik 4.6 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 66% dan yang menjawab Tidak sebanyak 34%. Artinya, kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *tangibles* sebesar 66%.

## 2. Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Reability*

Kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *reability* terdiri dari empat pernyataan. Adapun hasil angket berdasarkan dimensi *reability* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

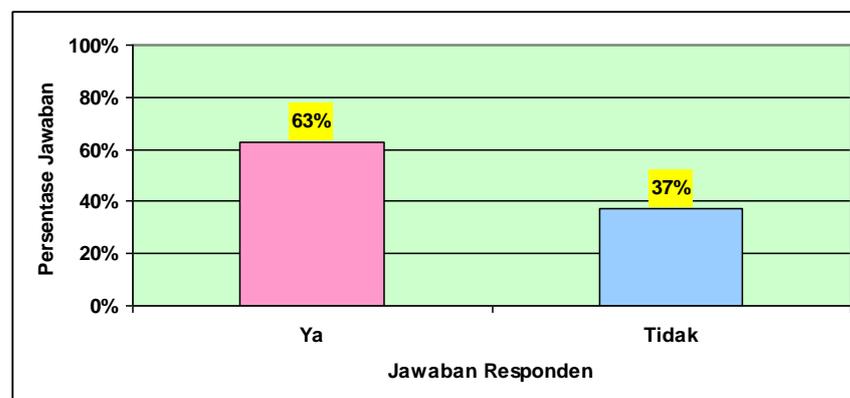
Tabel 4.7  
 Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Reability* Pernyataan No. 6

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
6	Karyawan BMT Insan Mulia dapat dipercaya dalam melakukan pelayanan	63	63%	37	37%	100	100%
	Jumlah	63	63%	37	37%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 63 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 37 responden. Artinya 63 responden menyatakan bahwa karyawan BMT Insan Mulia dapat dipercaya dalam melakukan pelayanan. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT Insan Mulia dapat dipercaya dalam melakukan pelayanan adalah sebagai berikut:

Grafik 4.7  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 6



Berdasarkan Grafik 4.7 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 63% dan yang menjawab Tidak sebanyak 37%. Artinya, 63% responden menyatakan bahwa karyawan BMT Insan Mulia dapat dipercaya dalam melakukan pelayanan.

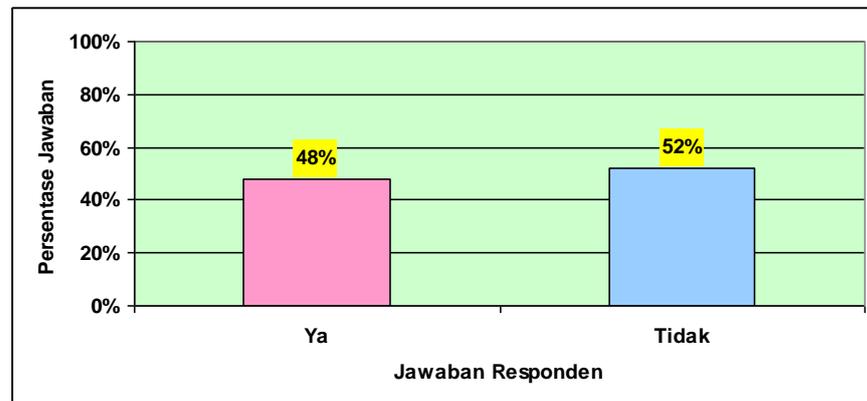
Tabel 4.8  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Reability* Pernyataan No. 7

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
7	Karyawan BMT Insan Mulia dalam melakukan pelayanan selalu akurat	48	48%	52	52%	100	100%
	Jumlah	48	48%	52	52%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 48 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 52 responden. Artinya 52 responden menyatakan karyawan BMT Insan Mulia dalam melakukan pelayanan *tidak* akurat. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan Karyawan BMT Insan Mulia dalam melakukan pelayanan selalu akurat adalah sebagai berikut:

Grafik 4.8  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 7



Berdasarkan Grafik 4.8 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 48% dan yang menjawab Tidak sebanyak 52%. Artinya, 52% responden menyatakan bahwa karyawan BMT Insan Mulia dalam melakukan pelayanan *tidak* akurat.

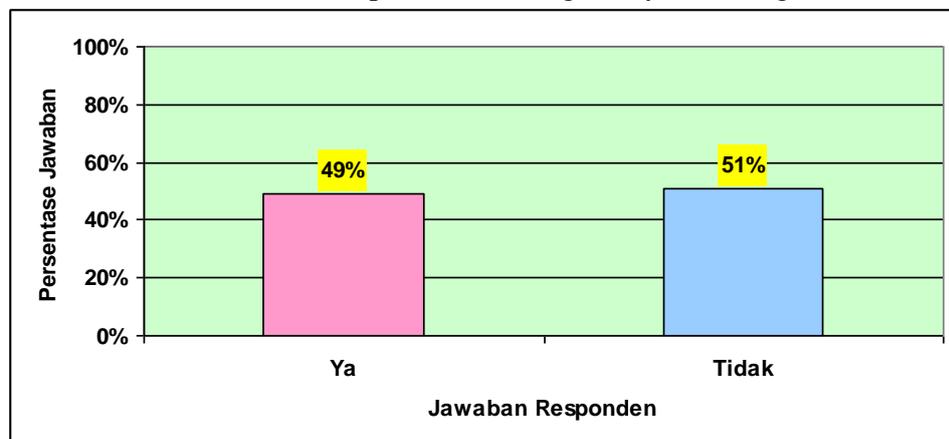
Tabel 4.9  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Reability* Pernyataan No. 8

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
8	Karyawan BMT Insan Mulia konsisten dalam melakukan pelayanan	49	49%	51	51%	100	100%
	Jumlah	49	49%	51	51%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 49 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 51 responden. Artinya 51 responden menyatakan karyawan BMT Insan Mulia *tidak* konsisten dalam melakukan pelayanan. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT Insan Mulia konsisten dalam melakukan pelayanan adalah sebagai berikut:

Grafik 4.9  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 8



Berdasarkan Grafik 4.3 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 49%, dan yang menjawab Tidak sebanyak 51%. Artinya, 51% responden menyatakan bahwa karyawan BMT Insan Mulia *tidak* konsisten dalam melakukan pelayanan.

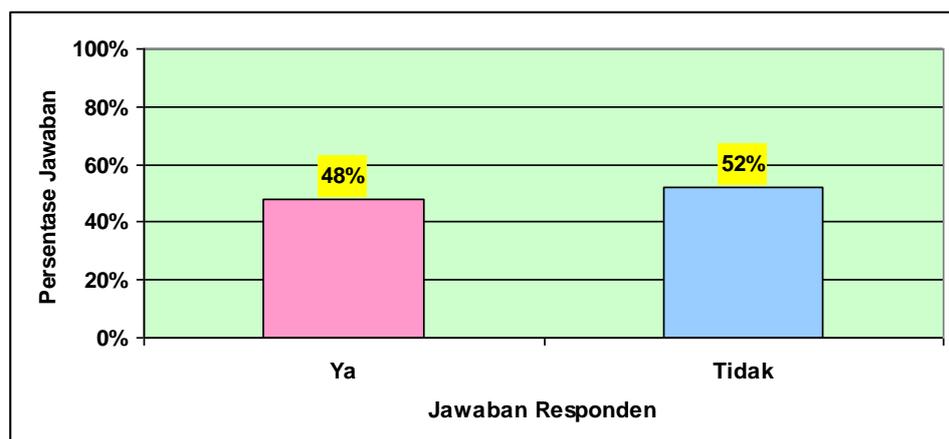
Tabel 4.10  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Reability* Pernyataan No. 9

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
9	Karyawan mampu memberikan layanan sesuai dengan prosedur BMT Insan Mulia	48	48%	52	52%	100	100%
	Jumlah	48	48%	52	52%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 48 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 52 responden. Artinya, 52 responden menyatakan karyawan *tidak* mampu memberikan layanan sesuai dengan prosedur BMT Insan Mulia. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan mampu memberikan layanan sesuai dengan prosedur BMT Insan Mulia adalah sebagai berikut:

Grafik 4.10  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 9



Berdasarkan Grafik 4.10 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 48% dan yang menjawab Tidak sebanyak 52%. Artinya, 52% responden menyatakan bahwa karyawan *tidak* mampu memberikan layanan sesuai dengan prosedur BMT Insan Mulia.

Secara keseluruhan, kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *reability* dapat dilihat pada Tabel 4.6 di bawah ini.

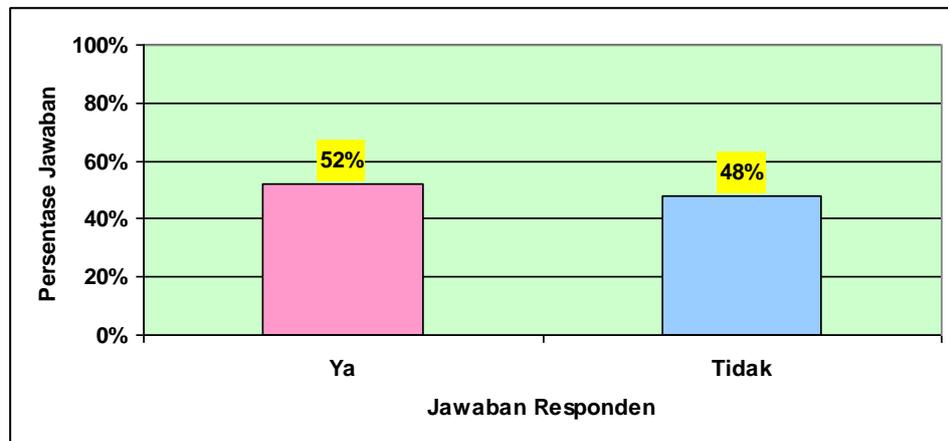
Tabel 4.11  
Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia Berdasarkan Dimensi *Reability*

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
6	Karyawan BMT Insan Mulia dapat dipercaya dalam melakukan pelayanan	63	63%	37	37%	100	100%
7	Karyawan BMT Insan Mulia dalam melakukan pelayanan selalu akurat	48	48%	52	52%	100	100%
8	Karyawan BMT Insan Mulia konsisten dalam melakukan pelayanan	49	49%	51	51%	100	100%
9	Karyawan mampu memberikan layanan sesuai dengan prosedur BMT Insan Mulia	48	48%	52	52%	100	100%
	Jumlah	208	208%	192	192%	400	400%
	Rata-Rata	52	52%	48	48%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa rata-rata responden yang menjawab Ya sebanyak 52 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 48 responden. Secara grafik persentase kualitas pelayanan BMT Insan Mulia Palembang berdasarkan dimensi *Reability* adalah sebagai berikut:

Grafik 4.11  
 Persentase Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia  
 Berdasarkan Dimensi *Reability*



Berdasarkan Grafik 4.11 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 52% dan yang menjawab Tidak sebanyak 48%. Artinya, kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *reability* sebesar 52%.

### 3. Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Responsiveness*

Kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *responsiveness* terdiri dari empat pernyataan. Adapun hasil angket berdasarkan dimensi *responsiveness* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

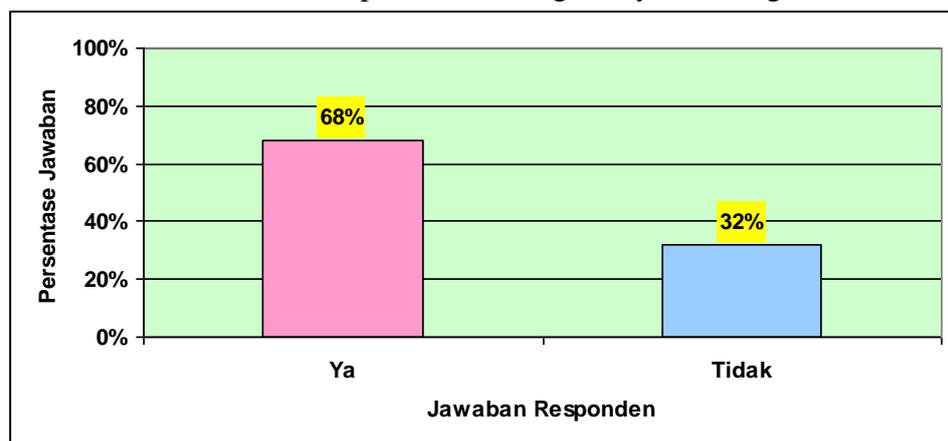
Tabel 4.12  
 Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Responsiveness*  
 Pernyataan No. 10

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
10	Karyawan BMT Insan Mulia cepat tanggap dalam menghadapi keluhan konsumen	68	68%	32	32%	100	100%
	Jumlah	68	68%	32	32%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 68 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 32 responden. Artinya 68 responden menyatakan bahwa karyawan BMT Insan Mulia cepat tanggap dalam menghadapi keluhan konsumen. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT Insan Mulia cepat tanggap dalam menghadapi keluhan konsumen adalah sebagai berikut:

Grafik 4.12  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 10



Berdasarkan Grafik 4.12 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 68% dan yang menjawab Tidak sebanyak 32%. Artinya, 68% responden menyatakan bahwa karyawan BMT Insan Mulia cepat tanggap dalam menghadapi keluhan konsumen.

Tabel 4.13  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Responsiveness*  
Pernyataan No. 11

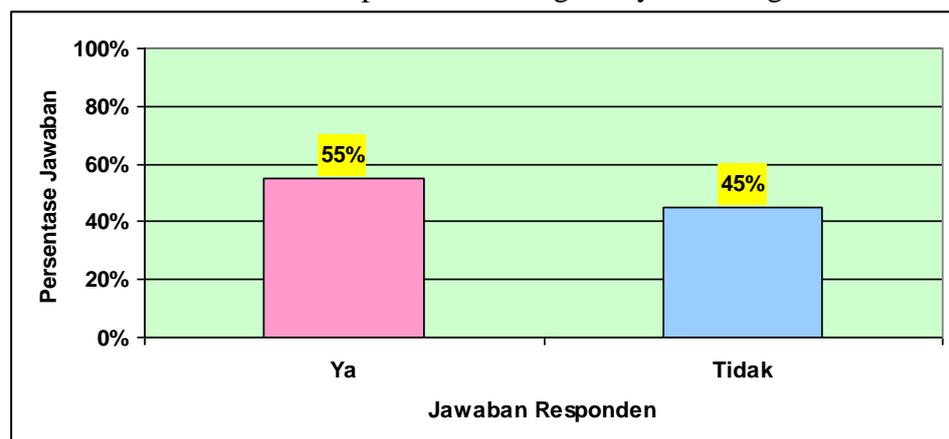
No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
11	Karyawan BMT Insan Mulia cepat merespon ketika diminta bantuan	55	55%	45	45%	100	100%

	Jumlah	55	55%	45	45%	100	100%
--	--------	----	-----	----	-----	-----	------

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 55 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 45 responden. Artinya 55 responden menyatakan karyawan BMT Insan Mulia cepat merespon ketika diminta bantuan. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT Insan Mulia cepat merespon ketika diminta bantuan adalah sebagai berikut:

Grafik 4.13  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 11



Berdasarkan Grafik 4.13 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 55% dan yang menjawab Tidak sebanyak 45%. Artinya, 55% responden menyatakan bahwa karyawan BMT Insan Mulia cepat merespon ketika diminta bantuan.

Tabel 4.14  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Responsiveness*  
Pernyataan No. 12

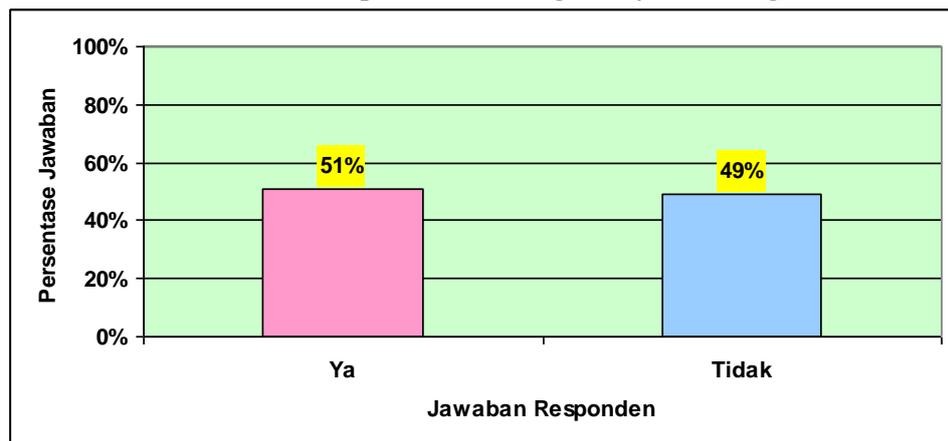
No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
12	Karyawan BMT IM dalam memberikan	51	51%	49	49%	100	100%

	layanan dengan cepat						
	Jumlah	51	51%	49	49%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 51 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 49 responden. Artinya 51 responden menyatakan karyawan BMT IM dalam memberikan layanan dengan cepat. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT IM dalam memberikan layanan dengan cepat adalah sebagai berikut:

Grafik 4.14  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 12



Berdasarkan Grafik 4.14 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 51%, dan yang menjawab Tidak sebanyak 49%. Artinya, 51% responden menyatakan bahwa karyawan BMT IM dalam memberikan layanan dengan cepat.

Tabel 4.15  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Responsiveness*  
Pernyataan No. 13

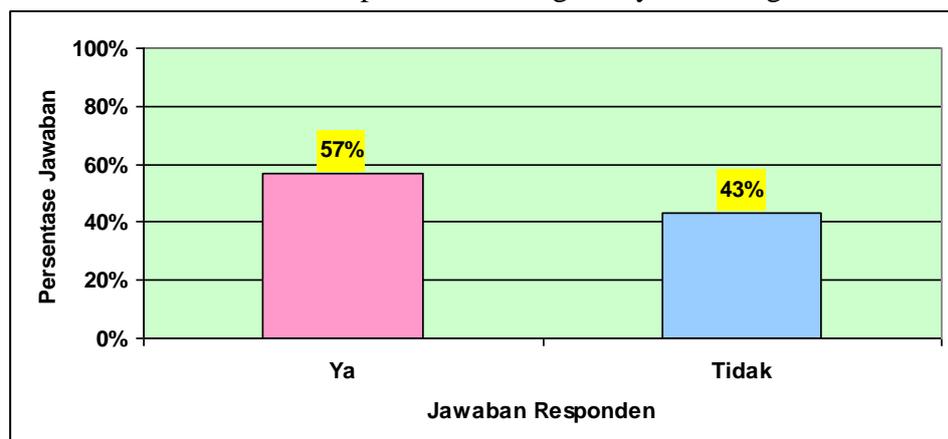
No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
13	Karyawan BMT IM	57	57%	43	43%	100	100%

	dalam memberikan layanan dengan benar						
	Jumlah	57	57%	43	43%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.15 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 57 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 43 responden. Artinya, 57 responden menyatakan karyawan BMT IM dalam memberikan layanan dengan cepat. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT IM dalam memberikan layanan dengan cepat adalah sebagai berikut:

Grafik 4.15  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 13



Berdasarkan Grafik 4.15 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 57% dan yang menjawab Tidak sebanyak 43%. Artinya, 57% responden menyatakan bahwa karyawan BMT IM dalam memberikan layanan dengan benar.

Secara keseluruhan, kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *responsiveness* dapat dilihat pada Tabel 4.16 di bawah ini.

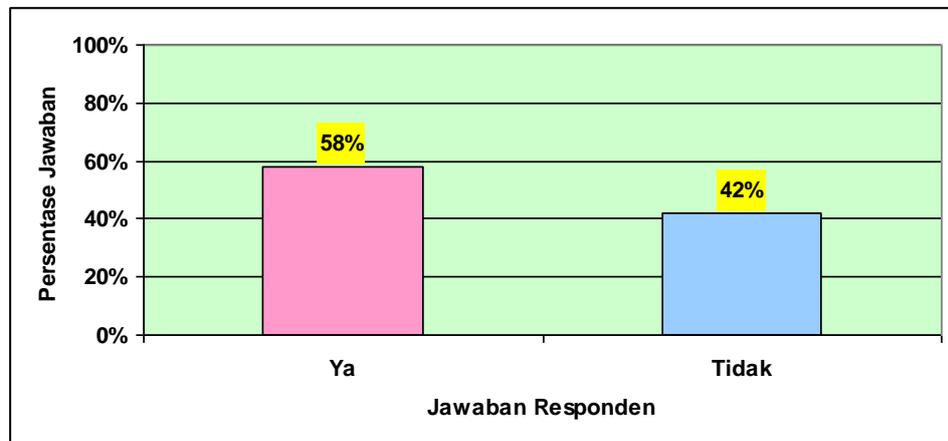
Tabel 4.16  
Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia Berdasarkan Dimensi *Responsiveness*

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
10	Karyawan BMT Insan Mulia cepat tanggap dalam menghadapi keluhan konsumen	68	68%	32	32%	100	100%
11	Karyawan BMT Insan Mulia cepat merespon ketika diminta bantuan	55	55%	45	45%	100	100%
12	Karyawan BMT IM dalam memberikan layanan dengan cepat	51	51%	49	49%	100	100%
13	Karyawan BMT IM dalam memberikan layanan dengan benar	57	57%	43	43%	100	100%
	Jumlah	231	231%	169	169%	400	400%
	Rata-Rata	58	58%	42	42%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahui bahwa rata-rata responden yang menjawab Ya sebanyak 58 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 42 responden. Secara grafik persentase kualitas pelayanan BMT Insan Mulia Palembang berdasarkan dimensi *responsiveness* adalah sebagai berikut:

Grafik 4.16  
 Persentase Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia  
 Berdasarkan Dimensi *Responsiveness*



Berdasarkan Grafik 4.16 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 58% dan yang menjawab Tidak sebanyak 42%. Artinya, kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *responsiveness* sebesar 58%.

#### 4. Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Assurance*

Kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *assurance* terdiri dari enam pernyataan. Adapun hasil angket berdasarkan dimensi *assurance* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

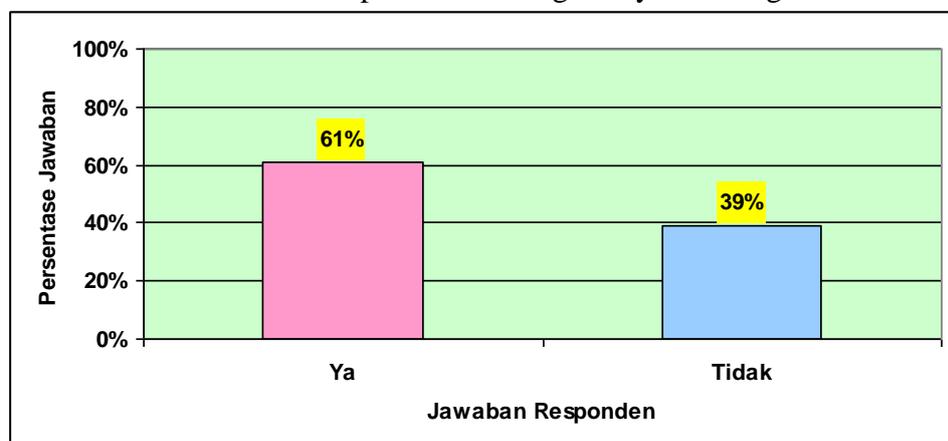
Tabel 4.17  
 Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Assurance* Pernyataan No. 14

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
14	Karyawan BMT Insan Mulia dapat diandalkan	61	61%	39	39%	100	100%
	Jumlah	61	61%	39	39%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 61 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 39 responden. Artinya 61 responden menyatakan bahwa karyawan BMT Insan Mulia dapat diandalkan. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT Insan Mulia dapat diandalkan adalah sebagai berikut:

Grafik 4.17  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 14



Berdasarkan Grafik 4.17 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 61% dan yang menjawab Tidak sebanyak 39%. Artinya, 61% responden menyatakan bahwa karyawan BMT Insan Mulia dapat diandalkan.

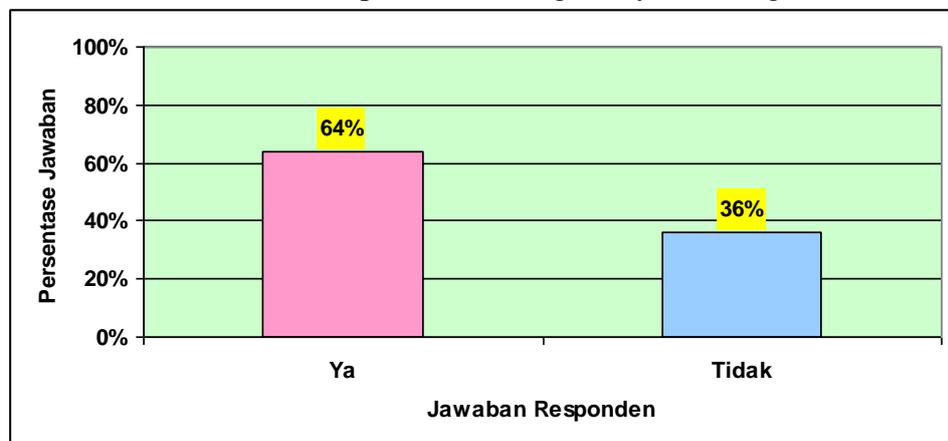
Tabel 4.18  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi Assurance Pernyataan No. 15

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
15	Karyawan BMT IM dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen	64	64%	36	36%	100	100%
	Jumlah	64	64%	36	36%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 64 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 36 responden. Artinya 64 responden menyatakan karyawan BMT IM dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT IM dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen adalah sebagai berikut:

Grafik 4.18  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 15



Berdasarkan Grafik 4.18 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 64% dan yang menjawab Tidak sebanyak 36%. Artinya, 64% responden menyatakan bahwa karyawan BMT IM dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen.

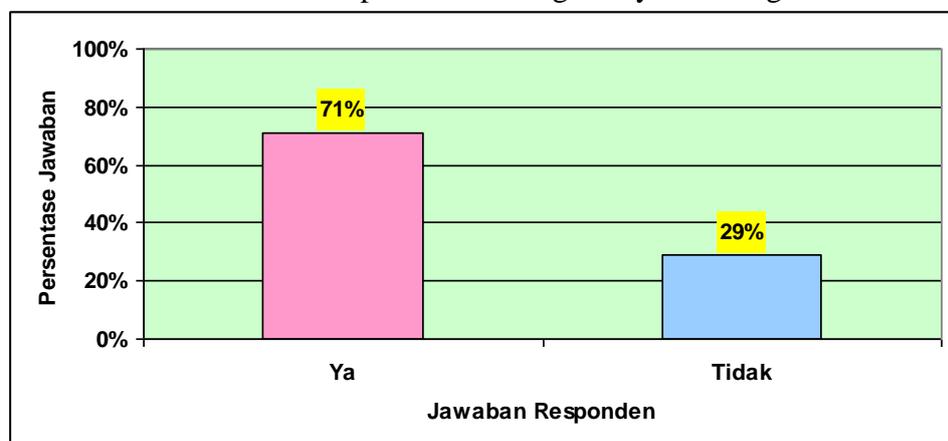
Tabel 4.19  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Assurance* Pernyataan No. 16

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
16	Karyawan BMT IM dapat memberikan keamanan kepada konsumen	71	71%	29	29%	100	100%
	Jumlah	71	71%	29	29%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.19 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 71 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 29 responden. Artinya 71 responden menyatakan karyawan BMT IM dapat memberikan keamanan kepada konsumen. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT IM dapat memberikan keamanan kepada konsumen adalah sebagai berikut:

Grafik 4.19  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 16



Berdasarkan Grafik 4.19 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 71%, dan yang menjawab Tidak sebanyak 29%. Artinya, 71% responden menyatakan bahwa karyawan BMT IM dapat memberikan keamanan kepada konsumen.

Tabel 4.20  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Assurance* Pernyataan No. 17

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
17	Karyawan BMT Insan Mulia memiliki keahlian teknis yang baik (dengan cepat dapat menghadapi	49	49%	51	51%	100	100%

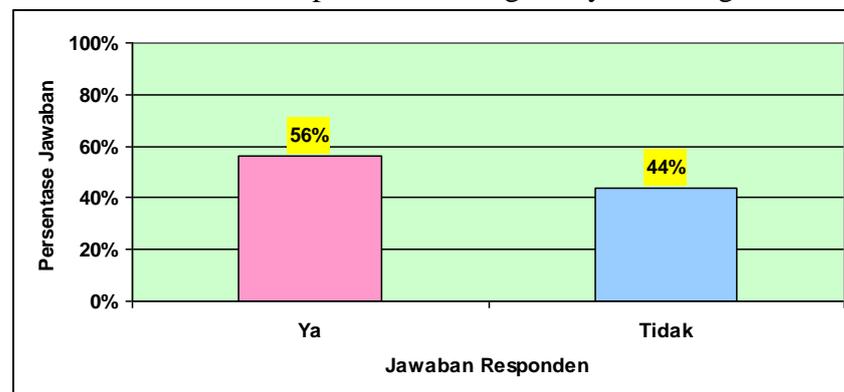


18	Karyawan BMT Insan Mulia dapat mengerti keinginan konsumen	56	56%	44	44%	100	100%
	Jumlah	56	56%	44	44%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.21 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 56 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 44 responden. Artinya, 56 responden menyatakan karyawan BMT Insan Mulia dapat mengerti keinginan konsumen. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT Insan Mulia dapat mengerti keinginan konsumen adalah sebagai berikut:

Grafik 4.21  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 18



Berdasarkan Grafik 4.21 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 56% dan yang menjawab Tidak sebanyak 44%. Artinya, 56% responden menyatakan bahwa karyawan BMT Insan Mulia dapat mengerti keinginan konsumen.

Tabel 4.22  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Assurance* Pernyataan No. 19

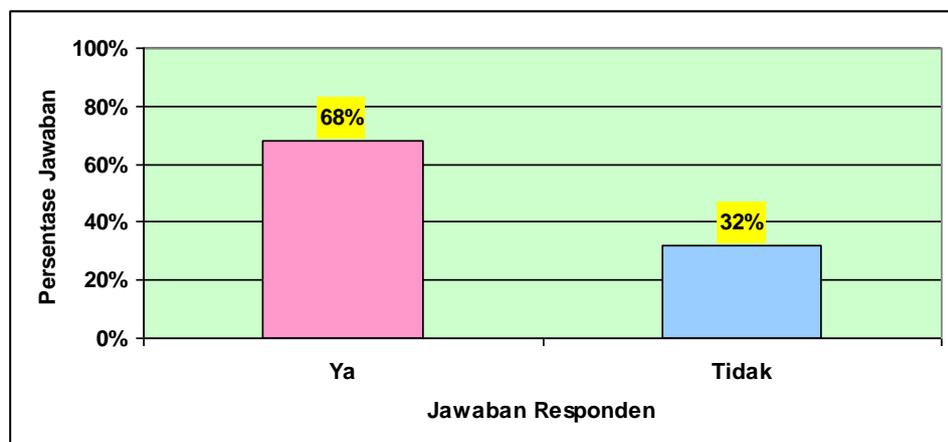
No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%

19	Karyawan BMT IM dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen	68	68%	32	32%	100	100%
	Jumlah	68	68%	32	32%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.22 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 68 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 32 responden. Artinya, 68 responden menyatakan karyawan BMT IM dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT IM dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen adalah sebagai berikut:

Grafik 4.22  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 19



Berdasarkan Grafik 4.21 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 68% dan yang menjawab Tidak sebanyak 32%. Artinya, 68% responden menyatakan bahwa karyawan BMT IM dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen.

Secara keseluruhan, kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *Assurance* dapat dilihat pada Tabel 4.23 di bawah ini.

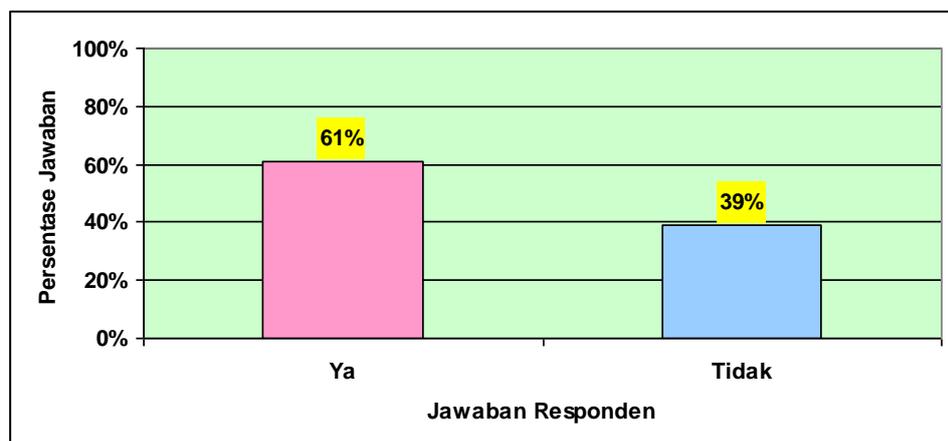
Tabel 4.23  
Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia Berdasarkan Dimensi *Assurance*

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
14	Karyawan BMT Insan Mulia dapat diandalkan	61	61%	39	39%	100	100%
15	Karyawan BMT IM dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen	64	64%	36	36%	100	100%
16	Karyawan BMT IM dapat memberikan keamanan kepada konsumen	71	71%	29	29%	100	100%
17	Karyawan BMT Insan Mulia memiliki keahlian teknis yang baik (dengan cepat dapat menghadapi masalah teknis)	49	49%	51	51%	100	100%
18	Karyawan BMT Insan Mulia dapat mengerti keinginan konsumen	56	56%	44	44%	100	100%
19	Karyawan BMT IM dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen	68	68%	32	32%	100	100%
	Jumlah	369	369%	231	231%	600	600%
	Rata-rata	61	62%	39	39%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.23 dapat diketahui bahwa rata-rata responden yang menjawab Ya sebanyak 61 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 39 responden. Secara grafik persentase kualitas pelayanan BMT Insan Mulia Palembang berdasarkan dimensi *Assurance* adalah sebagai berikut:

Grafik 4.23  
Persentase Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia  
Berdasarkan Dimensi *Assurance*



Berdasarkan Grafik 4.23 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 61% dan yang menjawab Tidak sebanyak 39%. Artinya, kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *Assurance* sebesar 61%.

## 5. Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Emphaty*

Kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *emphaty* terdiri dari tiga pernyataan. Adapun hasil angket berdasarkan dimensi *emphaty* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

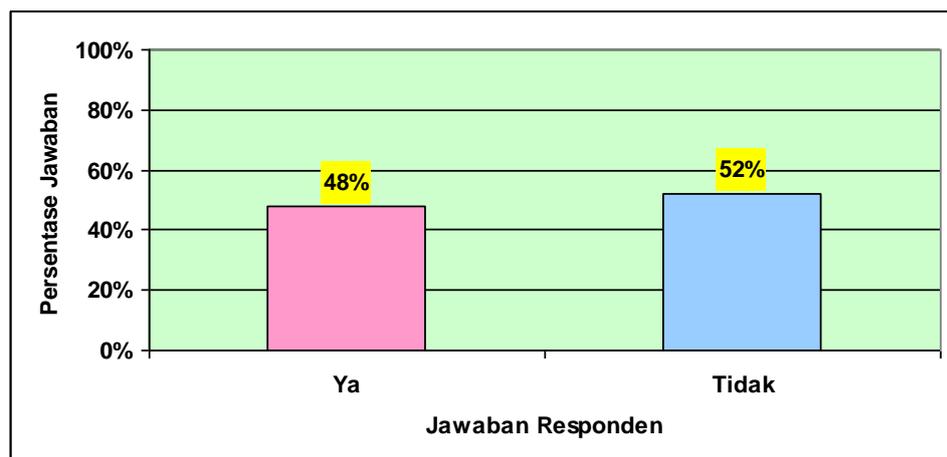
Tabel 4.24  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Empathy*  
Pernyataan No. 20

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
20	Karyawan BMT Insan Mulia memberikan pelayanan informasi	48	48%	52	52%	100	100%
	Jumlah	48	48%	52	52%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.24 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 48 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 52 responden. Artinya 52 responden menyatakan bahwa karyawan BMT Insan Mulia *tidak* memberikan pelayanan informasi. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT Insan Mulia memberikan pelayanan informasi adalah sebagai berikut:

Grafik 4.24  
Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 20



Berdasarkan Grafik 4.24 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 48% dan yang menjawab Tidak sebanyak 52%.

Artinya, 58% responden menyatakan bahwa karyawan BMT Insan Mulia *tidak* memberikan pelayanan informasi.

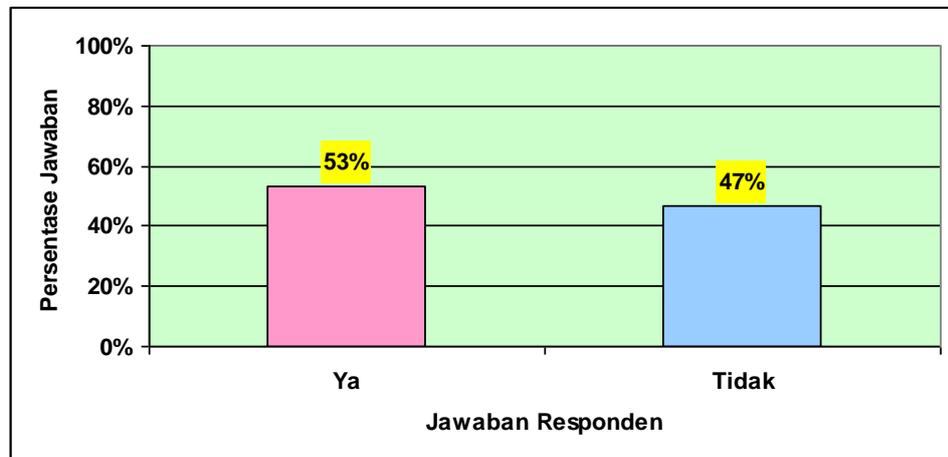
Tabel 4.25  
Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Emphaty*  
Pernyataan No. 21

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
21	Karyawan BMT Insan Mulia melayani transaksi konsumen dengan senang hati	53	53%	47	47%	100	100%
	Jumlah	53	53%	47	47%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.24 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 53 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 47 responden. Artinya 53 responden menyatakan karyawan BMT Insan Mulia melayani transaksi konsumen dengan senang hati. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT Insan Mulia melayani transaksi konsumen dengan senang hati adalah sebagai berikut:

Grafik 4.25  
 Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 21



Berdasarkan Grafik 4.25 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 53% dan yang menjawab Tidak sebanyak 47%. Artinya, 53% responden menyatakan bahwa karyawan BMT Insan Mulia melayani transaksi konsumen dengan senang hati.

Tabel 4.26  
 Kualitas Pelayanan Berdasarkan Dimensi *Emphaty*  
 Pernyataan No. 22

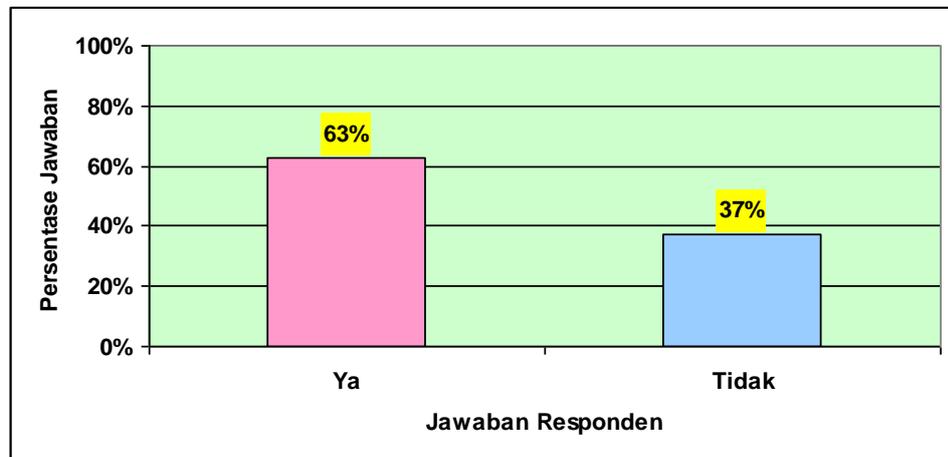
No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
22	Karyawan BMT IM membantu konsumen ketika mengalami kesulitan dalam bertransaksi	63	63%	37	37%	100	100%
	Jumlah	63	63%	37	37%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.26 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 63 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak

37 responden. Artinya 63 responden menyatakan karyawan BMT IM membantu konsumen ketika mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Secara grafik persentase jawaban responden untuk pernyataan karyawan BMT IM dalam memberikan layanan dengan cepat adalah sebagai berikut:

Grafik 4.26  
 Persentase Jawaban Responden Tentang Pernyataan Angket No. 22



Berdasarkan Grafik 4.26 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 63%, dan yang menjawab Tidak sebanyak 37%. Artinya, 63% responden menyatakan bahwa karyawan BMT IM membantu konsumen ketika mengalami kesulitan dalam bertransaksi.

Secara keseluruhan, kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *emphaty* dapat dilihat pada Tabel 4.27 di bawah ini.

Tabel 4.27  
 Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia Berdasarkan Dimensi *Emphaty*

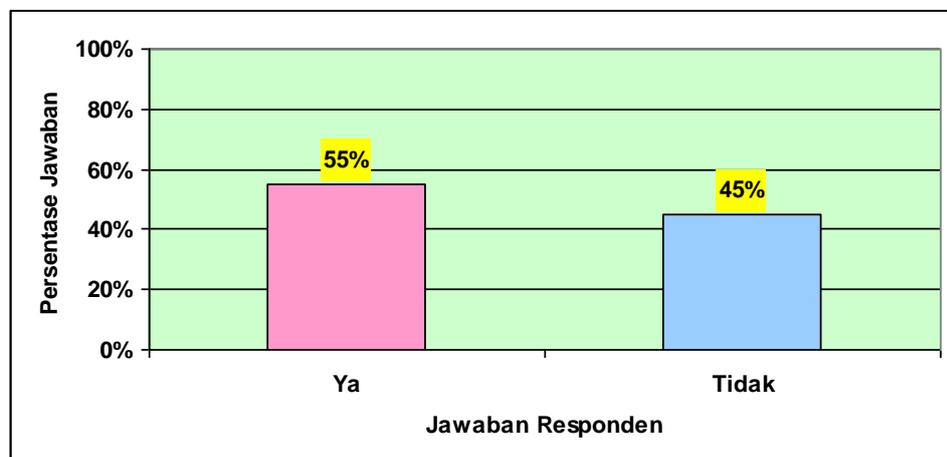
No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
20	Karyawan BMT Insan Mulia memberikan pelayanan informasi	48	48%	52	52%	100	100%
21	Karyawan BMT Insan Mulia melayani transaksi konsumen dengan senang hati	53	53%	47	47%	100	100%
22	Karyawan BMT IM membantu	63	63%	37	37%	100	100%

No	Pernyataan	Jawaban					
		Ya	%	Tidak	%	Total	%
	konsumen ketika mengalami kesulitan dalam bertransaksi						
	Jumlah	164	164%	136	136%	300	300%
	Rata-rata	55	55%	45	45%	100	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer, Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.27 dapat diketahui bahwa rata-rata responden yang menjawab Ya sebanyak 55 responden dan yang menjawab Tidak sebanyak 45 responden. Secara grafik persentase kualitas pelayanan BMT Insan Mulia Palembang berdasarkan dimensi *emphaty* adalah sebagai berikut:

Grafik 4.27  
Persentase Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia  
Berdasarkan Dimensi *Emphaty*

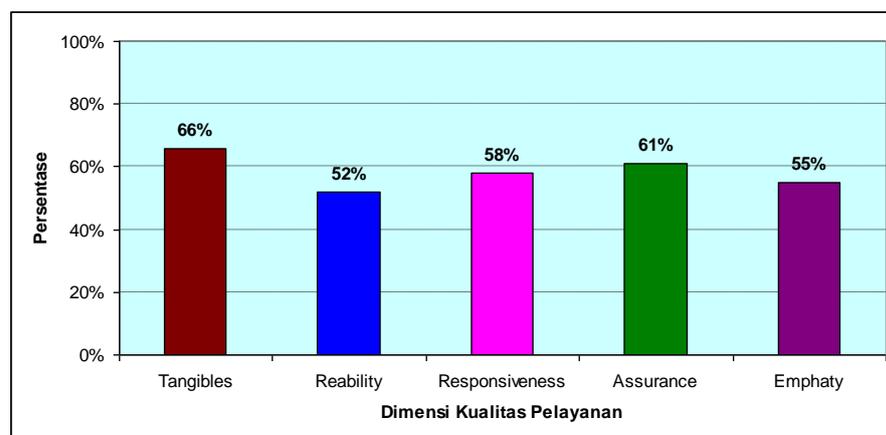


Berdasarkan Grafik 4.27 dapat diketahui bahwa responden yang menjawab Ya sebanyak 55% dan yang menjawab Tidak sebanyak 45%. Artinya, kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *emphaty* sebesar 55%.

## B. Faktor Dominan dari Kualitas Pelayanan Pada Nasabah Produk Tabungan di BMT Insan Mulia Palembang

Faktor dominan dari kualitas pelayanan pada nasabah produk tabungan di BMT Insan Mulia Palembang adalah *tangibles*, hal ini dikarenakan persentase dimensi *tangibles* lebih tinggi dari keempat dimensi lainnya, yaitu *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Secara grafik, persentase kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* adalah sebagai berikut.

Grafik 4.11  
Persentase Kualitas Pelayanan Berdasarkan Lima Dimensi



Grafik 4.11 di atas menjelaskan bahwa dimensi *tangibles* memiliki persentase terbesar yaitu 66%, kemudian dimensi *assurance* sebesar 61%, dimensi *responsiveness* sebesar 58%, dimensi *emphaty* sebesar 55%, dan dimensi *reability* sebesar 52%. Dapat dikatakan dimensi *tangibles* merupakan faktor yang paling menentukan kualitas pelayanan BMT Insan Mulia Palembang.

## C. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang menentukan kualitas pelayanan pada konsumen produk tabungan di BMT Insan Mulia Palembang adalah dimensi *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

### 1. Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia Palembang Berdasarkan Dimensi *Tangibles*

Kualitas pelayanan BMT Insan Mulia Palembang berdasarkan dimensi *tangibles* sebesar 66%. Hal ini dikarenakan keadaan fisik, gedung BMT Insan Mulia Palembang sudah rapi, bersih, dan nyaman. Selanjutnya karyawan BMT Insan Mulia Palembang berpenampilan sopan dan rapi.

Hal di atas juga ditegaskan oleh karyawan BMT Insan Mulia Palembang bahwa setiap hari bagian OB membersihkan dan menata ruangan kantor, ruang tunggu konsumen, dan ruang lainnya. Ini dilakukan agar konsumen merasa nyaman ketika berada di gedung BMT Insan Mulia Palembang. Selain itu, setiap karyawan harus berperilaku sopan dan berpenampilan rapi saat menerima konsumen.<sup>54</sup>

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa keadaan fisik di BMT Insan Mulia Palembang sudah rapi, bersih dan nyaman yang ditunjang juga oleh penampilan karyawan yang sopan dan rapi saat menerima konsumen.

---

<sup>54</sup> Dhian Nita Pratiwi, Teller BMT Insan Mulia Palembang, Rabu, 6 Februari 2018

## **2. Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia Palembang Berdasarkan Dimensi *Reability***

Kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *reability* sebesar 52%. Hal ini dikarenakan konsumen percaya karyawan BMT Insan Mulia dipercaya konsumen dalam melakukan pelayanan. Namun tidak semua karyawan dapat dengan akurat dan konsisten melayani kebutuhan konsumen. Selain itu juga, sebagian besar karyawan BMT Insan Mulia Palembang kurang memperhatikan prosedur dalam melakukan pelayanan kepada konsumen.

Hasil temuan di atas dipertegas salah satu karyawan BMT Insan Mulia Palembang bahwa setiap pagi senin, pimpinan selalu melakukan rapat membahas tentang pentingnya konsumen terhadap kemajuan BMT Insan Mulia Palembang.<sup>55</sup>

Hasil temuan lainnya adalah tidak semua karyawan dapat dengan akurat dan konsisten melayani kebutuhan konsumen, serta karyawan kurang memperhatikan prosedur dalam pelayanan kepada konsumen. Ini dikarenakan sebagian besar karyawan belum mengikuti pelatihan terkait pelaksanaan di lapangan. Karyawan hanya diberi panduan atau pedoman dalam menghadapi konsumen. Dan apabila ada kendala, maka karyawan sulit untuk mengatasinya.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup> Dhian Nita Pratiwi, Teller BMT Insan Mulia Palembang, Rabu, 6 Februari 2018

<sup>56</sup> Dhian Nita Pratiwi, Teller BMT Insan Mulia Palembang, Rabu, 6 Februari 2018

Dengan demikian, kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *reability* harus diperbaiki dan ditingkatkan demi kemajuan perusahaan di masa yang akan datang.

### **3. Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia Palembang Berdasarkan Dimensi *Responsiveness***

Kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *reability* sebesar 58%. Hal ini disebabkan sebagian besar karyawan sudah tanggap dalam menghadapi keluhan konsumen, karyawan cepat merespon ketika diminta bantuan, karyawan memberikan layanan dengan cepat dan benar.

Hal ini juga ditegaskan oleh karyawan BMT Insan Mulia Palembang bahwa pada setiap kesempatan, pimpinan selalu memberikan arahan supaya merespon keluhan konsumen. Selain itu, karyawan BMT Insan Mulia Palembang harus dengan cepat dan benar dalam memberikan layanan kepada konsumen.<sup>57</sup>

Sama halnya dengan dimensi *reability*, kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *responsiveness* perlu diperbaiki serta dimaksimalkan agar perusahaan di masa yang akan datang bisa dipercaya oleh konsumen.

### **4. Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia Palembang Berdasarkan Dimensi *Assurance***

Kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *Assurance* sebesar 61%. Hal ini dikarenakan sebagian besar karyawan

---

<sup>57</sup> Dhian Nita Pratiwi, Teller BMT Insan Mulia Palembang, Rabu, 6 Februari 2018

BMT Insan Mulia Palembang dapat diandalkan, karyawan dapat memberikan kepercayaan dan keamanan kepada konsumen, karyawan dapat mengerti keinginan konsumen, dan karyawan dapat memberikan kenyamanan kepada konsumen. Namun karyawan BMT Insan Mulia belum memiliki keahlian teknis yang baik.

Hal ini dikarenakan sebagian besar belum diberikan pelatihan tentang prosedur pelayanan kepada karyawan, sehingga karyawan belum cepat dalam menghadapi masalah konsumen.<sup>58</sup>

##### **5. Kualitas Pelayanan BMT Insan Mulia Palembang Berdasarkan Dimensi *Emphaty***

Kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *emphaty* sebesar 55%. Hasil ini dikarenakan karyawan melayani transaksi konsumen dengan senang hati dan karyawan membantu konsumen ketika mengalami kesulitan dalam bertransaksi. Namun, sebagian besar karyawan kurang memberikan pelayanan informasi kepada konsumen.

Penyebabnya karena hanya sedikit karyawan yang mengikuti pelatihan tentang SOP di BMT Insan Mulia Palembang sehingga karyawan kurang memahmi tentang informasi yang diberikan untuk konsumen.<sup>59</sup>

Berdasarkan hasil yang diperoleh dapat diketahui bahwa faktor yang paling menentukan adalah pada dimensi *tangibles*, yaitu sebesar 66%. Kemampuan memberikan pelayanan secara profesional merupakan tuntutan

---

<sup>58</sup> Dhian Nita Pratiwi, Teller BMT Insan Mulia Palembang, Rabu, 6 Februari 2018

<sup>59</sup> Dhian Nita Pratiwi, Teller BMT Insan Mulia Palembang, Rabu, 6 Februari 2018

yang tidak dapat ditawar lagi. Hal ini diperkuat dengan telah diberlakukannya Undang-Undang No.8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang pada dasarnya mengatur hak-hak konsumen, dimana konsumen harus diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur, tidak diskriminatif, serta untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakannya.<sup>60</sup>

Ada lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa, yaitu:<sup>61</sup>

- f. *Responsivness* (daya tanggap) adalah keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen.
- g. *Reliability* (kehandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan, terpercaya, akurat dan memuaskan.
- h. *Assurance* (kepastian) adalah mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, resiko, keraguan-keraguan dan keyakinan serta kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen.
- i. *Emphaty* (perhatian) adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

---

<sup>60</sup> Ginandjar Kartasasmita, *mengukur kinerja pelayanan dan kepuasan konsumen* (Bandung: Penerbit Pustaka Reka Cipta, cetakan kedua, 2010). Hal. 28

<sup>61</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung :Alfabeta, cv, 2012). Hal : 197-198

j. *Tangible* (Berwujud) adalah jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat.

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan atau BMT tentunya tidaklah hanya bertujuan konsumen merasa puas tapi sebagai muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasar pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketaqwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanan dalam rangka menjalankan misi syariat Islam. Dalam kualitas pelayanan dalam perspektif Islam sebagai berikut:

- f. *Responsivness* (daya tanggap) adalah suatu respon karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dalam Islam kita harus selalu menepati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Apabila perusahaan tidak bisa menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang akan terjadi akan ditinggalkan konsumennya.<sup>62</sup>
- g. *Realibility* (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Bila ini dijalankan dengan baik maka konsumen merasa sangat dihargai. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitasnya.

---

<sup>62</sup> Thorik, *Marketing Muhammad* (jakarta: Madani Prima, 2006) hal 115

- h. *Tangibles* (bentuk fisik) adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada konsumennya. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior gedung<sup>63</sup>
- 4) Penataan dan pengaturan ruang.
  - 5) Peralatan dan fasilitas fisik
  - 6) Kerapian penampilan karyawan
- i. *Assurance* (Jaminan) adalah jaminan menunjukkan nilai plus tersendiri bagi perusahaan terhadap pelayanan yang diberikan. Jaminan ini dapat ditunjukkan melalui pengetahuan, kesopanan santunan, rasa aman, dan nyaman, rasa percaya, bebas dari bahaya resiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggan<sup>64</sup>

*Emphaty* (empati) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumennya. Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah Swt untuk selalu berbuat baik kepada orang lain.

---

<sup>63</sup>Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. (yogyakarta: Andi Piset, 2001) hal 221

<sup>64</sup>Karim, Adiwirman, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006) hal. 73

## BAB V

### KESIMPULAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

Faktor yang paling menentukan adalah pada dimensi *tangibles*, yaitu sebesar 66%. Sedangkan kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *responsiveness* sebesar 58%, kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *reability* sebesar 52%, kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *Assurance* sebesar 61%, dan kualitas pelayanan BMT Insan Mulia berdasarkan dimensi *emphaty* sebesar 55%.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian, saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Saran yang dapat diberikan adalah Manajemen BMT Insan Mulia Palembang sebaiknya memperhatikan faktor Kualitas Pelayanan, hasil penelitian dapat digunakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya untuk faktor-faktor variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*.
2. Diharapkan agar penelitian ini lebih banyak lagi dilakukan untuk mengetahui variabel lainnya yang mempengaruhi kualitas pelayanan pada nasabah yang ada dalam penelitian ini agar dapat berguna bagi pihak BMT

Insan Mulia Palembang, dan semoga pada penelitian selanjutnya dapat membahas faktor-faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

3. Diharapkan penelitian ini dapat menambah referensi kepustakaan bagi almamater dan dapat digunakan oleh semua pihak yang membutuhkan, serta dapat menambahkan kepustakaan dan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang menentukan kualitas pelayanan pada nasabah produk tabungan di BMT Insan Mulia Palembang

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Adiwarman, Karim. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keungan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta cv, 2012
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian*, Jakarta : Rineka Cipta, 2013
- Arikunto, Suhsrsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Bina Askara, 1989
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011
- Hardiyansah, *Kualitas Pelayanan Publik*, Yogyakarta: Penerbit Gaya Media, 2011
- Kartasasmita, Ginandjar. *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumsen*, Bandung: Pustaka Reka Cipta, cetak kedua, 2010
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: Edrevisi, 2014
- Kasmir, *Pemasaran Bank Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana, 2010
- Kotler, Lane Kevin, dan Philip, Kotler. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas, Jakarta: Indeks, 2007
- Lvelock, Christopher. *Product Plus*, Medan: T.Mansur, 2014
- Maddaen, Guiltinan. *Management, Strategis adn Program Mcgram*
- Mohamad, Heykal, Huda, Nurul. *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoritis dan Praktir*, Jakarta: Prena Damedia Group, 2010
- Munawaroh, *Panduan Memahami Metodologi Penelitian*, Jatim :Intimedia, 2013
- Nashiruddin, Muhammad, Albani. *Shahih Sunanan, at-tirmidzi*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2002

- Nasution, *Metode Research*, Jakarta: Bumi Askara, 2008)
- Sopiah dan sangadji mamang elta. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Andi, 2013
- Subagyo, Joko. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009
- Sunggono, bambang. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007
- Thorik, *Marketing Muhammad*, Jakarta: Madani Prima, 2006
- Tjiptono, fandy. *Prinsip-Prinsip Total Quality Sevice*, Yogyakarta: 2015
- Tjiptono, fandy. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Ofset, 2001
- Tjiptono, fandy. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Ofset, 2010
- Tjiptono, fandy. *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapanan Penelitian*, Yogyakarta: Andi, 2014
- Umar, Husien. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005
- Yamit, Zulian. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta: ekorista, 2005
- Yaya, Rizal. *Akuntansi Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2009

## **JURNAL**

- Ismail, Riswandhi. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah Sebagai Predikator Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah*. PT. BPRS Syarikat Madani, Junral Organisasi dan Manajemen, Batam, tahun 2014
- Mandey, Silvy. *Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado*. Fakultas Ekonomi da Bisnis, Jurusan Manajemen. Universitas Sam Ratulangi Manado. Jurnal. September 2015

Muliaty, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada Politeknik Negeri Media Kreatif*. Makasar. Politeknik Negeri Media Kreatif Makasar. Tahun 2016

Widodo, Tri. *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. Swalayan ada baru di kota salatiga. Among makarti juli 2016



Baitul Maal wat Tamwil - BMT  
**INSAN MULIA**  
Membangun Ekonomi Syariah  
Badan Hukum No. 819/BH/VII.7/2011



NIK. 1671090013001

Nomor : 065/A/BMT-IM/II/2018  
Lampiran :  
Perihal : **Balasan Izin Penelitian**

Kepada Yth.  
**Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**  
**UIN Raden Fatah**  
-di  
**Palembang**

Assalamu'alaikum Wr Wb.

Teriring salam Keselamatan dan Kesejahteraan. Semoga Aktivitas Kita semua tetap dalam kerangka beribadah kepada Allah SWT. Amin.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asep Sarnopa., SE  
Jabatan : General Manager BMT Insan Mulia

Menerangkan bahwa mahasiswa dibawah ini:

Nama : Suyatmi  
NIM : 14180213

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian "**Faktor- Faktor Yang Menentukan Kualitas Pelayanan Pada Anggota Produk Simapanan Di BMT Insan Mulia Palembang**"

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama bapak/ibu kami ucapkan terima kasih.  
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, 13 Februari 2018



**Asep Sarnopa., SE**  
General Manager BMT Insan Mulia



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

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

**Formulir D.2**

**Hal : Mohon Izin Penjilidan Tugas Akhir**

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

Assalamualaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa :

Nama : Suyatmi

NIM/Program Studi : 14180213/D.III Perbankan Syari'ah

Judul Tugas Akhir : FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KUALITAS  
 PELAYANAN PADA NASABAH PRODUK TABUNGAN DI  
 BMT INSAN MULIA PALEMBANG

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

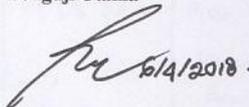
Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum, Wr, Wb.

Palembang, Maret 2018

Penguji Utama

Penguji Kedua

  
 6/4/2018



Rudi Arvanto, S.Si.,M.Si  
 NIP.197501012006041001

Arvanti, SE., M.M  
 NIP. 150601091852/BLU



Mengetahui  
 Wakil Dekan I

Utiyuliatulhikmah, M.Ag  
 NIP.197509282006042001



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

**DAFTAR KONSULTASI**

Nama : Suyatmi  
 NIM : 14180213  
 Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 Perbankan Syariah  
 Pembimbing I : RA. Ritawati, SE., M.H.I  
 Judul Tugas Akhir : Faktor-Faktor Yang Menentukan Kualitas Pelayanan Nasabah  
 Pada Produk Tabungan Di BMT Insan Mulia Palembang

No	Hari/Tanggal	Hal yang di Konsultasikan	Paraf
1.	22-12-2017	Konsultasi Judul.	<i>[Signature]</i>
2.	7-01-2018	Perbaikan	<i>[Signature]</i>
3.	23-01-2018	Acc judul dan tema. Perbaikan Bab I	<i>[Signature]</i>
4.	24-01-2018	Acc Bab I. lanjut Bab II	<i>[Signature]</i>
5.	2-02-2018	Perbaikan Bab II	<i>[Signature]</i>
6.	8 Feb. 2018	Perbaikan Bab II	<i>[Signature]</i>
7.	14 Feb 2018	Acc Bab II lanjut Bab II	<i>[Signature]</i>
8.		Acc Bab III lanjut Bab III	<i>[Signature]</i>
9.	1 Maret 2018	Perbaikan Bab III Tampilkan di bentuk tabel dan pembahasan.	<i>[Signature]</i>



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

**DAFTAR KONSULTASI**

Nama : Suyatmi  
 NIM : 14180213  
 Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 Perbankan Syariah  
 Pembimbing I : RA. Ritawati, SE., M.H.I  
 Judul Tugas Akhir : Faktor-Faktor Yang Menentukan Kualitas Pelayanan Nasabah  
 Pada Produk Tabungan Di BMT Insan Mulia Palembang

No	Hari/Tanggal	Hal yang di Konsultasikan	Paraf
10.	6 - Maret 2018	Perbaikan Bab IV dan V	
12.	7 - Maret 2018	Acc Bab IV dan V	
		— ooo — lanjut ke sidang Munagasyah !	7/3 18



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

**DAFTAR KONSULTASI**

Nama : Suyatmi  
 NIM : 14180213  
 Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 Perbankan Syariah  
 Pembimbing I I : Aziz Septiatin, SE., M.Si  
 Judul Tugas Akhir : Faktor-Faktor Yang Menentukan Kualitas Pelayanan Nasabah  
 Pada Produk Tabungan Di BMT Insan Mulia Palembang

No	Hari/Tanggal	Hal yang di Konsultasikan	Paraf
	19-10-2017	Perbaiki bab I, masalah Gln Jelas, Penunsa & rukun diper- baiki	
	27-10-2017	- ditambahkan data pada bab I, Perbaiki Penunsa & rukun - ditambahkan rumus pada bab II, kerangka, Hipotesis & Penelna terdahulu	
	21-11-2017	Perbaiki bab I & II	
	24-11-2017	Perbaiki bab I & II	
	4-1-2017	- Perbaiki bab II pada penelna terdahulu. - Lanjut ke bab III	



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

**DAFTAR KONSULTASI**

Nama : Suyatmi  
 NIM : 14180213  
 Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ D3 Perbankan Syariah  
 Pembimbing I I : Aziz Septiatin, SE., M.Si  
 Judul Tugas Akhir : Faktor-Faktor Yang Menentukan Kualitas Pelayanan Nasabah  
 Pada Produk Tabungan Di BMT Insan Mulia Palembang

No	Hari/Tanggal	Hal yang di Konsultasikan	Paraf
	10-1-2017	Perbaiki bagian metode Penelitian dan Penulisan diperbaiki pada bab III - Nulsi dalam bahasa sng dicetak miring	
	18-1-2017	Perbaiki bab III pada bagian Penulisan - Lanjut ke bab IV	
	21-2-2018	Perbaiki bab IV ditambahkan hasil wawancara & dianalisis	
	23-2-2018	Acc bab IV - Perbaiki bab V	
	28-2-2018	Perbaiki bab daftar Pustaka dan daftar isi	
	8-3-2018	DD Lanjut kesidang Muna Rosyidi	