

**PENGARUH *SERVICE EXCELLENT* DAN *PERFORMANCE*
TERHADAP CITRA BANK PEMBIAYAAN RAKYAT
SYARIAH (BPRS) MUAMALAT HARKAT SUKARAJA**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)**

OLEH :

DWI WAHYUNI PUTRI
NIM. 1516140163

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2019 M/1440 H**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul: "**Pengaruh *Service Excellent* dan *Performance* Terhadap Citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja**", adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 27 Juni 2019 M

23 Syawal 1440 H

Mahasiswa yang menyatakan



Dwi Wahyuni Putri

NIM. 1516140163

SURAT PERNYATAAN VERIFIKASI PLAGIASI

Nama : DWI WAHYUNI PUTRI
NIM : 1516140163
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : *Pengaruh Service Excellent dan Performance Terhadap Citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja.*

Telah dilakukan verifikasi plagiasi melalui <http://smallseotools.com/plagiarism-checker/> skripsi yang bersangkutan dapat diterima dan tidak memiliki indikasi plagiasi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Apabila terdapat kekeliruan dalam verifikasi ini maka akan dilakukan tinjauan ulang kembali.

Bengkulu, 14 Mei 2019 M
9 Ramadhan 1440 H

Mengetahui Tim Verifikasi

Yang Membuat Pernyataan


Andang Sunarto, Ph.D
NIP.197611242006041002


Dwi Wahyuni Putri
NIM. 1516140163



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax : (0736) 51171 Bengkulu

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh: **Dwi Wahyuni Putri, NIM 1516140163** dengan judul: **"Pengaruh *Service Excellent* dan *Performance* Terhadap Citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja"**, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 15 Mei 2019 M
10 Ramadhan 1440 H

Pembimbing I

Pembimbing II

Andang Sunarto, Ph.D
NIP. 197611242006041002

Yunida Een Frvanti, M.Si
NIP. 198106122015032003



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax : (0736) 51171 Bengkulu

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: **"Pengaruh *Service Excellent* dan *Performance* Terhadap Citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja"**, oleh: **Dwi Wahyuni Putri NIM. 1516140163**, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Senin
Tanggal : 08 Juli 2019M/ 05 Dzul-Qa'dah 1440 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Perbankan Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 15 Juli 2019 M
12 Dzul-Qa'dah 1440 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Andang Sunarto, Ph.D
NIP. 197611242006041002

Penguji I

Dr. Khairuddin Wahid, M.Ag
NIP. 196711141993031002

Sekretaris

H. Makmur, Lc
NIDN. 2004107601

Penguji II

Andi Harpepen, M.Kom
NIDN. 2014128401



Dr. Asriatik MA
NIP. 19670904121998032003

MOTTO

وَعَسَىٰ أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ ۗ وَعَسَىٰ أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ
شَرٌّ لَّكُمْ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

*Bisa Jadi kamu membenci sesuatu, Padahal ia Amat baik bagimu,
dan boleh Jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, Padahal ia Amat
buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.*

(Al Baqarah 216)



PERSEMBAHAN

Ya Allah hanya kepada-mu lah hamba menyembah dan memohon pertolongan, begitu panjang perjalanan yang aku lewati dengan hari-hari yang penuh dengan naungan limpahan Rahmat-Mu.

Alhamdulillahirobbil'alamin, sujud syukur pada-Mu Ya Allah, akhirnya ku genggam jua harapan ini. Akan kupersembahkan sebetuk karya kecil ini untuk:

- ❖ *Yang Maha Kasih Allah SWT yang tak pernah sedetikpun meninggalkan hamba-Nya, memberikan nikmat yang terindah dan tak ternilai ku karena mengenal-Mu dan Rasul-Nya Muhammad SAW*
- ❖ *Kedua orang tua tercinta dan terkasih ayahanda Syafrullah dan ibunda Mimi Ernita. Yang selalu mendoakanku dan memberi semangat untukku sehingga mengantarkanku menuju gerbang kesuksesan masa mendatang. Terimakasih Ayahanda dan Ibunda atas semua yang telah diberikan kepadaku. Semoga Allah senantiasa mencurahkan kebahagiaan untuk Ayahanda dan Ibunda. Amiin Allahhumma Amiin.*
- ❖ *Untuk Uni Uswatun Hasanah, Abang Ari Al-azhari, Adikku Qurrota'ayun, Adikku Aflahalmu'minin dan Keponakanku Nur Fadhillah yang telah menjadi penyemangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga saya bisa memberikan contoh yang terbaik untuk kalian. Amiin Allahhumma Amiin.*
- ❖ *Untuk seluruh keluarga pihak Ayah maupun Ibu dan tetangga terimakasih atas doa dan dukungannya untuk menyelesaikan skripsi ini.*
- ❖ *Untuk sahabat-sahabatku Nur Ainun dan Nensi Permata Sari terimakasih atas bantuan, doa, dan dukungan kalian selama ini.*

Semoga Allah membalas kebaikan kalian. Amiin Allahhumma Amiin.

- ❖ *Untuk teman-teman seperjuangan Nopriansyah Rahman, Abdillah, Hendra, Adnin, Doni, Halim, Riana, Ulfa, dan seluruh Mahasiswa PBS angkatan 2015 terimakasih atas bantuan, doa, dan dukungan kalian selama ini. Semoga Allah membalas kebaikan kalian. Amiin Allahhumma Amiin.*
- ❖ *Untuk sahabat SMA ku Metta, Shendy, Maura, Indah terimakasih atas bantuan, doa, dan dukungan kalian selama ini. Semoga Allah membalas kebaikan kalian. Amiin Allahhumma Amiin.*
- ❖ *Untuk DPL KKN 29 IAIN Angkatan VI Bapak Rohmadi terimakasih telah memberikan motivasi, masukan, dukungan, dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini.*
- ❖ *Untuk teman-teman KKN Kelompok 29 Dusun Tengah, PPL BMT Februari-Maret 2019 terimakasih atas bantuan, doa, dan dukungan kalian selama ini. Semoga Allah membalas kebaikan kalian. Amiin Allahhumma Amiin.*
- ❖ *Untuk semua pihak dan orang-orang yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan skripsi ini, saya ucapkan terimakasih.*
- ❖ *Untuk Pemerintah yang telah memberikan Beasiswa Bidikmisi terimakasih atas bantuannya sehingga saya dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.*
- ❖ *Untuk Almamaterku Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang telah memberikanku banyak pelajaran sehingga menjadikanku pribadi yang lebih baik.*

ABSTRAK

Pengaruh *Service Excellent* dan *Performance* terhadap Citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja
oleh Dwi Wahyuni Putri NIM 1516140163

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service excellent* dan *performance* terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) muamalat harkat sukaraja secara parsial dan simultan. Jenis penelitian dalam penelitian ini yaitu *asosiatif* atau hubungan dan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data metode *incidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis (uji t, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi (R^2)). Dari hasil penelitian menunjukkan nilai probabilitas (sig) $0,00 < 0,05$ ini membuktikan secara simultan *service excellent* dan *performance* berpengaruh terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) muamalat harkat sukaraja. Sedangkan secara parsial *service excellent* berpengaruh terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) muamalat harkat sukaraja dengan nilai probabilitas (Sig) $0,001 < 0,05$, *performance* berpengaruh terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) muamalat harkat sukaraja dengan nilai probabilitas (Sig) $0,024 < 0,05$.

Kata kunci: Service Excellent, Performance, Citra Bank

ABSTRACT

*The Effect of Excellent Service and Performance on the Image of the Bank
Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja
by Dwi Wahyuni Putri NIM 1516140163*

*This study aimed to determine the effect of service excellent and performance on the image of the Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) muamalat dignity Talbot partial and simultaneous. The type of research in this study is associative or relationship and quantitative approach with incidental sampling method data collection. The data analysis technique used is the Multiple Linear Regression Analysis and Hypothesis Testing (*t* test, *F* test, and test the coefficient of determination (R^2)). The results showed a probability value (sig) $0.000 < 0.05$ is proving to simultaneously service excellent and performance has an effect on the image of the Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) muamalat harkat sukaraja, while partially excellent service has an effect on the image of the Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) muamalat harkat sukaraja with probability value (Sig) $0.001 < 0.05$, performance has an effect on the image of the Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) muamalat harkat sukaraja with a probability value (Sig) of $0.024 < 0.05$.*

Keywords: *Excellent Service, Performance, Bank Image*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh *Service Excellent Dan Performance Terhadap Citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja*”**. Shalawat dan salam semoga tetap senantiasa dilimpahkan kepada junjungan dan uswatun hasanah kita Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari adanya bimbingan, motivasi dan bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis menghaturkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin. M., M. Ag., MH selaku Rektor IAIN Bengkulu
2. Dr. Asnaini selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Desi Asnaini, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam
4. Yosy Arisandy, MM selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah
5. Andang Sunarto, Ph.D selaku pembimbing I yang telah banyak memberikan bantuan dan arahan dalam penulisan skripsi ini
6. Yunida Een Fryanti, M.Si selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
7. Kedua orang tuaku yang selalu memdoakan kesuksesan. Amiin
8. Bapak dan Ibu Dosen, Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing selama ini.

9. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Bengkulu, 19 Mei 2019

Dwi Wahyuni Putri
NIM. 1516140163

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
SURAT PERNYATAAN VERIFIKASI PLAGIASI	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian	8
F. Penelitian Terdahulu	9
G. Sistematika Penulisan	13
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	
A. Kajian Teori	14
1. Citra Perusahaan.....	14
a. Pengertian Citra Perusahaan	14
b. Indikator Citra Perusahaan	16
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan	17
2. <i>Service Excellent</i>	18
a. Pengertian <i>Service Excellent</i>	18
b. Indikator <i>Service Excellent</i>	22
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Service Excellent</i>	24
d. Tujuan <i>Service Excellent</i>	25
3. <i>Performance</i>	25
a. Pengertian <i>Performance</i> (Kinerja).....	25
b. Indikator <i>Performance</i> (Kinerja)	27
B. Kerangka Berpikir	27
C. Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	30
B. Waktu dan Tempat Penelitian	31

C. Populasi dan Sampel	31
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	33
E. Variabel dan Definisi Operasional	34
F. Instrumen Penelitian	36
G. Teknik Analisis Data	37
1. Pengujian Kualitas Data	37
2. Pengujian Asumsi Dasar	38
3. Pengujian Asumsi Klasik	39
4. Pengujian Hipotesis	39
5. Koefisien Determinasi (R^2)	41
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
1. Sejarah dan Perkembangan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja	42
2. Visi dan Misi BPRS Muamalat Harkat Sukaraja	45
3. Alamat BPRS Muamalat Harkat Sukaraja	45
4. Kepengurusan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja	47
5. Produk-Produk BPRS Muamalat Harkat Sukaraja	48
6. Deskripsi Responden	52
B. Hasil Penelitian	
1. Pengujian Kualitas Data	54
a. Uji Validitas	54
b. Uji Reliabilitas	57
2. Uji Asumsi Dasar	58
a. Uji Normalitas	58
3. Uji Asumsi Klasik	59
a. Uji Multikolinearitas	59
4. Pegujian Hipotesis	60
a. Regresi Liniar Berganda	60
b. Uji Parsial (t)	62
c. Uji Simultan (F)	63
d. Koefisien Determinasi (R^2)	64
C. Pembahasan	
1. Pengaruh <i>Service Excellent</i> Terhadap Citra BPRS Muamalat Harkat Sukaraja	65
2. Pengaruh <i>Performance</i> Terhadap Citra BPRS Muamalat Harkat Sukaraja	65
3. Pengaruh <i>Service Excellent</i> dan <i>Performance</i> Terhadap Citra BPRS Muamalat Harkat Sukaraja	66
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Alternatif Jawaban	37
Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien Determinasi	41
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4.2 Usia Responden	53
Tabel 4.3 Critical Values Of Correlation Coefficient (r tabel)	55
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas <i>Service Excellent</i>	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas <i>Performance</i>	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Citra	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Data	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Linear Berganda	61
Tabel 4.11 Hasil Uji t	62
Tabel 4.12 Hasil Uji F	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Keterkaitan Hubungan Antara Variabel X1, X2 dengan Y 28

DAFTAR LAMPIRAN

1. Jadwal Kegiatan Penyusunan Skripsi
2. Lembar ACC Judul
3. Bukti Menghadiri Seminar
4. Daftar Hadir Seminar
5. Surat Keterangan Perubahan Judul
6. Halaman Pengesahan Penunjukkan Tim Pembimbing
7. Surat Penunjukkan Pembimbing
8. Surat Keterangan Perubahan Judul
9. Halaman Pengesahan Penelitian
10. Surat Permohonan Izin Penelitian
11. Surat Izin Penelitian
12. Surat Keterangan Penelitian
13. Kuesioner
14. Struktur Organisasi
15. Kartu Bimbingan Skripsi, Pembimbing I dan Pembimbing II
16. Surat Pernyataan Plagiasi
17. Data Mentah
18. Hasil SPSS
19. Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manajemen perbankan merupakan suatu ilmu yang membahas tentang bagaimana suatu lembaga perbankan dengan mempergunakan ilmu dan seni untuk mengelola organisasinya dengan melibatkan berbagai pihak, baik pihak internal dan eksternal yang semuanya dilakukan guna mencapai tujuan organisasi.¹

Manajemen perbankan dapat dilihat sebagai manajemen jasa (*service*) yang bertujuan memberikan kepuasan kepada pengguna jasa tersebut. Pengelolaan manajemen perbankan dilihat memiliki risiko lebih tinggi jika dibandingkan dengan produk dalam bentuk barang (*goods*).

Perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan pada Al-Quran dan Hadis Nabi Muhammad SAW. Atau dengan kata lain, Bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat.²

Untuk mendapatkan keuntungan yang besar, manajemen haruslah diselenggarakan dengan efisien. Sikap ini harus dimiliki oleh setiap pengusaha dan manajer dimana pun mereka berada, baik dalam organisasi bisnis, pelayanan *public*, maupun organisasi sosial kemasyarakatan.

Kualitas layanan merupakan salah satu indikator bagi konsumen untuk menilai perusahaan yang bergerak di bidang jasa dan keuangan. Nasabah tentunya menginginkan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan berkualitas dapat tercermin oleh perusahaan

¹ Irham Fahmi, *Manajemen Perbankan Konvensional dan Syariah*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), h.1

² Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h.2

yang menerapkan kinerjanya dari aspek-aspek seperti *reliability*, *emphaty*, *tangibles*, *assurance* dan *responsivences*.³

Kelima aspek pengukuran kepuasan pelanggan ini bila diterapkan secara bersama-sama akan mendapatkan kualitas yang prima dan memuaskan, dengan demikian kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan pemilik jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Service excellent (pelayanan prima) adalah pelayanan yang sangat baik atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan.⁴

Perusahaan yang gagal memuaskan konsumennya melalui pelayanan akan menghadapi masalah yang cukup kompleks, masalah tersebut diantaranya adalah pelanggan jika merasa tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan wajib mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya.

Dalam dunia perbankan *Service Excellent* sangat diperlukan untuk memberikan rasa puas terhadap nasabah, sehingga pelanggan merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan sebagaimana mestinya. Jika

³ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 22

⁴ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 211

nasabah merasa puas maka mereka akan setia dan terus menggunakan produk atau jasa yang digunakan. Nasabah akan membicarakan hal baik tentang pelayanan bank yang diperolehnya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu *sensitive* terhadap harga. *service excellent* terhadap nasabah sangat penting karena merupakan strategi memenangkan pesaing.

Setiap bank memiliki prosedur dan tata cara yang berbeda untuk menerapkan *service excellent*. Adanya pelatihan untuk para karyawan bank sehingga akan menciptakan dedikasi pribadi yang tinggi dalam menarik perhatian nasabah dan bersikap ramah sehingga menimbulkan kesan positif dari nasabah. *Service excellent* harus di tunjang oleh sumber daya manusia yang handal, mempunyai ciri khas yang berbeda, dan memiliki visi yang jauh kedepan.

Selain *Service Excellent*, suatu perusahaan harus mempunyai karyawan yang *Performace* nya bagus. *Performace* merupakan hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama.⁵

Perusahaan yang dinamis akan selalu meningkatkan produktivitasnya melalui konsistensi menghasilkan *Performance* (kinerja) terbaik serta mempertahankan hal yang menjadi keunggulan komperatif perusahaan tersebut. *Performance* (Kinerja) dapat diartikan sebagai

⁵ Amirullah, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), h.208

prestasi kerja atau hasil pekerjaan yang berhubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi.⁶ Sehingga perlu diupayakan usaha untuk meningkatkan *Performance* (Kinerja). Dimana dijelaskan dalam (QS. Al_Ahqaaf [46]: (19) berikut ini:

وَلِكُلِّ دَرَجَاتٍ مِّمَّا عَمِلُوا ۖ وَلِيُوَفِّيَهُمْ أَعْمَلَهُمْ وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ ﴿١٩﴾

Artinya : “dan bagi masing-masing mereka derajat menurut apa yang telah mereka kerjakan dan agar Allah mencukupkan bagi mereka (balasan) pekerjaan-pekerjaan mereka sedang mereka tiada dirugikan”

Dalam ayat tersebut bahwasannya Allah pasti akan membalas setiap amal perbuatan manusia berdasarkan apa yang telah mereka kerjakan. Artinya, jika seseorang melaksanakan perkerjaan dengan baik dan menunjukkan kinerja yang baik pula bagi organisasinya maka ia akan mendapat hasil yang baik pula dari kerjanya dan akan memberikan keuntungan bagi organisasinya.

Citra perusahaan adalah pemikiran pelanggan tentang citra atau gambaran menyeluruh dari perusahaan penyedia jasa berdasarkan pengalaman dan pemahaman pelanggan masing-masing, baik menyangkut jasanya ataupun tingkat reputasi dan kredibilitas yang dicapai perusahaan menurut persepsi pelanggan.⁷

Untuk menciptakan suatu *image* perusahaan yang positif atau baik dapat dilakukan dengan membantu pelanggan melihat keistimewaan perusahaan tersebut dengan cara yang terbaik, baik dari produk maupun jasa dan apapun yang mendukung keistimewaan dari perusahaan tersebut.

⁶ Irham Fahmi, *Manajemen Kinerja*, h.2

⁷ Ewi Anggun Syahfitri, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Di BNI Syariah Cabang Kota Bengkulu”, Skripsi, 2018, h.3

Tidaklah mudah membuat suatu bank dengan keadaan sempurna tanpa kekurangan dan memiliki citra yang baik bagi masyarakat. Untuk meningkatkan citra perbankan tersebut maka bank perlu menyiapkan personil yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Personil tersebut memegang peranan penting disamping memberikan layanan juga membina hubungan dengan masyarakat atau nasabah yang juga diharapkan mampu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya.⁸

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja merupakan salah satu bank syariah yang mengalami tingkat persaingan yang tinggi dan menyadari betapa pentingnya citra perusahaan. Persaingan yang tinggi menuntut Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja untuk terus menerus meningkatkan *performance* (kinerja) perusahaan dan menarik nasabah dengan memberikan pelayanan yang baik. Maka dari itu, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja di tuntut untuk memberikan pelayanan yang terbaik atau *service excellent* kepada nasabah dan meningkatkan *performance* (kinerja)

Jika antara bank dan nasabah memunculkan persinggungan kepentingan yang jika tidak diantisipasi lebih jauh akan mengakibatkan suatu hubungan yang tidak baik antara bank dan nasabah yang tentunya akan mempengaruhi citra perbankan.

⁸ Elvi Hidayati. "Penerapan Sistem Pelayanan Prima oleh Customer Service Di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru Di Tinjau Dari Aspek Ekonomi Islam", Skripsi, 2013), h.4

Service yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya mempunyai peran dan dampak yang sangat penting. *Service* merupakan jiwa dari suatu perusahaan. *Service* adalah sikap untuk bertahan dan memenangkan persaingan di masa depan oleh karena itu *Service* yang diberikan secara tepat kepada konsumen akan membuat konsumen tersebut menjadi pelanggan yang loyal dan akan merekomendasikan bahkan menjadi pembela produk yang dihasilkan perusahaan.⁹

Di dalam Islam juga diajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam al-Quran surah ali-imran (3):(159).

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا^ط
مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا
عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Dari observasi awal yang telah saya lakukan pada bulan Januari, dengan mewawancarai beberapa nasabah Bank Pembiayaan Rakyat

⁹ Hermawan kartajaya, *On Service Seri 9 Elemen Marketing*, bandung:mizan pustaka, 2006

Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja dengan beberapa pertanyaan mengenai *Service Excellent* dan *Performance* yang telah diberikan oleh karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja dengan hasil : selama ini pelayanan yang diberikan pihak bank sangat baik dan memuaskan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk memilih judul “**Pengaruh *Service Excellent* dan *Performance* Terhadap Citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja**”.

B. Batasan Masalah

Ruang lingkup dalam penelitian ini hanya dibatasi *service excellent* dan *performance* terhadap Citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja menurut nasabah Tabungan Muamalat Umum.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *service excellent* berpengaruh terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja?
2. Apakah *performance* berpengaruh terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja?
3. Seberapa besar pengaruh *service excellent* dan *performance* terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai peneliti adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *service excellent* terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja.
2. Untuk mengetahui pengaruh *performance* terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *service excellent* dan *performance* terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini mencakup dua hal:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis dan akademis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan seputar permasalahan yang diteliti, sebagai bahan informasi baik bagi penulis sendiri maupun pihak lain yang ingin mengetahui secara mendalam tentang permasalahan tersebut.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan dan masukan pengetahuan untuk pengembangan pengetahuan lembaga keuangan syariah dan menjadi rujukan untuk peneliti selanjutnya.

F. Penelitian Terdahulu

Demi mendukung pembahasan yang lebih mendalam mengenai penelitian ini, maka peneliti melakukan kajian pustaka yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dikaji. Adapun penelitian terdahulu yang terkait dalam hal ini adalah sebagai berikut :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ewi Anggun Syahfitri yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Di BNI Syariah Cabang Kota Bengkulu*”. Skripsi tahun 2018. Penelitian ini bertujuan mengukur seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di BNI syariah kota Bengkulu. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa kuisioner tertutup. Teknik sampling yang digunakan sampling jenuh, jumlah sample adalah 94 orang responden. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BNI syariah cabang kota Bengkulu dan kualitas pelayanan dan citra perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BNI syariah cabang kota Bengkulu. Variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan mempengaruhi loyalitas nasabah di BNI syariah cabang kota Bengkulu sangat rendah yaitu sebesar 16,8%.¹⁰ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan penulis buat yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan

¹⁰ Ewi Anggun Syahfitri, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Di BNI Syariah Cabang Kota Bengkulu”, Skripsi, 2018, h.3

sama-sama meneliti tentang pelayanan. Sedangkan perbedaannya pada penelitian sebelumnya variabel Y nya loyalitas nasabah sedangkan penelitian yang akan di buat Y nya citra perusahaan dan salah satu variabel X nya adalah *performance*.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Fuad Ulil Khakim yang berjudul “*Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellent) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BPD DIY Syariah Cabang Cik Ditiro)*”, pada tahun 2015 di Yogyakarta. Peneliti mengungkapkan permasalahan sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BPD DIY Syariah Cabang Cik Ditiro baik secara parsial maupun simultan. Teknik pengambilan sample dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan cara *Purposive Sampling*. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan, sumber data yaitu data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan cara membagikan pada nasabah BPD DIY Syariah Cabang Cik Ditiro, metode analisis dan datanya menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesa, pengolahan. Hasil pembahasannya adalah peneliti menyimpulkan bahwa studi kasus yang diteliti, pelayanan yang diberikan BPD DIY Syariah Cabang Cik Ditiro, nasabah kurang merasa puas. Hal ini terlihat dari peralatan yang dipakai perbankan tersebut sendiri belum bisa mengimbangi peralatan yang dimiliki oleh perusahaan perbankan lainnya, misalnya adalah belum tersedianya mesin antrian, nasabah masih menggunakan kupon antrian yang mereka ambil sendiri. Alat promosi yang tersedia juga belum mampu menarik masyarakat umum yang masih awam dengan BPD DIY Syariah

Cabang Cik Ditiro. Pada penelitian ini Fuad terfokus kepada pengaruh pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan nasabah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan ialah sama-sama fokus terhadap pelayanan yang diberikan pegawai bank kepada nasabah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan saya lakukan adalah tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kepuasan nasabah sedangkan penelitian saya untuk mengetahui dampak pelayanan terhadap citra bank. Selain itu, pada penelitian sebelumnya hanya terdapat satu variabel X yaitu pelayanan prima sedangkan penelitian ini terdiri dari dua variabel X yaitu *service excellent* dan *performance*.¹¹

Ketiga, penelitian Evi Okatviani Satriyanti dalam *Journal of Business and Banking* dengan judul “*Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya*” pada tahun 2012. Pada penelitian ini, Evi menekankan tentang kualitas pelayanan terhadap calon pelanggan. Ketika bank sudah memenuhi standar layanan sehingga pelanggan merasa puas dan kemudian pelanggan akan setia. Untuk mencari tahu apa pengaruh kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan citra terhadap loyalitas pelanggan di bank muamalat surabaya, Evi menggunakan data primer yang diambil dengan menggunakan kartu tamu. *Rasult* penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang berarti kualitas layanan yang lebih baik

¹¹ Fuad Ulil Khakim, “*Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excelent) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BPD DIY Syariah Cabang Cik Ditiro)*”, Skripsi, 2015

yang diberikan oleh bank muamalat kepada pelanggannya sehingga loyalitasnya meningkat.¹²

Keempat, penelitian Djunaidi dalam jurnal internasional penemuan bisnis dan manajemen dengan judul “*The Influence of Customer Relationship Marketing on Corporate Social Responsibility, Bank Image, Service Quality, and Its Impact on Employees of SME Employees Saving BNI Syariah Regional Operation of Kediri*” pada November 2017. Pada penelitian ini, populasi penelitian terdiri dari 161.821 nasabah tabungan BNI Syariah di Kediri, jumlah sample untuk 240 responden yang berasal dari 10 kali 24 indikator variabel dalam penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran hubungan pelanggan mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan, citra, kualitas bank BNI syariah. Tanggung jawab sosial perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap citra bank BNI Syariah. Kualitas layanan mempengaruhi citra bank BNI syariah dan keputusan nasabah untuk menabung. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya adalah pada penelitian sebelumnya meneliti pemasaran hubungan pelanggan terhadap variabel Y sedangkan penelitian ini meneliti pengaruh *service excellent* dan *performance* terhadap variabel Y.¹³

¹² Evi Okatviani Satriyanti, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya”, *Journal of Business and Banking* dalam *Journal of Business and Banking*”, Vol.2 No.2 November 2012.

¹³ Djunaidi “*The Influence of Customer Relationship Marketing on Corporate Social Responsibility, Bank Image, Service Quality, and Its Impact on Employees of SME Employees Saving BNI Syariah Regional Operation of Kediri*”, *Jurnal Internasional Penemuan Bisnis dan Manajemen*, Vol.6 Issue.11 November 2017

G. Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan pada penelitian ini terdiri atas lima bab, yaitu:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

2. BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

Kajian pustaka dan gambaran umum tempat penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Menguraikan paradigma atau pendekatan atau metode yang dipergunakan dalam penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menguraikan gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan analisa yang telah dilakukan dalam penelitian.

5. BAB V PENUTUP

Terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori

1. Citra Perusahaan

a. Pengertian Citra Perusahaan

Istilah citra digunakan dalam berbagai konteks seperti citra terhadap orang, lembaga, perusahaan, merk dan sebagainya. Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *public relation*¹⁴. Citra perusahaan kesan atau impresi mental atau suatu gambaran dari sebuah perusahaan di mata para khalayaknya yang terbentuk berdasarkan pengetahuan serta pengalamam mereka sendiri.

Citra adalah *image*: suatu gambaran, penyerupaan, kesan utama, atau garis besar, bahkan bayangan yang dimiliki seseorang tentang sesuatu orang, organisasi atau institusi seperti: bank dan sebagainya. Ia merupakan representasi mental tentang aspek-aspek yang dianggap penting dan benar dari sesuatu itu.¹⁵

Representasi mental ini belum tentu benar, tidak harus mewakili keadaan yang sesungguhnya. Suatu citra bisa saja menggambarkan hal yang baru menjadi cita-cita, angan-angan dari keadaan yang ingin dituju dan belum tercapai, atau keadaan yang

¹⁴ Rosady Ruslan, “*Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), h.75

¹⁵ Dahlan M. Sitalaksana, “*Strategi Membangun Citra Perbankan Dan Antisipasi Krisis*”, (Jakarta: IFBI/IKPI,1993), h.10

jauh lebih baik dari sebenarnya, malahan yang secara *realistik* tidak dapat atau mungkin dicicipi.

Disini terlihat masalah konsistensi antara citra dengan kenyataan. Citra yang positif dan baik menimbulkan kepercayaan hanya selama ia dapat dipertahankan. Citra dapat berubah menjadi buruk atau negatif, apabila kemudian ternyata tidak didukung oleh kemampuan atau keadaan yang sebenarnya.

Citra perusahaan merupakan suatu perwujudan dari profesionalisme *customer service officer* perusahaan itu sendiri. Citra perusahaan adalah *image* yang terbentuk di masyarakat (konsumen/pelanggan) tentang baik dan buruknya perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menghayati dengan sungguh-sungguh tugas utama sebagai produsen atau perusahaan.¹⁶

Citra suatu bank bisa berasal dari nama perusahaan, bentuk bangunan kantornya, variasi produk dan layanan serta kesan akan kualitas dari karyawannya dalam menjalin hubungan dengan nasabah, dengan adanya hal-hal tersebut maka dengan sendirinya akan terbentuk citra dari sebuah bank, apabila cara tersebut berdampak positif maka bank akan diuntungkan dengan tumbuhnya citra positif dari nasabah yang bisa berakibat tumbuhnya loyalitas dari nasabah tersebut.¹⁷

Pelanggan akan melakukan penilaian terhadap atribut tersebut dengan cara melihat, mendengar dan merasakan,

¹⁶ Suharto Abdul Majid, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta Utara: Raja Grafindo Persada, 2009), h.70

¹⁷ Adi Krismanto, "*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah*", Tesis, 2009.

kemudian hasil dari kegiatan tersebut akan dibandingkan dengan informasi yang telah diperoleh sebelumnya dari pelanggan yang lain untuk kemudian dijadikan dasar dalam melakukan evaluasi terhadap perusahaan tersebut.

b. Indikator Citra Perusahaan

Beberapa Indikator yang mempengaruhi citra perusahaan¹⁸ :

a) Pelayanan Atribut

Pelayanan konsumen yang berperan dalam pembentukan *image* perusahaan di mata pelanggan yang langsung diberikan oleh pramuniaga dan langsung dapat dirasakan oleh para pelanggan. Pelayanan atribut disini dimasukkan dalam hal lokasi, fasilitas yang diberikan, sarana penerimaan keluhan.

b) Fasilitas Fisik

Fasilitas fisik sebagai penunjang bangunan pokok dan produk yang dijual juga mempunyai pengaruh yang kuat bagi konsumen.

c) Kualitas Produk Dan Jasa

Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain yang merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas sesuaian adalah ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

¹⁸ Susetiyoko, “Pengaruh Citra Perusahaan Pada Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Jasa Telekomunikasi Indosat)”, Tesis, 2010.

Ada tiga komponen yang mencerminkan *image* perusahaan, yaitu :

- a. Kualitas produk dan layanan yang dihasilkan.
- b. Cara memberikan pelayanan
- c. Hubungan antara pribadi yang terbentuk melalui layanan tersebut.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Perusahaan

Beberapa faktor yang mempengaruhi citra perusahaan¹⁹ :

1) *Moralities* (Moralitas)

Moralitas berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan memiliki moral terhadap lingkungan.

2) Manajemen

Manajemen berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan tersebut dikelola dengan baik.

3) *Performance*

Performance berkaitan dengan kinerja perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnisnya.

4) *Service* (Pelayanan)

Pelayanan berkaitan dengan bagaimana memuaskan konsumen. Pelayanan juga merupakan jiwa dari suatu perusahaan. Setiap perusahaan yang telah berhasil

¹⁹ Olivia Tjandra, “Analisa Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Perantara di Restoran Boncafe Surabaya”, (surabaya), h.39

mengoperasikan pelayanan dengan terbaik maka citra dari perusahaan tersebut akan baik.

2. *Service Excellent*

a. *Pengertian Service Excellent*

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain.²⁰

Kualitas pelayanan secara Islam menurut Siagian sebagai yang dikutip oleh Ridwan: “Pelayanan merupakan rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka. Konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik berupa barang ataupun jasa haruslah yang berkualitas.

Hal ini dijelaskan dalam (QS. Al-Baqarah: 267) sebagai berikut:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ^ط وَلَا تَتَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ
تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِءَاخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ^ج وَاعْلَمُوا أَنَّ

اللَّهُ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

²⁰ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2008)

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki.²¹ Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik yaitu :

1. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi
2. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial
3. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjasi di tempat yang sama.

Sementara pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah *service excellent* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang terbaik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta

²¹ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2005), h.31

memuaskan pelanggan. Pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan), jadi pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan.

Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun pengertian mutu adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya.

Keberhasilan bank dalam memberikan pelayanan prima kepada nasabah ditentukan oleh pelaku dan karakter petugas bank. Dalam persaingan yang semakin ketat dan era globalisasi dewasa lain, peranan petugas bank memegang peranan penting. Pelayanan adalah setiap kegiatan yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (nasabah).

Atep Adya Brata menyatakan bahwa *service* adalah singkatan yang mempunyai arti sebagai berikut²²:

S (*self awareness*): menanamkan kesadaran diri sehingga dapat memahami posisi, agar memberikan pelayanan dengan cepat, benar dan akurat.

E (*euthusiasm*): melaksanakan pelayanan penuh gairah

²² Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003), h.18

R (<i>reform</i>):	memperbaiki kinerja pelayanan dari waktu ke waktu
V (<i>value</i>):	memberikan pelayanan yang mempunyai nilai tambah.
I (<i>impressive</i>):	menampilkan diri secara menarik tetapi tidak berlebihan
C (<i>care</i>):	memberikan perhatian atau kepedulian kepada pelanggan (nasabah) secara optimal
E (<i>evaluation</i>):	mengevaluasi pelaksanaan layanan yang sudah diberikan.

Program pelayanan kepada pelanggan dengan bertitik tolak dari konsep kepedulian kepada konsumen terus dikembangkan sedemikian rupa, sehingga sekarang ini program layanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi satu pola layanan terbaik yang disebut sebagai pelayanan prima atau dalam dunia bisnis dikenal *service excellent*.

Service excellent dapat diartikan sebagai kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka setia kepada perusahaan. Keberhasilan program *Service excellent* tergantung pada penyelarasan kemampuan, sikap,

penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab dalam pelaksanaannya.²³

b. Indikator *Service Excellent*

Agar pelanggan merasa puas atas produk atau jasa yang ditawarkan, pribadi yang prima ditunjukkan dengan indikator-indikator seperti berikut :

1. *Tangible* (Berwujud)

Jasa dapat dilihat konsumen oleh konsumenerupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi, dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat. Misalkan *desain* dan *lay out* gedung bank syariah yang modern dan tertata rapi mampu memberikan atau menampakkan kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu teknologi yang digunakan oleh bank menjadi pertimbangan nasabah dalam menentukan kualitas jasa perbankan yang dinikmati.

2. *Empathy*

Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada langganan. Setiap lapisan karyawan dari level manajemen atas sampai level manajemen terbawah (staf) harus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Setiap elemen dalam perusahaan mempunyai kewajiban memberikan pelayanan yang terbaik

²³ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah...* h.211-214

kepada konsumen. Setiap karyawan terutama *customer service* harus mampu memberikan pelayanan yang tulus kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman dalam berinteraksi dengan perusahaan.

3. *Responsiveness* (Cepat Tanggap)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari konsumen harus langsung diberikan umpan balik untuk mencegah ketidakpuasan konsumen. Misalkan, ada nasabah yang kesulitan dalam menulis slip transaksi, maka petugas pelayanan harus langsung tanggap dan membantu dalam menuliskan slip tersebut. Atau misalkan slip transaksi yang habis, maka petugas pelayanan harus langsung menyediakan kembali slip transaksi yang habis tersebut, harus dihindari nasabah yang kecewa karena ketidakadaan slip transaksi.

4. *Reliability* (Keandalan)

Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten. Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan melalui promosi akan memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen. Misalkan salah satu bank syariah menjanjikan kemudahan dalam bertransaksi di ATM bank lain tanpa dikenakan biaya tambahan, maka janji itu harus terbukti

bahwasannya transaksi melalui ATM bank lain tanpa dikenakan biaya tambahan.

5. *Assurance* (Kepastian)

Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Karyawan harus mampu menunjukkan kepada konsumen bahwasannya perusahaan mampu merealisasikan setiap janji yang telah ditawarkan kepada konsumen.²⁴

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Service Excellent*

Pada awalnya konsep *Service excellent* timbul dari kreativitas para pelaku bisnis yang kemudian diikuti dengan organisasi nirlaba dan instansi pemerintah. Budaya *Service excellent* dapat dijadikan acuan dalam berbagai aspek kehidupan. Ada sepuluh faktor yang mempengaruhi *Service excellent*, yaitu :

1. Pelayanan yang ramah
2. Bersikap sopan dan penuh hormat
3. Tampil yakin
4. Memberikan kesan ceria
5. Berpenampilan rapi
6. Senang bergaul
7. Mudah memaafkan
8. Senang belajar dari orang lain

²⁴ Nur rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*,, h.197-198

9. Senang pada hal-hal yang etis dan wajar
10. Pandai menyenangkan orang lain.²⁵

d. Tujuan *Service Excellent*

Tujuan *Service Excellent* adalah untuk mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan. Pembelotan pelanggan atau berpalingnya pelanggan disebabkan karena kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan.

Selain itu, *Service Excellent* juga dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan kepada konsumennya. Dalam pelaksanaannya, *Service excellent* merupakan pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan dan pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.

3. *Performance* (Kinerja)

a. Pengertian *Performace* (Kinerja)

Menurut Carlson, *performance* (kinerja) adalah sebuah kejadian maupun bagian dari proses produksi, karena *even* bisa terjadi akibat adanya manusia yang melakukan proses tersebut, dan proses produksi merupakan salah satu bagian dalam *performance* untuk mengapai tujuan perusahaan.

Dengan kata lain semua kegiatan manusia bisa disebut dengan *performance* dan *performance* menjadi berkualitas ketika manusia berpikir sebelum bertindak. *Performance* (Kinerja)

²⁵ Pelayanan Prima, <http://ciputrauceo.net/blog/2015/7/7/pengertian-pelayanan-prima>, pada hari sabtu, tanggal 1 Desember 2018, Pukul 13.56 WIB

mengacu kepada kadar pencapaian tugas-tugas yang membentuk sebuah pekerjaan pegawai. *Performance* (Kinerja) merefleksikan seberapa baik pegawai memenuhi persyaratan sebuah pekerjaan. Sering disalah tafsirkan sebagai upaya (*effort*), yang mencerminkan energi yang dikeluarkan, kinerja diukur dari segi hasil.²⁶

Performance (Kinerja) merupakan istilah yang berasal dari kata *Job Performance* atau *Actual Performance* (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai seseorang), dapat pula diartikan sebagai perbandingan hasil yang dicapai dengan peran serta dengan tenaga kerja per satuan waktu.²⁷

Kinerja atau *performance* merupakan gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan melalui perencanaan strategis suatu organisasi. *Performance* (Kinerja) adalah suatu hasil kerja yang dicapai seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas yang dibebankan kepadanya yang didasarkan atau kecakapan, pengalaman, dan kesungguhan serta waktu.²⁸

b. Indikator *Performance* (Kinerja)

Indikator *Performance* (Kinerja) adalah menjelaskan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan atas keberhasilan tersebut. Indikator *Performance* (Kinerja) sebagai

²⁶ Jurnal Manajemen & Akuntansi STIE Triatma Mulya (S.Marbun, Suardhika, Vol 19, No.1 Edisi Juni 2013, h.54

²⁷ Rudianto, *Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan Strategis*, (Jakarta : Erlangga, 2013), h.189

²⁸ Rudianto, *Akuntansi Manajemen Informasi untuk Pengambilan Keputusan,,* h.190

nilai atau karakteristik tertentu yang dipergunakan untuk mengukur *output* atau *outcome* suatu kegiatan.

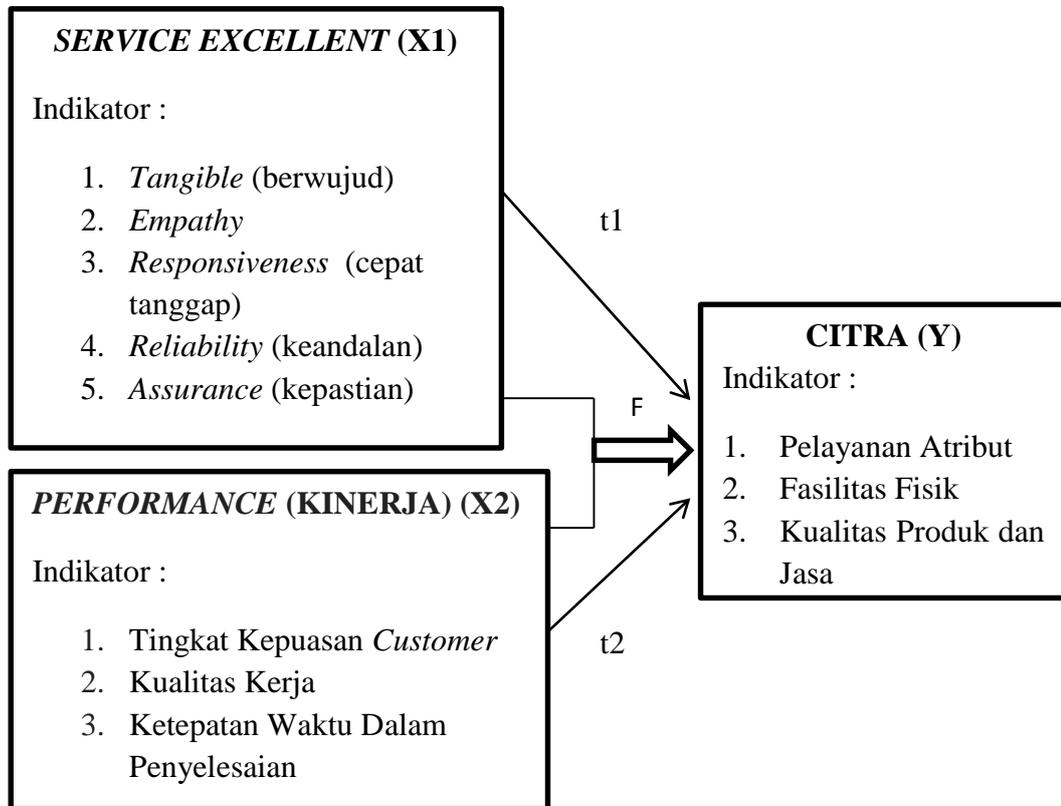
Indikator-indikator *performance* (kinerja), yaitu :²⁹

- 1) Tingkat kepuasan *customer*
- 2) Kualitas kerja adalah dalam menyelesaikan tugas pekerjaan dapat memenuhi tujuan atau target yang diharapkan.
- 3) Ketepatan waktu penyelesaian pekerjaan, yaitu kesesuaian waktu yang dibutuhkan atau diharapkan dalam pelaksanaan kegiatan.

B. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk melihat suatu fenomena perilaku organisasi yakni berupa *Service excellent* dan *Performance* terhadap citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja adalah sebagai berikut :

²⁹ Moehariono, *Indikator Kinerja Utama (IKU) Bisnis Dan Publik*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2012), h.32



Sumber : Burgin, M Burhan³⁰

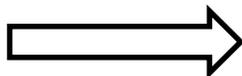
Gambar 2.1

Keterkaitan Hubungan Antara Variabel X1, X2 dengan Y

Keterangan :



: Menunjukkan variabel X dan Y



: Menunjukkan adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y

³⁰ Bungin, M. Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2006), h.

C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang, masalah serta tujuan dan kegunaan penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. *Service Excellent* berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja .
2. *Performance* berpengaruh signifikan terhadap Citra Perusahaan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja .
3. *Service Excellent* dan *Performance* berpengaruh simultan terhadap citra Perusahaan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif. Jenis penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian ini menjelaskan Pengaruh *Service Excellent* dan *Performance* Terhadap Citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu jenis pendekatan penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakekat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang obyektif.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan Januari 2019 sampai dengan Mei 2019. (Jadwal terlampir)

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja. Lokasi ini diambil karena penulis ingin mengetahui pengaruh *service excellent* dan *performance* yang dilakukan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja Terhadap Citra Bank Tersebut.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan seluruh elemen sejenis tetapi dapat dibedakan satu sama lain karakteristiknya. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai subjek dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja yang berasal dari nasabah Tabungan Muamalat Umum. Dalam penelitian ini nasabah yang di ambil berjumlah 4624 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan dalam penelitian. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *incidental sampling*. Dimana peneliti memilih siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai untuk dijadikan sample. Untuk menentukan sample (sample size) minimal, digunakan rumus Solvin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{4624}{1 + 4624(0,05^2)}$$

$$n = \frac{4624}{1 + 4624(0,0025)}$$

$$n = \frac{4624}{1 + 11,56}$$

$$n = \frac{4624}{12,56}$$

$$n = 368,1$$

$$n = 368$$

Keterangan :

n = Besaran sample

N = Besaran Populasi

e = Nilai kritis

Nilai kritis (batas ketelitian) peneliti diasumsi dengan 5% atau 0,05.

Jadi, sample yang saya ambil sebanyak 368 orang.

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Subjek dari mana asal data penelitian itu diperoleh.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari responden melalui kuisioner, kelompok fokus, dan panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjaring informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian.

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Dalam hal ini peneliti mengadakan penelitian dengan cara mengumpulkan data secara langsung melalui pengamatan di lapangan terhadap aktivitas yang akan dilakukan untuk mendapatkan data tertulis yang dianggap relevan. Peneliti datang langsung ke tempat penelitian.

b. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk di jawab.

c. Kepustakaan

Untuk melakukan studi kepustakaan, perpustakaan merupakan suatu tempat yang tepat untuk memperoleh bahan-bahan dan informasi yang relevan untuk dikumpulkan, dibaca, dikaji, dicatat dan dimanfaatkan. Seseorang peneliti hendaknya mengenal atau tidak merasa asing dilingkungan perpustakaan sebab dengan mengenal situasi perpustakaan, peneliti akan dengan mudah menemukan apa yang diperlukan.

E. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulan.

a. Variabel Independent

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat).

b. Variabel Dependent

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.³¹

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis.

1) *Service Excellent* (X1)

Service excellent adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal).

2) *Performance* (Kinerja) (X2)

Performance (kinerja) adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama.

³¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h.39-41

3) Citra Bank (Y)

Citra perusahaan adalah pemikiran pelanggan tentang gambaran menyeluruh dari perusahaan penyedia jasa berdasarkan pengalaman dan pemahaman pelanggan masing-masing, baik menyangkut jasanya ataupun tingkat reputasi dan kredibilitas yang dicapai perusahaan menurut perspespi pelanggan.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Variasi jenis instrumen ini adalah :

1. Kuesioner Tertutup

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan variabel penelitian yang akan diteliti. Agar mempermudah responden dalam memberikan jawaban, kuesioner sebagai kuesioner tertutup dimana pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner disertakan pilihan-pilihan jawaban yang dapat dipilih oleh responden.

Tabel 3.1

Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono³²

2. Dokumentasi

Penggunaan teknik dokumentasi yaitu pengumpulan data dengan melihat dan mengamati data atau dokumen yang berkaitan dengan catatan-catatan, buku-buku, dan literatur. Dalam penelitian ini dokumen yang diperlukan adalah berhubungan dengan lahan penelitian yang bersumber dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja seperti profil perusahaan dan sumber lainnya yang bersifat data.

G. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuesioner valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur

³² Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta,2016), h.168.

oleh suatu kuesioner tersebut, adapun metode yang ada uji validitas ini menggunakan korelasi *Correlated Item-Total Correlation*. Pengambilan keputusan jika:

$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka butir tersebut valid

$r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka butir tersebut tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya dapat dipercaya juga dapat diandalkan. Sehingga beberapa kali di ulang pun hasilnya akan tetap sama (konsisten). Jika kuesioner telah valid dan reliable maka kuesioner dapat disebarkan pada responden. Teknik *Cronbach Alpha*, criteria reliabilitasnya jika:

Cronbach Alpha $> 0,50$ maka dikatakan reliable

Cronbach Alpha $< 0,50$ maka dikatakan tidak reliable

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengkaji data variabel bebas (X) dan data variabel (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, yaitu berdistribusi normal dan berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data. Variabel bebas dan variabel tergantung berdistribusi mendekati normal atau normal sekali. Untuk mengetahui populasi berdistribusi normal atau tidak, dalam proposal ini menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* dengan bantuan komputer program SPSS

16 for windows. Untuk menentukan normalitas digunakan pedoman sebagai berikut :

1. Signifikan uji (α) = 0,05
2. Jika $\text{sig} > \alpha$ maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal
3. Jika $\text{sig} < \alpha$ maka sampel tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat dideteksi dengan menganalisis matrik korelasi variable-variable independen atau dengan menggunakan perhitungan nilai *tolerance* dan *variance inflation faktor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *tolenrance* tidak kurang dari 0,1 maka model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah Multikolinearitas.

4. Pengujian Hipotesis

Pada pengujian hipotesis, penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda, dan uji statistik dengan menggunakan test.

a. Analisa Regresi Linear Berganda

Analisa Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel dependen (Y)

dengan variabel independen (X). Adapun bentuk persamaanya adalah sebagai berikut³³:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dengan:

<i>Y</i>	= variabel dependen (<i>Citra Perusahaan</i>)
<i>a</i>	= konstanta
<i>β1, β2</i>	= koefisien regresi masing-masing variabel
<i>X1</i>	= variabel independen (<i>Service Excellent</i>)
<i>X2</i>	= variabel independen (<i>Performance</i>)
<i>e</i>	= variabel pengganggu

b. Uji t-test

Uji t-test memiliki tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Penerapan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

$\text{Sig} > \alpha (0,05)$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

$\text{Sig} < \alpha (0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

c. Uji F

Untuk mengetahui signifikan pengaruh secara simultan dilakuakn pengujian hipotesis secara bersama-sama digunakan alat uji F. Untuk menguji hipotesis secara bersama-sama simultan dengan kriteria sebagai berikut :

1) Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak H_a diterima, berarti ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan dependen.

³³ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), h. 225

2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a , berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dan dependen.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi R^2 merupakan ukuran yang mengatakan seberapa baik garis regresi sampel cocok (sesuai) dengan datanya. Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi pengaruh *service excellent* dan *Performance* terhadap Citra Bank. Perhitungan koefisien determinasi dilakukan pada pengaruh antara (X1), (X2) dan (Y).

Dalam memberikan interpretasi secara sederhana terhadap angka indeks korelasi r pengaruh *service excellent* (X1), dan *Performance* (X2) terhadap Citra Bank (Y) pada umumnya digunakan sebagai berikut :

Tabel 3.2

Interpretasi Koefisien Determinasi

Proporsi / Internal Koefisien	Keterangan
0% - 19,99%	Sangat rendah
20% - 39,99%	Rendah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat kuat

Sumber : Sugiono³⁴

³⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,..., h.184

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah dan Perkembangan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja

Pendirian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja dimulai sejak tahun 1993, dimana tahun tersebut adalah tahap awal pendirian bank syariah secara Nasional. Beberapa BPRS telah berdiri di pulau Jawa dan Bank Muamalat Indonesia sebagai Bank Umum Syariah pertama yang mulai beroperasi pada tahun 1992.

Bank Muamalat Harkat didirikan oleh Drs. H.A Razie Jachya, modal awal Bank Muamalat Harkat pada saat pendirian tahun 1993 ditetapkan sebesar Rp.3 miliar dengan jumlah pemegang saham lebih dari 10 orang. Proses pendirian Bank Muamalat Harkat cukup lama dengan beberapa kali perubahan Akta Pendirian. Izin Operasional diperoleh pada tanggal 8 Januari 1996 dan Grand Opening tanggal 22 Januari 1996.

Adapun susunan pengurus Bank Muamalat Harkat pada saat mulai beroperasi pada 22 Januari 1996 adalah:

a. Dewan Komisaris

Komisaris utama : Drs. H. Rusli Rahman

Komisaris : Drs. Musiar Danis, M.Sc

Komisaris : Dra. Hj. Magdalena Manan

b. Dewan Pengawas Syariah

Ketua : Drs. H.A. Karim Gaffur

Anggota : H.M. Noor Sasdy

Anggota : Sham Kadir

c. Direksi

Direktur Utama : Ismail Harahap, SE

Direktur : Sudirman

Jumlah karyawan ketika mulai operasional sebanyak 30 orang. Lebih kurang tiga bulan pertama sejak grand opening bank menghadapi masalah, antara lain:

- a. Modal yang seharusnya disetor oleh pemegang saham sebanyak Rp. 600 juta ternyata tidak dapat dipenuhi oleh beberapa orang pemegang saham.
- b. Syarat administrasi Direktur Utama yang diajukan kepada Bank Indonesia Bengkulu ternyata secara hukum ada masalah.

Untuk memecahkan masalah tersebut, maka pada tanggal 5 Juni 1996 dilaksanakan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB). RUPSLB mengambil beberapa keputusan antara lain:

- a. Merombak Pengurus Bank yang lama dengan susunan pengurus baru sebagai berikut :

1. Dewan Komisaris

Komisaris utama : Drs. H.A. Razie Jachya

Komisaris : Zulkarnain Hazairin, SH

Komisaris : Dra. Hj. Magdalena Manan

2. Dewan Pengawas Syariah

Ketua : Drs. H.A. Bachtiar Djamal

Anggota : Drs. H. Abdul Karim Gaffur

3. Direksi

Direktur Utama : Ismail Harahap, SE

Direktur : Sudirman

b. Merubah susunan pemegang saham pendiri.

c. Merubah modal dasar Bank dari Rp. 3 Milyar menjadi Rp. 300 juta.

Setelah dilakukan pergantian pengurus terutama pada posisi Direksi pada 5 Juni 1996 ternyata sampai dengan awal tahun 1998 Bank selalu mengalami kerugian. Dengan kondisi yang merugikan tersebut, maka diadakan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) pada bulan Februari 1998. RUPS tersebut mengambil keputusan antara lain:

a. Memberhentikan dengan hormat Sdr. Sudirman selaku Direktur

b. Mengangkat Dharma Setiawan, SE sebagai Direktur.

c. Menambah Modal Disetor.

Sampai dengan 31-12-2008 akumulasi kerugian bank sudah mencapai Rp.127 juta dengan total asset Rp. 248.139 ribu. Mulai tahun 1999 Bank baru dapat membukukan laba, namun laba yang diperoleh sampai tahun 2001 baru dapat menutupi akumulasi kerugian

yang dialami bank tahun sebelumnya. Pada tahun 2003 bank dapat membukukan laba yang lebih besar dan dapat membagikan deviden kepada para pemegang saham.

2. Visi dan Misi BPRS Muamalat Harkat Seluma

a. Visi BPRS Muamalat Harkat Seluma

- 1) Menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah terbaik di Provinsi Bengkulu.
- 2) Menjadi pemain dominan *diemotional / etchial market*
- 3) Menjadi pemain yang dikagumi *direlational market*

b. Misi BPRS Muamalat Harkat Seluma

- 1) Turut berperan dalam menunjang pembangunan ekonomi umat Islam, terutama upaya peningkatan peranan usaha kecil.
- 2) "... Agar harta itu jangan hanya beredar di lingkungan orang kaya saja diantara kamu: al-Hasyr (59) : (7)
- 3) Memberikan kontribusi yang positif kepada umat islam di Bengkulu.
- 4) Memberikan keuntungan yang wajar kepada para pemegang saham.
- 5) Mengusahakan pertumbuhan perusahaan yang optimal.

3. Alamat BPRS Muamalat Harkat Seluma

a. Nama :

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Muamalat Harkat

b. Alamat :

- a) Kantor Pusat

Jln. Raya Bengkulu Seluma KM.32 Kec. Sukaraja Kab.
Seluma Bengkulu 38557. Telpon: 0736 7311330, Fax: 0736
7311407.

b) Kantor Kas Ketahun

Jln. Kemuning RT 01, Desa Giri Kencana, Kecamatan
Ketahun, Kabupaten Bengkulu Utara, Telpon: 0737 7524096

c) Kantor Kas Manna

Jln. Jendral Sudirman No.39 RT 02 Kab. Bengkulu Selatan,
Telpon: 0739 21007.

d) Kantor Kas Masjid Raya

Jln. Asahan No.1 (Komplek Masjid Raya Baitul Izzah) Padang
Harapan Bengkulu 38225. Telpon: 0736 343862

c. Tanggal Operasional: 22 Januari 1996

1. No. Akte Pendirian

a. Pertama: No.11 Tanggal 15 November 1993 Notaris
Zulkifli Wildan, SH.

b. Terakhir: No. 41 Tanggal 13 Maret 2009 Notaris Dian
Rismawati, SH.

2. Keputusan Menteri Hukum dan HAM RI

a. Pertama: No. C2-7152 HT 101 Tahun 1995, tanggal 8 Juni
1995 Berita Negara RI No.6831, Tanggal 15 Agustus 1995

b. Terakhir No.AHU-54624.AH 01.02. Tahun 2009 Tanggal
11 November 2009

c. No. Izin Prinsip: S-171/MK.17/1994.

d. No. Izin Operasioanl: Kep.007/AN,17/1996 Tanggal 8
Januari 1996.

4. Kepengurusan BPRS Muamalat Harkat Seluma

Pengurus BPRS Muamalat Harkat Seluma terdiri dari cendikiawan, Ulama dan Bankir sehingga diharapkan dapat memberikan rasa aman dan menumbuhkan kepercayaan nasabah, karena dikelola secara profesional. Susunan pengurus bank per 30 Juni 2013

a. Dewan Komisaris

Komisaris utama :
Komisaris : Zulkarnain Hazairin, SH
Komisaris : Drs. H. Musiar Danis. M.Sc

d. Dewan Pengawas Syariah

Ketua : Drs. H. M. Djupri, M. Si
Anggota : Drs. H. Iskandar Ramis, SIP, M.Si

e. Direksi

Direktur Utama : Dharma Setiawan, SW, ME,Sy
Direktur : Deri Haspriyanti, A.Md

5. Produk-Produk Bank Muamalat Harkat Bengkulu

a. Produk Penghimpun Dana

Produk penghimpun dana merupakan simpanan dana masyarakat yang aman dan sesuai syariah. Diperuntukkan bagi perorangan maupun Badan Hukum. Selain diberikan Bagi Hasil/ Bonus yang kompetitif, simpanan ini juga dijamin oleh Lembaga

Penjamin Simpanan (LPS) sehingga nasabah akan merasa aman, nyaman dan tenang menyimpan uangnya di Bank Muamalat Harkat.

1) Tabungan Muamalat Umum

Tabungan Muamalat Umum merupakan tabungan yang diperuntukkan untuk masyarakat umum, baik perorangan maupun lembaga, yang pengambilannya dapat dilakukan setiap hari (jam kerja). Dengan setoran awal hanya Rp. 100.000,00 nasabah sudah bisa mendapatkan bagi hasil setiap bulan. Tabungan ini dikenakan biaya administrasi perbulan yang sangat ringan. Pada tabungan ini nasabah tidak perlu khawatir tabungannya akan berkurang, karena bagi hasil yang diterima nasabah setiap bulannya akan dapat menutupi biaya administrasi perbulannya, jika saldo yang ada dalam tabungannya minimal Rp. 500.000,00.

Persyaratan Tabungan Muamalat Umum:

1. Foto Copy KTP
2. Setoran pertama minimal Rp. 100.000, setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000
3. Penyetoran dan pengambilan dapat dilakukan setiap hari jam kerja
4. Setiap pengambilan simpanan harus menggunakan slip pengambilan yang telah disediakan oleh Bank.

5. Saldo yang tersisa setiap penarikan dana minimal Rp. 10.000

2) Tabungan Siswa Muamalat

Tabungan siswa muamalat merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi pelajar dari tingkat TK sampai SLTA. Tabungan ini tidak dikenakan biaya administrasi perbulan, tapi nasabah bisa mendapatkan bagi hasil setiap bulan.

Persyaratan tabungan siswa:

1. Foto Copy Kartu Pelajar (untuk SLTP dan SLTA)
2. Foto Copy KTP orang tua (untuk TK dan SD)
3. Foto Copy Kartu Keluarga (untuk TK dan SD)
4. Setoran pertama minimal Rp. 5.000
5. Setoran selanjutnya minimal Rp. 2.000
6. Saldo minimal Rp. 20.000 (dapat mendapatkan bagi hasil)

3) Tabungan Haji dan Qurban

Tabungan yang diperuntukkan bagi masyarakat yang mempunyai niat untuk ibadah Haji atau Ibadah Qurban.

Persyaratan Tabungan Haji dan Qurban:

1. Foto Copy KTP
2. Setoran pertama minimal Rp. 100.000, setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000
3. Penyetoran dapat dilakukan setiap jam kerja

4. Pengambilan tabungan hanya bisa diambil pada saat akan melakukan Qurban (untuk tabungan Qurban)
5. Pengambilan tabungan boleh dilakukan pada saat tabungan telah cukup untuk mendaftarkan diri ke Kementrian Agama
6. Setiap pengambilan simpanan harus menggunakan slip pengambilan yang telah disediakan oleh Bank.
7. Saldo yang tersisa pada setiap penarikan dana minimal Rp. 10.000.

4) Deposito

Deposito Mudharabah merupakan simpanan berjangka dengan sistem bagi hasil yang diperuntukkan bagi perorangan atau badan hukum. Bank akan mengelola setiap rupiah Depositi nasabah secara syariah, sehingga keuntungan yang didapatkan oleh nasabah akan maksimal. Jangka waktu Deposito dapat dipilih antara 1, 3, 6, 12, dan 24 bulan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan disepakati bersama.

Bagi hasil ditentukan dengan Porsi Nisbah Bagi Hasil yang disepakati antara nasabah (*Shahibul maal*) dengan Bank (*mudharib*) dan memungkinkan nasabah untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan suku bunga Deposito pada Bank Umum. Dan yang pasti nasabah tidak perlu khawatir uangnya akan hilang karena dana di Bank Muamalat Harkat di jamin oleh LPS (lembaga Penjamin Simpanan).

Persyaratan Deposito:

1. Foto Copy KTP
2. Foto Copy Akta Pendirian (Untuk Perusahaan/Badan Hukum dan Koperasi)
3. Foto Copy KTP pengurus (Untuk Perusahaan/Badan Hukum dan Koperasi)
4. Foto Copy Perizinan Usaha pemohon yang masih berlaku (NPWP, TDP, SIUP, SITU dan surat Izin lainnya)
5. Minimal Deposito sebesar Rp. 500.000 dan kelipatan Rp. 500.000.

b. Produk Pembiayaan

Bank Muamlat Harkat juga menyediakan layanan pembiayaan untuk modal kerja, investasi dan konsumtif yang dikelola secara syariah sehingga lebih mudah, fleksibel dan lebih menentramkan karena terbebas dari pendapatan beban bunga.

Keunggulan:

1. Rasa tentram, karena dengan pembiayaan syariah terhindar dari transaksi yang ribawi.
2. Rasa aman, karena prinsip syariah akan memberikan pembiayaan yang adil.
3. Rasa tenang, karena tidak ada beban bungan yang ditetapkan di depan.

6. Deskripsi Responden

Penyajian data deskripsi penelitian bertujuan untuk melihat deskripsi dari data penelitian dan hubungan antara variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskripsi yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden melalui informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian pada nasabah Tabungan Muamalat Umum Bank BPRS Muamalat Harkat Sukaraja sebagai berikut:

a. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden penelitian yang diambil dari nasabah Tabungan Muamalat Umum BPRS Muamalat Harkat Sukaraja sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Pria	146	39,67%
Wanita	222	60,33%
Total	368	100%

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa sebagian nasabah tabungan muamalat umum BPRS Muamalat Harkat Sukaraja yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah wanita dengan persentase 60,33% dan pria 39,67%.

b. Berdasarkan Usia Responden

Adapun data mengenai Usia Responden responden penelitian yang diambil dari nasabah Tabungan Muamalat Umum BPRS Muamalat Harkat Sukaraja sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Di bawah 20 Tahun	24	6,17%
21-30 Tahun	51	14,32%
Di atas 30 Tahun	293	79,51%
Total	368	100%

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa sebagian nasabah tabungan muamalat umum BPRS Muamalat Harkat Sukaraja yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah di bawah 20 Tahun dengan persentase 6,17%, 21-30 Tahun dengan persentase 14,32% dan di atas 30 Tahun dengan persentase 79,51%.

B. Hasil Penelitian

Kuisioner yang digunakan untuk menyimpulkan pengaruh *service excellent* dan *performance* terhadap citra BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Menggunakan tipe pilihan yang terdiri dari 11 item pertanyaan dan masing-masing item pertanyaan terdiri dari 5 alternatif jawaban yaitu SS(Skor 5), S(skor 4), KS(skor 3), TS(skor 2), STS(skor 1). Kemudian

data yang diperoleh ditabulasikan, selanjutnya dianalisis guna menjawab permasalahan-permasalahan dalam penelitian.

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Adapun metode yang digunakan pada uji validitas ini menggunakan korelasi *corrected item-total correlation* dimana alat ukur dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel. Hasil uji validitas data dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

Tabel 4.3
Critical Values Of Correlation Coefficient (r tabel)

N	Deg, Of Freedom (N-2)	Coefficient
		$\alpha = 0,05$
368	366	0,1381

Pada tabel 4.3 diketahui bahwa $N = 368$ koefisien $\alpha = 0,05$ dan r tabel sebesar 0,1381. Uji validitas dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel.

1) Uji Validitas Variabel X1 (*Service Excellent*)

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas *Service Excellent*

Nomor Soal	r hitung	r tabel	Keterangan
X11	0,610	0,1381	Valid
X12	0,582	0,1381	Valid

X13	0,450	0,1381	Valid
X14	0,631	0,1381	Valid
X15	0,617	0,1381	Valid

Sumber: Data primer diolah 2019

Dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing-masing pertanyaan pada variabel *service excellent* memiliki nilai r hitung $> 0,1381$ sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang ada pada instrumen pertanyaan *service excellent* dalam penelitian dinyatakan valid.

2) Uji Validitas Variabel X2 (*Performance*)

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas *Performance*

Nomor Soal	r hitung	r tabel	Keterangan
X21	0,837	0,1381	Valid
X22	0,908	0,1381	Valid
X23	0,829	0,1381	Valid

Sumber: Data primer diolah 2019

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing-masing pertanyaan pada variabel *Performance* memiliki nilai r hitung $> 0,1381$ sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang ada pada instrumen pertanyaan *Performance* dalam penelitian dinyatakan valid.

3) Uji Validitas Variabel Y (Citra)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Citra

Nomor Soal	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,826	0,1381	Valid
Y2	0,774	0,1381	Valid
Y3	0,776	0,1381	Valid

Sumber: Data primer diolah 2019

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa hasil dari perhitungan masing-masing pertanyaan pada variabel Citra memiliki nilai r hitung $> 0,1381$ sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel yang ada pada instrumen pertanyaan Citra dalam penelitian dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama, dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran teknik *Cronbach Alpha*, dimana alat ukur dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,50$. Adapun hasil dari uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasi Uji Reliabilitas

	<i>Cronbach Alpha</i>	N of Item	$\alpha = 0,50$	keterangan
X1	0,593	5	0,50	Reliabel
X2	0,822	3	0,50	Reliabel
Y	0,702	3	0,50	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan hasil dari tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang bervariasi dan lebih besar dari nilai 0,50. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa alat ukur atau instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Untuk menguji normal atau tidaknya menggunakan *Uji Kolmogorov Smirnov*. Berikut ini disajikan hasil uji normalitas data dari penelitian yang sudah dilakukan:

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		X1	X2	Y
N		368	368	368
Normal Parameters ^a	Mean	21.0272	11.7690	12.0054
	Std. Deviation	1.47802	1.70858	1.16721
Most Extreme Differences	Absolute	.175	.195	.292
	Positive	.175	.174	.279
	Negative	-.106	-.195	-.292
Kolmogorov-Smirnov Z		3.356	3.742	5.594
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062	.057	.105

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel 4.8 di atas hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikan semua variabel lebih besar dari 0,05 maka nilai residual tersebut berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat Nilai *Tolerance* dan *Variance Infontion Factor* (VIF). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model regresi dapat dikatakan bebas dari masalah Multikolinearitas. Berikut ini adalah hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4.9
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
SERVICE EXCELLENT	.898	1.114
PERFORMANCE	.898	1.114

a. Dependent Variable: CITRA

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, hasil uji *Variance Inflation Faktor* (VIF) pada hasil output SPSS tabel *Coefficients*, masing-masing variabel independen memiliki nilai VIF *service excellent* = 1,114 dan *performance* = 1,114. Masing-masing variabel bebas memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,01 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda tidak terdapat multikolinearitas antara variabel terikat dengan variabel bebas sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

4. Pengujian Hipotesis

a. Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda karena peneliti ingin mengetahui beberapa variabel independen, serta untuk mengetahui arah hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut tabel uji regresi linier berganda:

Tabel 4.10
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.004	.856		9.346	.000
	SERVICE EXCELLENT	.144	.042	.182	3.406	.001
	PERFORMANCE	.083	.037	.121	2.268	.024

a. Dependent Variable: CITRA

Sumber: Data diolah primer 2019

Dari tabel 4.10 dapat disusun persamaan sebagai berikut:

$$Y = 8,004 + 0,144X_1 + 0,083X_2 + e$$

Hasil dari perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan suatu persamaan yang menunjukkan bahwa nilai X merupakan regresi yang diasumsikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (β_0) sebesar 8,004 artinya apabila *Service Excellent* (X_1) dan *Performance* (X_2) dalam keadaan konstan atau 0, maka Citra (Y) nilainya sebesar 8,004.
2. *Service Excellent* (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap citra Bank (Y) dengan nilai (β_1) sebesar 0,144.
3. *Performance* (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap citra Bank (Y) dengan nilai (β_2) sebesar 0,083.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial adalah uji t yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel *Service Excellent* dan *Performance* secara individual (parsial) berpengaruh signifikan terhadap Citra Bank. Hasil dari pengujian dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.11

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.004	.856		9.346	.000
	SERVICE EXCELLENT	.144	.042	.182	3.406	.001
	PERFORMANCE	.083	.037	.121	2.268	.024

a. Dependent Variable: CITRA

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan hasil pengolahan uji statistik pada tabel 4.11 di atas, hasil uji t dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat diketahui nilai (sig) $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa variabel *Service Excellent* (X1) berpengaruh secara parsial terhadap Citra Bank.
2. Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat diketahui nilai (sig) $0,024 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa variabel *Performance* (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Citra Bank.

c. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel *Service Excellent* (X1) dan *Performance* (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Citra Bank (Y). Jika nilai signifikan < 0,05 maka terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Citra Bank. Hasil dari penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.039	2	15.519	12.079	.000 ^a
	Residual	468.950	365	1.285		
	Total	499.989	367			

a. Predictors: (Constant), PERFORMANCE, SERVICE EXCELLENT

b. Dependent Variable: CITRA

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, hasil pengolahan uji statistik secara bersama-sama menggunakan SPSS yang menguji antara variabel *Service Excellent* (X1) dan *Performance* (X2) terhadap Citra Bank (Y) maka diperoleh nilai signifikan F hitung sebesar 12.079 dengan tingkat signifikansi 0.000 atau dibawah standar 0.05 yang berarti *Service Excellent* (X1) dan *Performance* (X2) berpengaruh positif terhadap Citra Bank BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel atau lebih (variabel bebas) terhadap variasi (naik/turunnya) variabel yang lain (variabel terikat). Berikut ini hasil dari uji koefisien determinasi:

Tabel 4.13
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.249 ^a	.062	.057	1.133

a. Predictors: (Constant), PERFORMANCE, SERVICE EXCELLENT

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan hasil uji *R Square* pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,062 atau sama dengan 6,2%. Hal ini menyatakan bahwa variabel *Service Excellent* dan *Performance* terhadap Citra Bank sebesar 6,2% sedangkan 93,8% ditentukan oleh faktor lain.

C. Pembahasan

1. Pengaruh *Service Excellent* terhadap Citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima

dan H_0 ditolak, artinya bahwa variabel *Service Excellent* berpengaruh terhadap Citra Bank BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

Hal serupa juga dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Ewi Anggun Syahfitri, pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah di BNI Syariah Cabang Kota Bengkulu.

2. Pengaruh *Performance* terhadap Citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t sebesar $0,024 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa variabel *Performance* berpengaruh terhadap Citra Bank BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

Hal serupa juga dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Evi Oktaviani, pengaruh kualitas layanan, kepuasan nasabah dan citra bank terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat di Surabaya.

3. Pengaruh *Service Excellent* dan *Performance* terhadap Citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa nilai signifikan uji F sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya bahwa variabel *Service Excellent* dan *Performance* berpengaruh terhadap Citra Bank BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

Hal serupa juga dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Fuad Ulil Khakim, pengaruh Pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah (studi kasus BPD DIY Syariah Cabang Cik Ditiro).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. *Service Excellent* berpengaruh terhadap Citra Bank BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi linier berganda yang diperoleh nilai (sig) $0,001 < 0,05$. Artinya *Service Excellent* berpengaruh terhadap Citra Bank BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Indikator yang paling berpengaruh terhadap variabel (X1) *Service Excellent* adalah indikator nomor 5 yaitu indikator *Assurance* (Kepastian).
2. *Performance* berpengaruh terhadap Citra Bank BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi linier berganda yang diperoleh nilai (sig) $0,024 < 0,05$. Artinya *Performance* berpengaruh terhadap Citra Bank BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Indikator yang paling berpengaruh terhadap variabel (X2) *Performance* adalah indikator nomor 1 yaitu indikator tingkat kepuasan *customer*.
3. *Service Excellent* dan *Performance* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Citra Bank BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi linier berganda yang

diperoleh nilai (sig) $0,000 < 0,05$. Variabel yang paling besar berpengaruh adalah variabel *performance* dengan 2,4%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kajian teori, berikut ini dikemukakan saran bagi objek penelitian maupun penelitian lainnya yang ingin mengembangkan penelitian sejenis:

1. Bagi pihak Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harkat Sukaraja hendaknya lebih ditingkatkan *service excellent* dan *performance* agar citra dari nasabah lebih baik.
2. Bagi penelitian berikutnya diharapkan memasukkan variabel lain yang belum dimasukkan dalam model penelitian ini. Hal ini karena terdapat variabel lain yang mungkin juga berpengaruh terhadap Citra Bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Majid, Suharto. *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportas*. Jakarta Utara: Raja Grafindo Persada. 2009.
- Adya Barata, Atep. *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2003.
- Al Arif , Nur Ri`anto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Amirullah. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Mitra Kencana. 2015.
- Anggun Syahfutri, Ewi. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Di BNI Syariah Cabang Kota Bengkulu*. Skripsi. 2018.
- Bungin, M. Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana. 2006.
- Djunaidi. *Pengaruh Pemasaran Hubungan Pelanggan Pada Corporate Social Tanggung Jawab, Citra Bank, Kualitas Layanan, dan Dampak Terhadap Karyawan UKM Tabungan BNI Syariah Regional Operation Of Kediri. Jurnal Internasional Penemuan Bisnis dan Manajemen, Vol.6 Issue.11 (November, 2017)*.
- Fahmi, Irham. *Manajemen Perbankan Konvensional dan Syariah*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2015.
- Hasan, Iqbal. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2012.
- Hidayati, Elvi. *Penerapan Sistem Pelayanan Prima Oleh Customer Service Di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pekanbaru Di Tinjau Dari Aspek Ekonomi Islam*. Skripsi. 2018.
- Kartajaya, Hermawan. *On Service Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka. 2006.
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada. 2005.
- Krismanto, Adi. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah*. Tesis. 2009.
- M Sualaksana, Dahlan. *Strategi Membangun Citra Perbankan Dan Antisipasi Krisis*. Jakarta: IFBI/IKPI. 1993.

- Majid, Suharto Abdul. *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*. Jakarta Utara: Raja Grafindo Persada. 2009.
- Moeheriono. *Indikator Kinerja Utama (IKU) Bisnis Dan Publik*. Jakarta: Rajawali Pres. 2012.
- Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers. 2015.
- Okatviani Satriyanti, Evi. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya*. *Journal of Business and Banking dalam Journal of Business and Banking*, Vol.2 No.2 (November,2012).
- Prasetyo, Bambang. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers. 2014.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka. 2008.
- Rudianto. *Akutansi Manajemen Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategi*. Jakarta: Erlangga. 2013.
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Public Relations Dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2016.
- S. Marbun, Suardhika. *Jurnal Manajemen & Akutansi STIE Triatma Mulya* Vol 19, No.1 (Juni. 2013).
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitataf, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2018.
- Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta. Cet ke-22. 2013.
- Susetiyoko, *Pengaruh Citra Perusahaan Pada Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Jasa Telekomunikasi Indosat)*, Tesis, 2010.
- Tjandra, Olivia. *Analisa Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Perantara di Restoran Boncafe Surabaya*. Surabaya.
- Ulil Khakim, Fuad. *Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excelent) Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BPD DIY Syariah Cabang Cik Ditiro)*. Skripsi. 2015.
- Wahjono, Sentot Imam. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.

LAMPIRAN

UJI VALIDITAS X1

Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	JUMLAH
X11	Pearson Correlation	1	.416**	-.034	.246**	.087	.610**
	Sig. (2-tailed)		.000	.514	.000	.094	.000
	N	368	368	368	368	368	368
X12	Pearson Correlation	.416**	1	-.092	.182**	.122*	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000		.079	.000	.019	.000
	N	368	368	368	368	368	368
X13	Pearson Correlation	-.034	-.092	1	.195**	.246**	.450**
	Sig. (2-tailed)	.514	.079		.000	.000	.000
	N	368	368	368	368	368	368
X14	Pearson Correlation	.246**	.182**	.195**	1	.320**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	368	368	368	368	368	368
X15	Pearson Correlation	.087	.122*	.246**	.320**	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.094	.019	.000	.000		.000
	N	368	368	368	368	368	368
JUMLAH	Pearson Correlation	.610**	.582**	.450**	.631**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	368	368	368	368	368	368

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	JUMLAH
X11	Pearson Correlation	1	.416**	-.034	.246**	.087	.610**
	Sig. (2-tailed)		.000	.514	.000	.094	.000
	N	368	368	368	368	368	368
X12	Pearson Correlation	.416**	1	-.092	.182**	.122*	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000		.079	.000	.019	.000
	N	368	368	368	368	368	368
X13	Pearson Correlation	-.034	-.092	1	.195**	.246**	.450**
	Sig. (2-tailed)	.514	.079		.000	.000	.000
	N	368	368	368	368	368	368
X14	Pearson Correlation	.246**	.182**	.195**	1	.320**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	368	368	368	368	368	368
X15	Pearson Correlation	.087	.122*	.246**	.320**	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.094	.019	.000	.000		.000
	N	368	368	368	368	368	368
JUMLAH	Pearson Correlation	.610**	.582**	.450**	.631**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	368	368	368	368	368	368

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI VALIDITAS X2

Correlations

		X21	X22	X23	JUMLAH
X21	Pearson Correlation	1	.664**	.500**	.837**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	368	368	368	368
X22	Pearson Correlation	.664**	1	.652**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	368	368	368	368
X23	Pearson Correlation	.500**	.652**	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	368	368	368	368
JUMLAH	Pearson Correlation	.837**	.908**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	368	368	368	368

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI VALIDITAS Y

Correlations

		Y1	Y2	Y3	JUMLAH
Y1	Pearson Correlation	1	.468**	.443**	.826**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	368	368	368	368
Y2	Pearson Correlation	.468**	1	.418**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	368	368	368	368
Y3	Pearson Correlation	.443**	.418**	1	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	368	368	368	368
JUMLAH	Pearson Correlation	.826**	.774**	.776**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	368	368	368	368

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

Service Excellent

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.593	5

Performance

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	3

Citra Bank

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.702	3

UJI NORMALITAS DATA

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	Y
N		368	368	368
Normal Parameters ^a	Mean	21.0272	11.7690	12.0054
	Std. Deviation	1.47802	1.70858	1.16721
Most Extreme Differences	Absolute	.175	.195	.292
	Positive	.175	.174	.279
	Negative	-.106	-.195	-.292
Kolmogorov-Smirnov Z		3.356	3.742	5.594
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062	.057	.105

a. Test distribution is Normal.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
SERVICE EXCELLENT	.898	1.114
PERFORMANCE	.898	1.114

a. Dependent Variable: CITRA

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.004	.856		9.346	.000
	SERVICE EXCELLENT	.144	.042	.182	3.406	.001
	PERFORMANCE	.083	.037	.121	2.268	.024

a. Dependent Variable: CITRA

UJI PARSIAL (UJI t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.004	.856		9.346	.000
SERVICE EXCELLENT	.144	.042	.182	3.406	.001
PERFORMANCE	.083	.037	.121	2.268	.024

a. Dependent Variable: CITRA

UJI SIMULTAN (UJI F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.039	2	15.519	12.079	.000 ^a
	Residual	468.950	365	1.285		
	Total	499.989	367			

a. Predictors: (Constant), PERFORMANCE, SERVICE EXCELLENT

b. Dependent Variable: CITRA

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.249 ^a	.062	.057	1.133

a. Predictors: (Constant), PERFORMANCE, SERVICE EXCELLENT



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax : (0736) 51171 Bengkulu

QUESTIONER

**PENGARUH *SERVICE EXCELLENT* DAN *PERFORMANCE*
TERHADAP CITRA BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH
(BPRS) MUAMALAT HAKAKAT SUKARAJA**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yth. Saudara/i Responden

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka penulisan skripsi dengan judul “**Pengaruh *Service Excellent* Dan *Performance* Terhadap Citra Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Muamalat Harakat Sukaraja**”, maka saya mohon kesediaan Saudara/I untuk memberikan jawaban pada daftar questioner yang saya ajukan. Saya menjamin kerahasiaan identitas dan jawaban yang Saudara/I berikan. Atas bantuan dan kerjasama dari Saudara/I, saya mengucapkan terima kasih.

Bengkulu, 25 Maret 2019 M

1440 H

Peneliti

Dwi Wahyuni Putri

NIM : 1516140163

Mengetahui

Pembimbing I

Pembimbing II

(Andang Sunarto, Ph.D)
NIP: 197611242006041002

(Yunida Een Fryanti, M.Si)
NIP: 198106122015032003

A. Isilah identitas Bapak/Ibu/Sdr (i) sebagai berikut dengan tanda (√):

1. Nama lengkap :
2. Alamat :
3. Jenis kelamin : Pria Wanita
4. Usia responden
 Di bawah 20 tahun 21 – 30 tahun Di atas 30 tahun
5. Pekerjaan :

B. Pilihlah satu jawaban pertanyaan di bawah ini yang dianggap paling tepat dengan memberikan tanda (√) :

- 1) STS = Sangat Tidak Setuju (1)
- 2) TS = Tidak Setuju (2)
- 3) KS = Kurang Setuju (3)
- 4) S = Setuju (4)
- 5) SS = Sangat Setuju (5)

1. Service Excellent (X₁)

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
<i>Tangible</i> (berwujud)						
1	Ruang Tunggu Yang Nyaman Dan Bersih					
<i>Empathy</i> (Empati)						
2	Mendengarkan Keluhan Nasabah Dengan Senang Hati Dan Antusias					
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)						
3	Cepat Dan Tepat Dalam Melayani Nasabah					
<i>Reliability</i> (Keandalan)						
4	Kemudahan Dalam Memberikan Pelayanan					

Assurance (Kepastian)						
5	Transaksi Dapat Dipercaya					

Sumber : Delta Khairunisa³⁵

2. Performance (Kinerja) (X2)

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
Tingkat Kepuasan <i>Customer</i>						
1	Karyawan Memberikan Kepuasan					
Kualitas Kerja						
2	Kualitas Kerja Karyawan Ini Jauh Lebih Baik Daripada Karyawan Lain					
Ketepatan Waktu Dalam Penyelesaian						
3	Ketepatan Karyawan Melaksanakan Pekerjaan Selalu Tepat					

Sumber : Tsui, Anne S. Jhon L. Pearce dan Lymen Porter³⁶

3. Citra Perusahaan (Y)

NO	PERTANYAAN	SS	S	KS	TS	STS
Pelayanan Atribut						
1	Pelayanan Secara Langsung Yang Dirasakan Pelanggan					
Fasilitas Fisik						
2	Pengaruh Produk Dari Perusahaan					
Kualitas Produk dan Jasa						
3	Kualitas Kinerja Karyawan Secara Keseluruhan					

Sumber : Mayer Dalam Oktaviani³⁷

³⁵ Resi Love Fika, *Pengaruh Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Dengan Dimensi CARTER Pada BNI Syariah Cabang Bengkulu*, Skripsi IAIN Bengkulu, 2017.

³⁶ Moehersono, 2012, *Indikator Kinerja Utama (IKU)*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara kepada Pihak BPRS Muamalat Harkat Sukaraja



³⁷ Ewi Anggun Syahfitri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah di BNI Syariah Cabang Kota Bengkulu*, Skripsi IAIN Bengkulu, 2018.

Pengisian Kuesioner



Pengisian Kuesioner



Pengisian Kuesioner



Pengisian Kuesioner



Pengisian Kuesioner



Pengisian Kuesioner