

**PENGARUH PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI KANTOR PUSAT BANK MUAMALAT
HARKAT / BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH
SUKARAJA KABUPATEN SELUMA**



SKRIPSI

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

OLEH:

WINDA APRIANI
NIM 1516140069

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2020 M/1441 H**


PERSETUJUAN PEMBIMBING

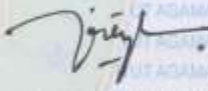
Skripsi yang ditulis oleh Winda Apriani, NIM 1516140069 dengan judul "Pengaruh Faktor Pendukung Perkembangan Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma", Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dengan saran untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 30 Desember 2019 M
3 Rabiul Akhir 1441 H

Pembimbing I

Pembimbing II


(Andang Sunarto, Ph. D)
NIP. 197611242006041002


(Miti Yarmunida, M. Ag)
NIP. 197705052007102002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736)
51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Peningkatan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Kantor Pusat Bank Muamalat Harkat / Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Sukaraja Kabupaten Seluma"**, oleh Winda Apriani NIM: 1516140069, 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 : Selasa

Tanggal : 28 Januari 2020 M / 3 Jumadil Akhir 1441 H

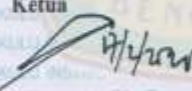
Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S. E.).

Bengkulu, 04 Februari 2020 M

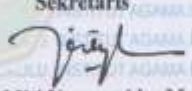
10 Jumadil Akhir 1441 H

Tim Sidang Munaqasyah

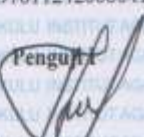
Ketua


Andang Sunarto, Ph. D
NIP.197611242006041002

Sekretaris


Miti Yarmunida, M.Ag
NIP.197705052007102002


Penguji I


Dra. Fatimah Yunus, M.A
NIP.196303192000032003

Penguji II


Yetti Afrida, M. Ak
NIDN.0214048401

Mengetahui,
Dekan


Dr. Asunini, M. A
NIP.197304121998032003

MOTTO

- ✚ *Hambatan Terbesar Untuk Sukses Adalah Rasa Takut Akan Kegagalan*
- ✚ *Jika Salah Perbaiki, Jika Gagal Coba Lagi, Tapi Jika Kamu Menyerah Maka Semuannya Selesai*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- ✚ *Yang Maha Kasih Allah SWT dan Baginda Nabi Muhammad SAW Yang Selalu Memberikan Kesehatan, Kelancaran, dan Mendampingi Hamba-Nya Setiap Saat*
- ✚ *Mamahku (Wasnah) dan Babehku (Asdi) tercinta yang telah memberikan motivasi serta do'a untukku*
- ✚ *Saudara-saudaraku tercinta dan tersayang (Tetehku Farida dan Adikku Yogi Aswadi) yang selalu membuat hari-hariku menjadi berwarna dan penuh canda tawa*
- ✚ *Teman dekatku tercinta dan tersayang (Satria Alamsyah) yang selalu ada dan menyemangatiku*
- ✚ *Pembimbing Skripsiku Bapak Andang Sunarto, Ph. D Selaku Pembimbing I dan Ibu Miti Yarmunida, M. Ag Selaku Pembimbing II*
- ✚ *Seluruh Dosen FEBI IAIN Bengkulu*
- ✚ *Sahabatku (Chilvia Agustina Budiyanti Nasution, S. Sos, Ega Rafitah Gustiana, Evi Liyana Wulan Sari, Delta Nurul Aini, Susi Marlina, Nanda Tri Cintya, S. E, Cipta Isratul Muslih, S. E) yang senantiasa mendengar keluh kesahku dan berbagi cerita*
- ✚ *Teman-temanaku seperjuangan (Lokal F Perbankan Syariah angkatan 2015, Komunitas Mahasiswa Bidikmisi IAIN Bengkulu angkatan 2015) yang selalu berbagi ilmu dan saran*
- ✚ *Almamater yang telah menempahku*
- ✚ *BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma yang sudah mengizinkan dan membimbingku selama penelitian*

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:


1. Skripsi dengan judul “Pengaruh Faktor Pendukung Perkembangan Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma”, 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, 30 Desember 2019 M

3 Rabi'ul Akhir 1441 H

Mahasiswa yang menyatakan




Winda Apriani
NIM 1516140069

ABSTRAK

Pengaruh Peningkatan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Kantor Pusat Bank Muamalat Harkat / Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Sukaraja Kabupaten Seluma

Oleh Winda Apriani, NIM 1516140069

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh peningkatan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di kantor pusat Bank Muamalat Harkat / Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Sukaraja Kabupaten Seluma. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier sederhana menggunakan program SPSS versi 16. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis, dan dibahas untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa kualitas layanan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma dengan hasil *Coeffisien* sebesar 0.449 dan signifikan pada $0.001 < \alpha = 0.05$, dengan presentase 35%.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah, BPRS Muamalat Harkat

ABSTRACT

Effect of Improving Service Quality on Customer Satisfaction at the Head Office of Muamalat Harkat Bank / Syari'ah Sukaraja People's Financing Bank,

Seluma Regency

By Winda Apriani, NIM 1516140069

The purpose of this study was to determine the effect of improving service quality on customer satisfaction at the head office of the Muamalat Harkat Bank / Syara'ah People's Financing Bank Sukaraja, Seluma Regency. To reveal these problems in depth and thoroughly, researchers used quantitative methods with primary data collection techniques in the form of questionnaires. The data analysis technique used is simple linear regression using SPSS version 16. Then the data is described, analyzed, and discussed to answer the problems raised. From the results of this study it was found that service quality positively and significantly affected customer satisfaction at BPRS Muamalat Harkat Sukaraja in Seluma District with Coefficient results of 0.449 and significant at $0.001 < \alpha = 0.05$, with a percentage of 35%.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, BPRS Muamalat Harkat

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Faktor Pendukung Perkembangan Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma”. Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S. E.) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M. Ag, M. H, selaku Rektor Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan semangat dan motivasi serta bimbingannya.
3. Desi Isnaini, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan arahan serta bimbingannya.
4. Andang Sunarto, Ph. D, selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Miti Yarmunida, M. Ag, selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Kedua orang tuaku yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.

8. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini ke depan.

Bengkulu, 30 Desember 2019 M
3 Rabi'ul Akhir 1441 H

Winda Apriani
NIM 1516140069

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Kegunaan Penelitian.....	10
F. Penelitian Terdahulu	11
G. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	
A. Kajian Teori.....	16
1. Pengertian Peningkatan	16
2. Kepuasan Nasabah.....	16
a. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	16
b. Indikator Kepuasan Nasabah	26
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah...	27
3. Kualitas Layanan	29
a. Pengertian Kualitas Layanan	29
b. Indikator Kualitas Layanan.....	35
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan	37
B. Kerangka Berpikir	37
C. Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	40
1. Jenis Penelitian	40
2. Pendekatan Penelitian.....	40
B. Waktu Dan Tempat Penelitian	41
1. Waktu Penelitian	41
2. Lokasi Penelitian	41
C. Populasi Dan Sampel	41

1. Populasi	41
2. Sampel	42
D. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	43
1. Sumber Data	43
a. Data Primer	43
b. Data Sekunder	43
2. Teknik Pengumpulan Data	44
a. Observasi	45
b. Kuesioner	45
c. Kepustakaan	46
E. Variabel Dan Definisi Operasional	46
1. Variabel	46
a. Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	46
b. Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	47
2. Definisi Operasional	47
a. Kualitas Layanan	47
b. Kepuasan Nasabah	47
F. Instrumen Penelitian	48
1. Kuesioner Tertutup	48
2. Dokumentasi	49
G. Teknik Analisis Data	49
1. Pengujian Kualitas Data	49
a. Uji Validitas	49
b. Uji Reliabilitas	50
2. Uji Asumsi Dasar	50
a. Uji Normalitas	50
b. Uji Homogenitas	51
3. Pengujian Hipotesis	51
a. Analisis Regresi Linier Sederhana	51
b. Uji t-test	52
c. Uji F	52
4. Koefisien Determinasi (R^2)	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
1. Sejarah dan Perkembangan PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Muamalat Harkat	54
2. Tempat Kedudukan PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Muamalat Harkat	56
3. Visi dan Misi PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Muamalat Harkat	57
4. Susunan Pengurus PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Muamalat Harkat	58
5. Manajemen PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Muamalat Harkat	58
6. Deskripsi Responden	60

a. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	60
b. Berdasarkan Usia Responden	61
B. Hasil Penelitian	62
1. Pengujian Kualitas Data	62
a. Uji Validitas	62
b. Uji Reliabilitas	65
2. Uji Asumsi Dasar	66
a. Uji Normalitas	66
b. Uji Homogenitas	67
3. Pengujian Hipotesis	68
a. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	68
b. Uji t-test	69
c. Uji F.....	70
4. Koefisien Determinasi (R^2)	71
C. Pembahasan.....	72
1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma.....	72
2. Presentase Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma.....	73

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA76

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1: Research Gap Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah	8
Tabel 3.1: Pertanyaan dan Butir Nilai.....	48
Tabel 3.2: Interpretasi Koefisien Determinasi.....	53
Tabel 4.1: Jenis Kelamin Responden	61
Tabel 4.2: Usia Responden	62
Tabel 4.3: Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan	63
Tabel 4.4: Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah.....	64
Tabel 4.5: Hasil Uji Reliabilitas untuk Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah.....	65
Tabel 4.6: Uji Normalitas untuk Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah	66
Tabel 4.7: Uji Homogenitas untuk Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah	67
Tabel 4.8: Analisis Regresi Linier Sederhana untuk Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah	68
Tabel 4.9: Uji t-test untuk Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah.....	70
Tabel 4.10: Uji t-test untuk Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah.....	71
Tabel 4.11: Uji Koefisien Determinasi untuk Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Keterkaitan Pelayanan Internal dan Eksternal	19
Gambar 2.2: Siklus Kepuasan Pelanggan	25
Gambar 2.3: Keterkaitan Hubungan Antara Variabel X dengan Y	38

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Halaman Judul
- Lampiran 2: Halaman Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 3: Halaman Pengesahan
- Lampiran 4: Halaman Motto dan Persembahan
- Lampiran 5: Halaman Pernyataan
- Lampiran 6: Abstrak
- Lampiran 7: Foto Kegiatan Penelitian
- Lampiran 8: Bukti Menghadiri Seminar Proposal
- Lampiran 9: Plagiarism Scan Report
- Lampiran 10: Lembar Pengajuan Judul Skripsi
- Lampiran 11: Daftar Hadir Seminar Proposal Mahasiswa
- Lampiran 12: Catatan Seminar Proposal
- Lampiran 13: Halaman Pengesahan Penyeminar
- Lampiran 14: Surat Penunjukkan Pembimbing
- Lampiran 15: Halaman Pengesahan Surat Izin penelitian
- Lampiran 16: Lembar Kuesioner
- Lampiran 17: Surat Permohonan Pra Penelitian
- Lampiran 18: Surat Izin Penelitian
- Lampiran 19: Surat Izin Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
- Lampiran 20: Surat Izin Penelitian Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu Satu Pintu
- Lampiran 21: Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 22: Bukti Pengesahan Plagiat
- Lampiran 23: Surat Selesai Penelitian
- Lampiran 24: Lembar Saran Tim Penguji
- Lampiran 25: Tabulasi Data
- Lampiran 26: Hasil Uji Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di dalam sejarah perekonomian umat Islam, kegiatan muamalah yaitu seperti kegiatan menerima titipan harta, kegiatan meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis, serta melakukan kegiatan pengiriman uang yang dilakukan dengan akad-akad yang sesuai syariah telah lazim dilakukan umat Islam sejak zaman Rasulullah Saw. Di zaman Rasulullah Saw fungsi-fungsi perbankan yang dilakukan oleh satu individu dalam sejarah Islam telah dikenal sejak zaman Abbasiyah. Perbankan mulai berkembang sangat pesat ketika banyak beredar jenis mata uang pada zaman itu sehingga perlu keahlian khusus untuk membedakan antara satu mata uang dengan mata uang lain. Adapun jenis mata uang pada zaman Rasulullah Saw adalah uang logam yang digunakan adalah emas (dinar) dan perak (dirham).¹ Pengembangan sistem Perbankan Syari'ah di Indonesia dilakukan dalam kerangka sistem perbankan ganda yaitu dalam kerangka Arsitektur Perbankan Indonesia (API), yaitu untuk menghadirkan alternatif jasa perbankan yang semakin lengkap yang ditujukan kepada masyarakat Indonesia. Secara bersama-sama, sistem Perbankan Syariah dan Perbankan. Dengan progres dan kemajuan perkembangannya yang impresif, maka dengan in diharapkan peran industri Perbankan Syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan

¹ Ade Irma Kurniati, *Analisis Pengembangan Bank Syariah Mandiri Kab. Mandailing Natal*, (Medan: Universitas Sumatra Utara, 2017), h. 1

semakin signifikan dan lebih baik lagi. Dengan telah diberlakukannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 yaitu tentang Perbankan Syariah yang terbit pada tanggal 16 Juli 2008, maka dengan demikian pengembangan industri Perbankan Syariah Nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi.

Seperti yang terdapat dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah (2): 275 yang mengatakan:

orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal didalamnya.²

Dari keterangan ayat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Allah SWT melarang hambanya untuk memakan harta atau hak orang lain secara berlebihan. Karakteristik sistem Perbankan Syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil dapat memberikan alternatif sistem perbankan yang saling menguntungkan bagi kedua pihak yaitu bagi masyarakat dan bank, serta menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan serta persaudaraan dalam berproduksi, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan. Dengan menyediakan berbagai macam produk serta layanan jasa

²Rahmadi Usman, *Aspek Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2014, h. 7.

perbankan yang beragam dengan skema keuangan yang lebih bervariasi, Perbankan Syariah menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat dinikmati oleh seluruh golongan masyarakat Indonesia.³ Dari kondisi inilah Bank Syariah mulai dikembangkan sejak diberlakukannya Undang-Undang No.10 tahun 1998 tentang perbankan yang mengatur bank syariah secara cukup jelas dan kuat dari segi kelembagaan dan operasionalnya, yang kemudian diperbaharui dengan UU No.23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia dan UU No. 3 Tahun 2004.

Dengan demikian, perkembangan lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah dimulai tahun 1992, yang diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai bank yang menggunakan prinsip syariah pertama di Indonesia. Bank syariah adalah salah satu alternatif bank yang dianggap aman oleh masyarakat untuk menyimpan dananya. Hal ini ditunjukkan dengan hasil survey Bank Indonesia.⁴ Dengan kata lain dengan jasa bank, dana yang menganggur dari masyarakat yang mempunyai kelebihan dana dapat digunakan oleh masyarakat yang membutuhkan dana dalam pembiayaan berbagai kegiatan ekonomi.⁵

Seperti yang kita ketahui bersama, meningkatnya usaha masyarakat maka tawaran akan produk saat ini juga menjadi semakin banyak dan beraneka ragam, tidak terkecuali pada bidang lembaga keuangan atau perbankan.

³ Ade Irma Kurniati, *Analisis Pengembangan Bank Syariah Mandiri Kab. Mandailing Natal...*, h. 2

⁴ Ali Mutasowifin, "Menggagas Strategi Pengembangan Perbankan Di Pasar Nonmuslim", *Jurnal Universitas Paramadina* Vol.3 No. 1, September 2003, h. 25-39

⁵ Ade Irma Kurniati, *Analisis Pengembangan Bank Syariah Mandiri Kab. Mandailing Natal...*, h. 4

Selain memperlihatkan dari segi produknya, dalam hal menentukan tingkat kepuasan pelanggan perlu juga diperhatikan dari kualitas layanannya. Karena pelayanan dan layanan yang baik juga merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis atau usaha.⁶ Respon yang cepat, keramahan pelayanan, dan biaya layanan yang murah menjadi aspek yang sering dipertimbangkan oleh nasabah penyimpan dana dalam menentukan bank sebagai tempatnya menyimpan dana atau uangnya. Nasabah yang loyal dapat memberikan profit yang lebih besar bagi perusahaan serta menumbuhkan revenue dengan cara menawarkan produknya yang ia pakai kepada orang lain yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah, selain itu akan terjadi pula peningkatan jumlah rekening atau jasa perbankan lainnya yang nantinya digunakan oleh nasabah.

Salah satu cara untuk kita menciptakan kepuasan nasabah yaitu melalui peningkatan kualitas, karena pelanggan atau nasabah adalah fokus utama ketika kita mengungkap tentang kepuasan dan kualitas nasabah. Persoalan kualitas sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap dapat bertahan dalam bisnisnya. Sekarang ini ekonomi nasional semakin terintegrasi ke dalam ekonomi global, sehingga bisa dikatakan yang terkuat yang akan menjadi pemenang dan tidak heran bila hal ini yang menyebabkan usaha-usaha yang bergerak pada bidang sejenis berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik agar dapat mengambil hati para konsumen dan memenangkan persaingan. Usaha yang berhasil memenangkan persaingan

⁶ Sri Rahayu Tri Astuti, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen", *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 6, Nomor 2 (2017), h. 4.

tentunya akan mendapatkan keuntungan yang berpengaruh pada peningkatan penjualannya.⁷ Untuk mengantisipasinya, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat diterima oleh masyarakat dan laku dipasaran. Salah satu usaha yang perlu diperhatikan perusahaan dalam usaha untuk mencapai keberhasilan adalah kualitas layanannya. Kualitas layanan dalam dunia perbankan disebut dengan *banking service quality*, konsep BSQ adalah penggabungan dari konsep *Servquel* yang dikemukakan oleh Parasuraman dengan konsep *marketing mix*.

Nasabah mengharapkan memperoleh pelayanan yang maksimal dari para penyedia layanan jasa, agar sesuai dengan apa yang diharapkan atau bahkan melebihi harapan. Oleh karena itu, manajemen dari industri layanan jasa perlu meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Peningkatan kualitas pelayanan akan diharapkan juga dapat meningkatkan persepsi yang baik dikalangan masyarakat melalui timbulnya citra yang baik dari perusahaan atau lembaga tersebut.⁸ Kualitas layanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan harapannya, nasabah menilai kinerja pelayanan yang diterima dan dirasakan langsung terhadap produk suatu layanan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat kepuasannya, selanjutnya akan berdampak positif bagi perilaku niat seseorang dalam menyikapi pelayanan tersebut.

⁷Sri Rahayu Tri Astuti, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen",.....h. 3.

⁸Luh Ayu Mulyaningsih, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP Di Denpasar", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 1 (2016), h. 2.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas pelayanan yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank, kepuasan nasabah terhadap layanan kualitas memiliki dua hal pokok yang saling berkaitan, yaitu harapan nasabah terhadap kualitas layanan (*expected quality*) dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan (*perceived quality*). Kepuasan nasabah juga tidak kalah relevannya untuk dianalisis sebab sikap kepuasan nasabah timbul setelah nasabah merasakan puas atau tidak puas terhadap kualitas layanan yang diterima dan dirasakannya.⁹

Kualitas pelayanan atau *service quality* berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi kebutuhan para nasabah, pelayanan yang dimaksud adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan jasa selama nasabah tersebut berada ditempat. Kualitas layanan diuji pada setiap pelaksanaan jasa pelayanan yang diberikan, komplek dan keluhan saling berhubungan terhadap tingkat kualitas layanan, dapat diartikan jika pelayanan jasa membosankan, petugas bank tidak dapat menjawab pertanyaan sederhana dengan cepat dan tepat, atau nasabah menunggu terlalu lama, maka nasabah akan berpikir da kali untuk melakukan bisnis dengan lembaga atau perusahaan tersebut.¹⁰

Kecamatan Sukaraja merupakan salah satu daerah di Provinsi Bengkulu yang berpenduduk mayoritas beragama Islam. Hal ini dapat dilihat dari segi kultur adat dan budaya masyarakat Kec. Sukaraja yang cenderung mengikuti syari'at Islam. Ada kalanya adat budaya masyarakat ini diungkapkan dengan

⁹Fandy Tjiptono, *Brand Manajemen & Strategy*, (Yogyakarta: Audi, 2005), h. 387.

¹⁰Philip Kotler dan G. Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h.

kata-kata “*hombardo adat dohot ibadah*” yang berarti adat dengan ibadah (agama) berdampingan. Logika di balik semua itu adalah, ada potensi yang besar untuk mengembangkan bisnis yang berkonsepkan syariah Islam terutama perbankan syariah. Bank Muamalat Harkat Sukaraja berdiri sejak tahun 1994 dan beroperasi sejak tahun 1996.

Bank Muamalat Harkat Sukaraja merupakan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Pertama di Provinsi Bengkulu. Dengan berdirinya Bank Muamalat Harkat Sukaraja akan memberikan kemudahan pelayanan jasa perbankan terutama bagi pengusaha atau pedagang golongan ekonomi lemah sehingga akan mampu menggali potensi, meningkatkan produktivitas, meningkatkan keuntungan serta mengembangkan perekonomian di Kec. Sukaraja. Pada dasarnya aktivitas Bank Muamalat Harkat terletak pada konsep dasar operasionalnya yang berlandaskan pada ketentuan-ketentuan islam.

Peningkatan kualitas layanan yang dilakukan oleh pihak BPRS kepada masyarakat dilakukan seperti pemanfaatan akses teknologi informasi yang dapat memudahkan masyarakat dalam bertransaksi ataupun mengakses hal-hal yang berkaitan dengan produk seperti selalu tersedianya brosur BPRS, kemudahan dalam fasilitas lain seperti menyediakan jasa lainnya yaitu transfer ke semua bank tujuan, pembayaran rekening listrik, pembayaran rekening telepon, pembayaran air PDAM, pembayaran *speedy* instan, pembayaran tv berlangganan, pembayaran angsuran kredit motor dan lain sebagainya.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu, mengidentifikasi adanya research gap dari pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah yakni sebagai berikut:

Tabel 1.1
Research Gap Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Pengaruh	Hasil Penelitian	Peneliti
Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah	1. Riswandhi Ismail 2. Fitria Madona 3. Muhammad Zackiy 4. Nina Indah Febriana
	Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah	1. Hendri Wijaya

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber

Berdasarkan keterangan tabel 1.1 diatas, maka dapat dilihat dan diketahui bahwa tabel diatas meunjukkan pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah yang diteliti oleh Riswandhi Ismail, Fitria Madona, Muhammad Zackiy, dan Nina Indah Febriana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Tetapi hal ini bertentangan atau berbanding terbalik dengan penelitian Hendri Wijaya tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah yang menunjukkan bahwa hanya dimensi *price*, *service porfolio*, *reliability*, dan *tangibe* yang berpengaruh positif sedangkan dimensi lainnya tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari fenomena diatas, dapat dilihat dan diketahui bahwa fenomena diatas menunjukkan bahwa setiap kejadian empiris tidak selalu sesuai dan sama dengan teori yang ada. Dengan demikian BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma harus memberikan layanan yang terbaikedan lebih baik lagi agar nasabah merasa aman dan nyaman. Ditambah dengan keterangan yang didapat melalui wawancara dengan salah satu karyawan BPRS Muamalat Sukaraja Kabupaten Seluma yang mana beliau menjelaskan bahwa “...terdapat beberapa faktor yang berjalan dengan baik dan ada juga beberapa faktor yang belum berjalan secara maksimal di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma...”, sehingga hal tersebut bisa menjadi pengaruh yang kurang baik bagi pihak BPRS.¹¹

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penulis merasa tertarik untuk membahas dan meneliti hal diatas dengan judul **“Pengaruh Peningkatan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Kantor Pusat Bank Muamalat Harkat / Bank Pembiayaan Rakyat Syari’ah Sukaraja Kabupaten Seluma”**.

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini bertujuan untuk membatasi masalah pada pokok permasalahan penelitian saja, sehingga masalah-masalah dalam penelitian ini dapat dipahami dan dimengerti dengan mudah dan baik. Ruang lingkup dalam penelitian ini hanya dibatasi berdasarkan batasan yang akan diteliti yang mencakup variabel kualitas layanan BPRS Muamalat

¹¹Fendy Eko, Kasi Pendanaan, Observasi Awal Pada Tanggal 23 September 2019 Pukul 14.30 WIB.

Harkat Sukaraja dan produk tabungan yang ada di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja saja. Adapun variabel yang akan dibahas penulis dalam penelitian ini adalah kualitas layanan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja dan produk tabungan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah tabungan muamalat umum di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah peningkatan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Tabungan Muamalat di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja?
2. Seberapa besar pengaruh peningkatan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Muamalat di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh peningkatan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Muamalat di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh peningkatan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Muamalat di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini, yaitu:

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.

2. Kegunaan Praktis

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

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang memiliki kesamaan seperti judul penelitian penulis. Namun, penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis.

Pertama, Ade Irma Kurnia NST penelitian ini tentang *Analisis Pengembangan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kab. Mandailing Natal)*. Penelitian dilakukan untuk mengetahui perkembangan dan faktor apa saja yang ada dalam pengembangan perbankan syariah di kota Panyabungan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan, terdapat pengaruh antara jasa perbankan, terdapat pengaruh secara sendiri dan bersama-sama yang positif

dan signifikan antara kualitas layanan dan jasa perbankan dengan pengembangan perbankan pada Bank Syariah Mandiri Kab. Mandailing Natal. Perkembangan perbankan syariah di Kota Panyabungan cenderung mengalami fluktuatif, dimana peningkatan terbesar terjadi pada tahun 2013. Hal ini serupa juga terjadi pada Bank Syariah Mandiri KCP. Panyabungan. Tahun 2013 juga dianggap sebagai tahun emas bagi perbankan syariah di Kota Panyabungan.¹² Adapun perbedaan dan persamaan antara penelitian Ade Irma Kurnia dan penelitian yang saya lakukan, yaitu perbedaannya terletak pada variabel dan tempat penelitian, adapun persamaan penelitian ini terletak pada variabel kualitas layanan yang sama-sama diteliti dan dijelaskan dalam penelitian.

Kedua, Putri Dwi Cahyani penelitian ini tentang *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta*. Penelitian dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah, kriteria terpenting yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dan menganalisis tingkat kepuasan nasabah di masing-masing bank Islam di Yogyakarta dengan adaptasi model *Carter*. Kesimpulan dari penelitian ini mengenai kepuasan nasabah tentang kualitas layanan di bank syariah telah diatas moderat (cukup tinggi), faktor yang memberikan efek besar bagi kepuasan nasabah di perbankan syariah adalah faktor *responsiveness*, *compliance*, dan *empathy*. Persamaan penelitian Putri Dwi Cahyani dan penelitian saya adalah sama-sama membahas tentang

¹² Ade Irma Kurniati, *Analisis Pengembangan Bank Syariah Mandiri Kab. Mandailing Natal...*, h. 5

kualitas layanan dan kepuasan nasabah, letak perbedaannya yaitu terletak pada judul pembahasan, variabel yang bersangkutan dan lembaga keuangan yang berbeda.¹³

Ketiga, Ach Zuhri dan Rudy Haryanto penelitian ini tentang *Dimensi Carter Dalam Peningkatan Kualitas Layanan BPRS Bhakti Sumekar Sumenep*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kualitas layanan suatu bank, maka dapat menggunakan suatu analisis pada suatu dimensi yang salah satunya adalah dimensi *Carter* sebagai bentuk modifikasi dari *Servqual* agar sesuai digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan bank syariah. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, informan adalah karyawan dan nasabah BPRS Bhakti Sumekar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, semua aspek dari dimensi carter telah dijalankan dan diperhatikan dengan baik, namun pada dimensi *Tangibles* ada beberapa fasilitas yang masih belum memadai. Kedua, strategi yang digunakan BPRS yaitu inovasi sudah bagus.¹⁴ Adapun perbedaan dan persamaan yang terdapat didalam penelitian Zuhri dan Rudi dan penelitian yang saya lakukan, perbedaannya terletak pada dimensi atau jenis penelitian yang dilakukan, dalam penelitian Zuhri dan Rudi mereka menggunakan dimensi *Carter* sebagai modifikasi dari *Servqual*, sedangkan saya menggunakan jenis penelitian *Eksplosatori* yaitu bertujuan untuk

¹³Putri Dwi Cahyani, “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta”, *Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, Volume 6 (2), P-ISSN: 2087-2038; E-ISSN:2461-1182 (Oktober 2016), h. 151.

¹⁴Ach Zuhri dan Rudy Haryanto, “Dimensi Carter Dalam Peningkatan Kualitas Layanan BPRS Bhakti Sumekar Sumenep”, *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 3 No. 1 (Juni 2016), h. 114.

menjelaskan dan meneliti hubungan antara satu variabel yang mempengaruhi variabel lain. Persamaan yang diteliti yaitu sama-sama meneliti variabel yang sama dan tingkat lembaga yang sama yaitu kualitas layanan yang sama-sama diteliti pada BPRS di kota masing-masing.

Keempat, Gloria K.Q Agyapong penelitian ini tentang “*The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry-A Case of Vodafone (Ghana)*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dalam utilitas industri (telekomunikasi) di Ghana. Studi ini mengadaptasi model *SERVQUAL* sebagai kerangka kerja utama untuk menganalisis kualitas layanan. Analisis linier digunakan untuk menguji hubungan antara variabel kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua item kualitas layanan adalah prediktor yang baik untuk kepuasan pelanggan. Adapun perbedaan dan persamaan dari jurnal Gloria K.Q Agyapong dengan peneliti, yaitu perbedaannya terletak pada lokasi dimana Gloria berlokasi di Ghana sedangkan peneliti berlokasi di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja, perbedaan variabel Gloria (kualitas layanan, kepuasan pelanggan, utilitas, merek) dan kerangka kerja (model *SERVQUAL*) yang digunakan. Persamaannya terletak pada aspek variabel kualitas layanan dan juga kepuasan nasabah yang mana Gloria dan peneliti juga sama-sama menggunakan variabel kualitas layanan dan kepuasan nasabah.

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

Bab ini memuat kajian pustaka dan gambaran umum tempat penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan paradigma atau pendekatan atau metode yang dipergunakan dalam penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan analisa yang telah dilakukan dalam penelitian.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori

1. Pengertian Peningkatan

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) arti dari kata peningkatan adalah proses, cara, perbuatan meningkatkan (usaha, kegiatan, dan sebagainya). Jadi peningkatan adalah lapisan dari sesuatu yang kemudian membentuk susunan, yang artinya peningkatan berarti kemajuan, penambahan keterampilan, dan kemampuan agar menjadi lebih baik.¹⁵

Sedangkan arti peningkatan yang dimaksudkan dalam judul penelitian ini adalah usaha untuk membuat kualitas layanan menjadi lebih baik lagi dari pada sebelumnya. Cara peningkatan kualitas layanan tersebut dilakukan dengan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian, yang dimaksud dalam hal ini meliputi respon yang cepat, keramahan karyawan, biaya layanan yang murah, memberikan solusi yang tepat, serta dapat menjawab pertanyaan dari nasabah secara cepat dan tepat sehingga tidak merasakan kebosanan.

2. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan

¹⁵ Dodik Fredo Nurdiyanto, *Usaha Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Fuzzy Dan Metode Service Quality Pada Pusat perbelanjaan Assalaam Hypermarket*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2008), h. 1.

pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan didefinisikan sebagai kapasitas baru atau banyak kualitas yang dapat diselesaikan sekarang dan lagi membutuhkan atau menginginkan konsumen manapun untuk mendapatkan cara yang lebih baik bila dibandingkan dengan persaingan. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kerja atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka nasabah akan merasa puas. Sedangkan nasabah menurut Undang-undang No 10 Tahun 1998 tentang pokok perbankan pasal 1, mendefinisikan bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank.

Adapun beberapa pendapat yang dikemukakan oleh para ahli.

Menurut Fornell:

Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.¹⁶

Menurut Tse & Wilton:

Respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengonsumsi produk bersangkutan, evaluasi purnabeli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk.¹⁷

¹⁶Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 192.

¹⁷Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2008), h. 179.

Pengertian nasabah dalam perbankan umum yaitu ada dua, yaitu: pertama, nasabah penyimpan artinya nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan. Kedua, nasabah debitur artinya nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.¹⁸

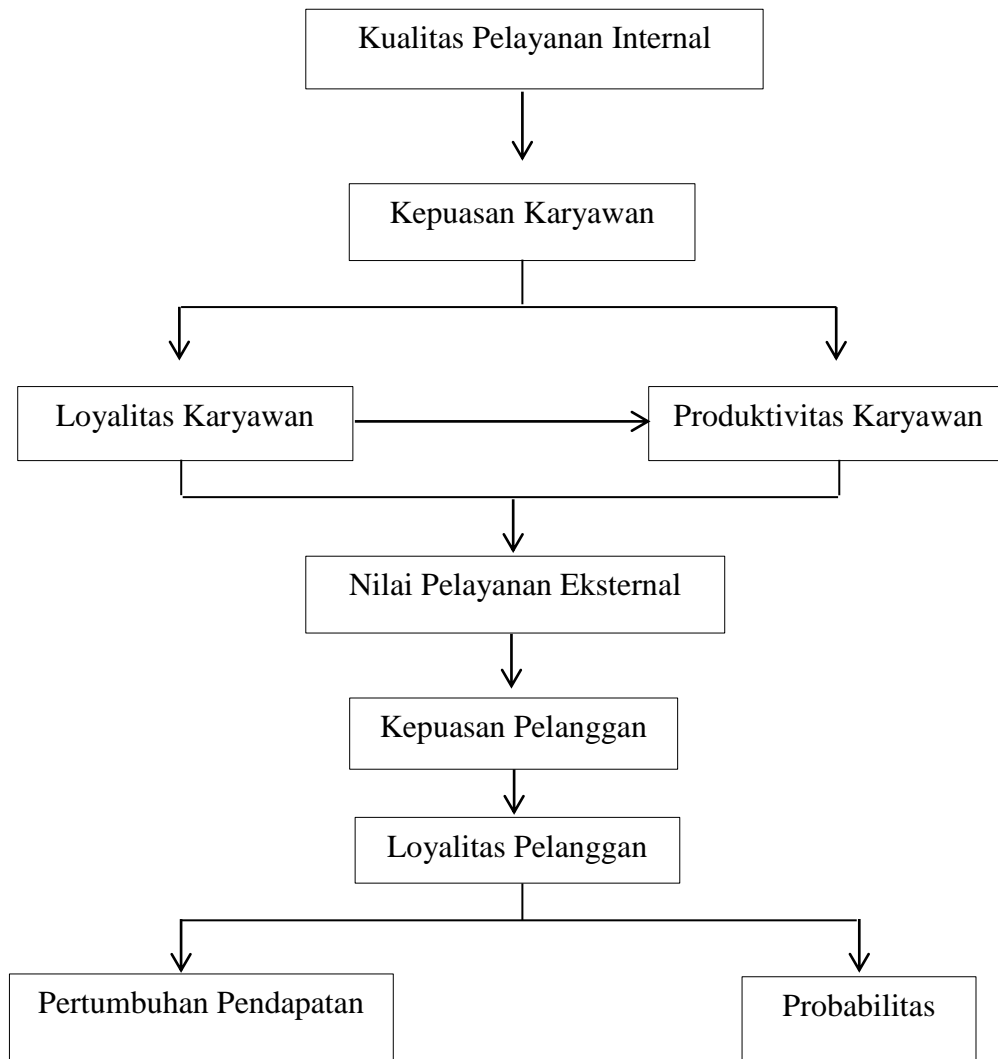
Pelanggan dapat di artikan sebagai setiap orang, unit atau pihak dengan siapa kita bertransaksi, baik langsung maupun tidak langsung dalam penyediaan produk. Adapun jenis-jenis pelanggan yang perlu kita ketahui:

- 1) Pelanggan internal adalah orang-orang di dalam organisasi yang pelayanannya tergantung pada anda dan hanya memiliki sedikit pilihan atau tidak memiliki pilihan sama sekali untuk menerima pelayanan dari anda.
- 2) Pelanggan eksternal adalah orang-orang di luar organisasi atau perusahaan yang pelayanannya tergantung pada anda dan berbisnis dengan anda karena pilihan mereka sendiri. Pelanggan eksternal setiap industri jelas adalah masyarakat umum yang menerima produk industri tersebut.¹⁹

Dibawah ini merupakan skema atau gambar penjelasan tentang keterkaitan antara pelayanan internal dan eksternal:

¹⁸Hendri Wijaya, "Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ Di Jakarta", *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, Vol. 3 No. 3, (September 2017), h. 419.

¹⁹Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 23..



Gambar 2.1
Keterkaitan Pelayanan Internal dan Eksternal²⁰

Berdasarkan keterangan dari gambar 2.1 di atas, maka dapat kita lihat bahwa keterkaitan antara pelayanan internal dan eksternal berujung pada tingkat pertumbuhan pendapatan dan probabilitas dari suatu perusahaan. Adapun “...mengenai hal ini, Paurav berpendapat bahwa menurutnya kepuasan pelanggan adalah reaksi psikologis untuk

²⁰Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*,.....h. 24.

kinerja produk dan hasil dari harapan pelanggan...”.²¹ Tingkat kepuasan konsumen dijelaskan oleh berbagai atribut dan kinerja produk, jika pelanggan puas dari produk atau layanan, tingkat kepuasannya mengarah ke loyalitas merek dan sikap positif produk. Hasilnya datang dari pelanggan sebagai pengulangan dari perilaku pembeliannya. Studi yang lebih terperinci yang mengatakan bahwa layanan pelanggan dianggap sebagai penyimpanan terbesar dalam kepuasan pelanggan dan lebih penting jika dibandingkan dengan layanannya yang sangat baik. Ada dua konsep yang dipertimbangkan untuk kepuasan pelanggan, yaitu khusus transaksi dan kumulatif.

Perusahaan harus memandang pelanggan sebagai aset finansial yang perlu dikelola dan dimaksimalkan seperti aset-aset lainnya “...mengenai hal ini, Tom Peters berpendapat bahwa ia melihat pelanggan sebagai *appreciating asset* yaitu aset yang nilainya terus bertambah...”²² yang mana mereka adalah aset perusahaan yang paling penting meskipun nilai mereka tidak akan pernah dapat kita temukan dalam pembukuan perusahaan.

Kebanyakan perusahaan memberikan lebih banyak perhatian kepada *market share*nya ketimbang tingkat kepuasan para pelanggannya. Ini adalah sebuah kesalahan, memperhatikan *market share* sama seperti melihat metrik dari arah belakang, sedangkan kepuasan pelanggan adalah metrik yang dilihat dari depan. Jika

²¹Philip Kotler, *Marketing Insights From A To Z*, (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 44.

²²Philip Kotler, *Marketing Insights From A To Z*,.....h. 45.

kepuasan pelanggan mulai meleset, erosi dalam *market share* pasti akan segera terjadi. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggannya, makin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, makin besar kemungkinan pelanggan tetap setia pada kita. Berikut adalah empat fakta:

- 1) Mendapatkan pelanggan baru akan menghabiskan biaya 5 sampai 10 lebih banyak daripada biaya yang dikeluarkan untuk memuaskan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.
- 2) Rata-rata perusahaan kehilangan 10 sampai 30 persen dari pelanggannya setiap tahun.
- 3) Pengurangan sebesar 5 persen dalam tingkat kesalahan yang dilakukan pada pelanggan akan meningkatkan pendapatan sebesar 25 sampai 85 persen, tergantung pada industri di mana perusahaan ini berada.
- 4) Tingkat pendapatan dari pelanggan cenderung meningkat bilamana pelanggan itu tetap dipertahankan oleh perusahaan.²³

“...mengenai hal ini, Zeithamal dan Bitner berpendapat bahwa faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa...”²⁴ Apabila ditinjau lebih lanjut, pencapaian kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan:

²³Philip Kotler, *Marketing Insights From A To Z*,.....h. 49.

²⁴Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*,h. 192.

- 1) Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
- 2) Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi didalam perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk didalamnya adalah memperbaiki cara berpikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada.
- 3) Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan dengan membentuk sistem saran dan kritik.
- 4) Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive*, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran. Perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan (*accountable*). Perusahaan menghubungi pelanggan dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan pelayanannya (*proactive*). Perusahaan melakukan pendekatan dimana perusahaan membangun kedekatan dengan pelanggan yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan di pasar.²⁵

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya, apabila pelanggan merasa puas maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama dan begitu sebaliknya. Pelanggan

²⁵Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*,h. 193.

yang puas juga cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain, tetapi tidak demikian dengan pelanggan yang tidak puas. Hal tersebut harus bisa diantisipasi oleh perusahaan, karena seorang pelanggan yang tidak puas dapat merusak citra perusahaan. Perusahaan harus memiliki cara meminimalkan jumlah pelanggan yang tidak puas setelah proses pembelian terjadi.

Pelanggan memang sudah seharusnya dipuaskan, sebab jika mereka tidak puas, maka mereka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing, hal ini dapat menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk yaitu bisa berarti barang atau jasa “...mengenai hal ini, Montgomery mengatakan bahwa *quality is the extent to which products meet the requirements of people who use them...*”.²⁶

Jadi, suatu produk dikatakan bermutu bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Dia membedakan mutu produk menjadi dua yaitu mutu desain dan mutu kecocokan (*quality of design and quality of conformance*).²⁷ Dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan kita harus bisa memperhatikan dan sebisa mungkin menerapkan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Mengedepankan sikap mengutamakan pelanggan.

²⁶J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1997), h. 2.

²⁷ J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*,...h. 3.

- 2) Mengembangkan budaya mengutamakan pelanggan.
- 3) Membentuk kemitraan.
- 4) Menangani perubahan secara efektif.²⁸

Secara garis besar, riset-riset kepuasan pelanggan didasarkan pada tiga teori utama:

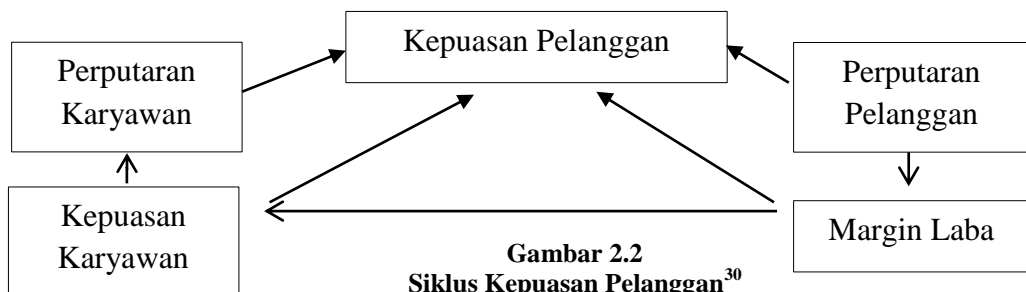
- 1) *Contrast theory*, teori ini berasumsi bahwa konsumen akan membandingkan kinerja produk aktual dengan ekspektasi pra-pembelian. Apabila kinerja aktual lebih besar atau sama dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Sebaliknya, jika kinerja aktual lebih rendah dibandingkan ekspektasi, maka konsumen akan tidak puas.
- 2) *Assimilation theory*, teori ini menyatakan bahwa evaluasi purnabeli merupakan fungsi positif dari ekspektasi konsumen pra-pembelian. Karena proses diskonfirmasi secara psikologi tidak enak dilakukan, konsumen cenderung secara perseptual mendistorsi perbedaan antara ekspektasi dan kinerjanya ke arah ekspektasi awal. Dengan kata lain, penyimpangan dari ekspektasinya cenderung akan diterima oleh konsumen bersangkutan.
- 3) *Assiamilation-contrast theory*, teori ini berpegangan bahwa terjadinya efek asimilasi atau efek kontras merupakan fungsi dari tingkat kesenjangan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja aktual. Apabila kesenjangannya besar, konsumen akan

²⁸Andy Bruce dan Ken Langdon, *Mengutamakan Pelanggan (Putting Customers First)*, (Jogjakarta: ZENITH Publisher, 2004), h. 85.

memperbesar gap tersebut, sehingga produk dipersepsikan jauh lebih bagus/buruk dibandingkan kenyataannya. Namun, jika kesenjangan tidak terlampau besar, *assimilation theory* yang berlaku.²⁹

Jadi, dapat disimpulkan kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga muncullah kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil yang diharapkan oleh konsumen ataupun nasabah. Pengukuran kepuasan nasabah perlu dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan untuk mengetahui pendapat tentang kinerja perusahaan menurut sudut pandang pelanggan sehingga perusahaan dapat meningkatkan kualitas perusahaannya.

Siklus kepuasan pelanggan atau konsumen dapat dilihat sebagaimana ilustrasi dalam gambar dibawah ini:



²⁹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality, & Satisfaction Edisi 3*, (Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET, 2011), h. 298.

³⁰ Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*,h. 175.

Berdasarkan keterangan gambar 2.2 diatas, maka keberhasilan suatu perusahaan dapat ditinjau dari kepuasan nasabah, kepuasan karyawan, dan profitabilitas organisasi.

b. Indikator Kepuasan Nasabah

Adapun indikator kepuasan nasabah³¹, yaitu:

1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Service*)

Indikator yang menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap penyedia jasa pelayanan secara keseluruhan.

2) Konfirmasi Harapan (*Confirmation Of Expectation*)

Indikator yang menunjukkan keesuaian produk atau jasa yang ditawarkan dengan pengharapan pelanggan sebagaimana dipersepsikan oleh pelanggan.

3) Kesiediaan Untuk Merekomendasikan (*Willingness To Recommed*)

Indikator yang menunjukkan kesiediaan pelanggan untuk mempromosikan atau merekomendasikan kepada orang lain berdasarkan pengalaman nasabah.

4) Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatfaction*)

Indikator yang menunjukkan hubungan selama menjalin hubungan dengan perusahaan, antara puas dan tidak puas terhadap perusahaan tersebut.

5) Dimensi Kepuasan Pelanggan

³¹Fitri Madona, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*, UIN Raden Fatah Palembang, 2017, h. 43

Indikator yang pelanggan gunakan untuk menilai dari produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item seperti kecepatan pelayanan, fasilitas layanan, dan keramahan staf atau karyawan layanan pelanggan.

6) Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)

Indikator ini berhubungan dengan pengalaman yang dirasakan terhadap pelayanan yang diberikan serta minat untuk menggunakan jasa bank kembali.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Lupiyoadi terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan atau suatu lembaga baik dalam bidang keuangan perbankan atau non perbankan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:

1) Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.

2) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa, pelanggan akan

merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas produk, tetapi dari nilai sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merk tertentu.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama atau baik tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5) Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya.

Konsumen yang puas kan setia lebih lama, dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.³²

3. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Pengertian kualitas dalam hal ini terdapat beberapa pendapat menurut para ahli.

Menurut Jack Welch dari GE menyimpulkan:

Kualitas adalah garansi terbaik yang kita miliki atas dukungan dari para pelanggan, pertahanan kita yang terkuat dari persaingan asing, dan jalan satu-satunya menuju pertumbuhan dan pendapatan yang berkesinambungan, kualitas dalam jasa dan produk bukanlah apa yang anda masukkan ke dalamnya, tetapi apa yang diperoleh klien atau pelanggan anda.³³

Menurut ISO 9000 kualitas adalah:

Degree to which a set of inherent characteristics fulfils requirement (derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan), *need or expectation that is stated, generally implied or obligatory* (yaitu kebutuhan atau harapan yang dinyatakan, biasanya tersirat atau wajib).³⁴

Jadi, kualitas sebagaimana yang diinterpretasikan ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan, pelanggan yang menentukan dan menilai sampai sejauh mana sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

³²Muhammad Zakiy, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1, (Januari-Juni, 2017), h. 29.

³³Philip Kotler, *Marketing Insights From A To Z*,.....h. 166.

³⁴Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*,h. 175.

Menurut Garvin, setidaknya ada lima perspektif kualitas yang dikembangkan saat ini, yaitu:

- 1) *Transcendental approach*, yaitu kualitas dipandang sebagai *innate excellence* yaitu sesuatu yang secara intuitif bisa dipahami namun nyaris tidak mungkin dikomunikasikan.
- 2) *Product-based approach*, yaitu kualitas merupakan karakteristik, komponen atau atribut obyektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur.
- 3) *User-based approach*, yaitu kualitas bergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.
- 4) *Manufacturing-based approach*, yaitu kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan.
- 5) *Value-based approach*, yaitu memandang kualitas dari aspek nilai (*value*) dan harga (*price*).³⁵

Menurut Sviokla, selain dari segi biaya, kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri atas aspek-aspek sebagai berikut:

- 1) Kinerja (*performance*). Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu.
- 2) Keragaman Produk (*features*). Keragaman produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu dalam hal ini adalah

³⁵Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*,....h.78

konsumen yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk atau jasa.

- 3) Keandalan (*reliability*). Dimensi ini berkaitan dengan kemungkinan suatu produk mengalami kegagalan fungsi pada suatu periode.
- 4) Kesesuaian (*conformance*). Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian.
- 5) Ketahanan atau Daya Tahan (*durability*). Yaitu sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas.
- 6) Kemampuan Pelayanan (*serviceability*). Dimensi ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya memerhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum produk disimpan, penjadwalan pelayanan, proses komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan akan kerusakan produk, dan lain sebagainya.
- 7) Estetika (*aesthetics*). Dimensi ini adalah dimensi pengukuran yang paling subjektif, estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana penampilan luar suatu produk, rasa, maupun baunya.
- 8) Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*). Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk atau jasa, namun umumnya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung. Misalnya, melalui merek, nama, dan negara produsen.³⁶

³⁶Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*,h. 179.

Layanan umum yang dilakukan oleh siapapun, bentuknya tidak terlepas dari tiga macam bentuk³⁷, yaitu:

- 1) Layanan dengan bentuk lisan, yaitu bentuk layanan yang dilakukan oleh petugas atau karyawan di bidang hubungan masyarakat, bidang layanan informasi dan bidang lainnya yang bertugas memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.
- 2) Layanan melalui bentuk tulisan, yaitu layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugasnya, tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi peranannya, pada dasarnya layanan melalui tulisan cukup efisien terutama bagi layanan jarak jauh karena faktor biaya. Agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, satu hal yang harus diperhatikan ialah faktor kecepatan, baik dalam pengolahan masalah maupun dalam proses penyelesaiannya (pengetikan, penandatanganan dan pengiriman kepada yang bersangkutan).
- 3) Layanan dalam bentuk perbuatan, pada umumnya layanan dalam bentuk perbuatan 70 - 80% dilakukan oleh petugas-petugas tingkat menengah dan bawah, karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan terhadap hasil perbuatan atau pekerjaan. Dalam kenyataannya sehari-hari jenis layanan ini

³⁷Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), h. 190-195.

memang tidak terhindar dan tidak lepas dari layanan lisan, jadi antara layanan perbuatan dan layanan lisan saling bergabung.

Agar layanan dapat memuaskan dan memenuhi harapan kepada orang atau sekelompok orang yang dilayani, maka si pelaku dalam hal ini petugas harus dapat memenuhi empat persyaratan pokok³⁸, yaitu:

- 1) Tingkah laku yang sopan.
- 2) Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.
- 3) Waktu menyampaikan yang tepat.
- 4) Keramahtamahan.

Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam layanan pelanggan dan membuat aliansi yang bernilai. Kualitas layanan menghasilkan penjualan besar dan pangsa pasar keseluruhan yang lebih baik. Dengan memberikan usaha kualitas layanan yang sangat baik dapat membebaskan nilai premium, peningkatan kualitas layanan yang baik akan menjadikan niat pembelian berkelanjutan bagi kalangan pelanggan dan dapat mengurangi niat negatif pelanggan. Pengalaman merupakan proses belajar bagi konsumen karena dari pengalaman konsumen memperoleh banyak informasi, proses belajar konsumen ini disebut *knowledge by acquaintance*, dimana informasi mengenai produk atau *directcontact* seperti konsumsi. Artinya produk dan konsumen berperan sebagai stimulus satu sama lain “...mengenai hal ini, Hoch dan

³⁸Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*,.....h. 197.

Deighton mengatakan bahwa ada tiga hal yang mempengaruhi proses pembelajaran ini yaitu familiaritas terhadap produk, motivasi, dan keraguan...”.³⁹ Parasuraman membangun lima pengukuran yaitu *Servqual* yang patut diuji yaitu jaminan, keandalan, berwujud, responsif, dan simpati terhadap kualitas administrasi tingkat.⁴⁰

Model kualitas layanan di perbankan yang sudah populer dan bahkan hingga kini banyak dijadikan acuan dan panutan dalam riset pemasaran adalah model *servqual* (*service quality*). Dalam hal ini terdapat sebutan model yaitu model *servqual*, adapun “...mengenai hal ini, Parasuraman mendefinisikan kualitas layanan sebagai penilaian atau sikap global yang berkenaan dengan superioritas suatu layanan sedangkan kepuasan nasabah adalah respon dari penilaian tersebut...”.⁴¹ Kualitas layanan harus dimulai dan diawali dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Semua pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa perbankan akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas layanan antara positif atau negatif.

Hal ini disebabkan karena layanan perbankan mempunyai karakteristik *variability*, sehingga kinerja yang dihasilkannya seringkali tidak konsisten. Untuk itu nasabah menggunakan isyarat intrinsik

³⁹Erna Ferrinadewi, *Merek & Psikologi Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 149.

⁴⁰Waqas Mehmood dan Owais Shafiq. “Dampak Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Citra Merek Terhadap Niat Pembelian”, *Universitas Islamia Bahawalpur, Punjab Pakistan: Jurnal Pemasaran dan Riset Konsumen*, ISSN 2422-8451 Vol. 15 (2015), h. 13.

⁴¹Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*,h. 183.

(*output* dari penyampaian jasa) dan isyarat ekstrinsik (unsur pelengkap jasa) sebagai acuan dalam mengevaluasi kualitas layanan yang ada.⁴²

b. Indikator Kualitas Layanan

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menjelaskan ada lima indikator kualitas layanan,⁴³ yaitu:

1) Berwujud (*tangible*)

Yaitu kemampuan perusahaan yang dalam hal ini agar mampu menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan, kemampuan sarana, dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya. Hal ini meliputi beberapa fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang dan lain-lain), serta termasuk perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta meliputi penampilan pegawainya yang juga dapat mempengaruhi pendapat atau persepsi dari nasabah atau konsumen yang berinteraksi di suatu perusahaan.

2) Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang berubah untuk dilakukan harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti dan meliputi ketepatan waktu serta layanan yang sama

⁴²Nina Indah Febriana, “Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”, *An-Nisbah*, Vol. 03 No. 01 (Oktober 2016), h. 149.

⁴³Rachmat Hidayat, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri”, *Jurusan Teknik Industri, Universitas Trunojoyo Madura, Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.11, No. 1 (Maret 2009) 59-72, h. 59.

untuk semua pelanggan tanpa membeda-bedakan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.

3) Ketanggapan (*responsiveness*)

Yaitu suatu dimensi kebijakan yang digunakan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat (*responsive*), tanggap, dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Dengan kita membiarkan konsumen menunggu, maka muncul persepsi yang negatif dalam kualitas layanan.

4) Jaminan dan kepastian (*assurance*)

Yaitu meliputi pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai atau karyawan perusahaan untuk menumbuhkan dan menyampaikan rasa percaya atau kepercayaan kepada para pelanggan atau konsumen perusahaan untuk percaya kepada perusahaan. Hal tersebut meliputi beberapa komponen yaitu antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*).

5) Empati (*empathy*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan ikhlas serta bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami dan berusaha memenuhi keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan atau lembaga baik

lembaga keuangan maupun nonkeuangan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Layanan

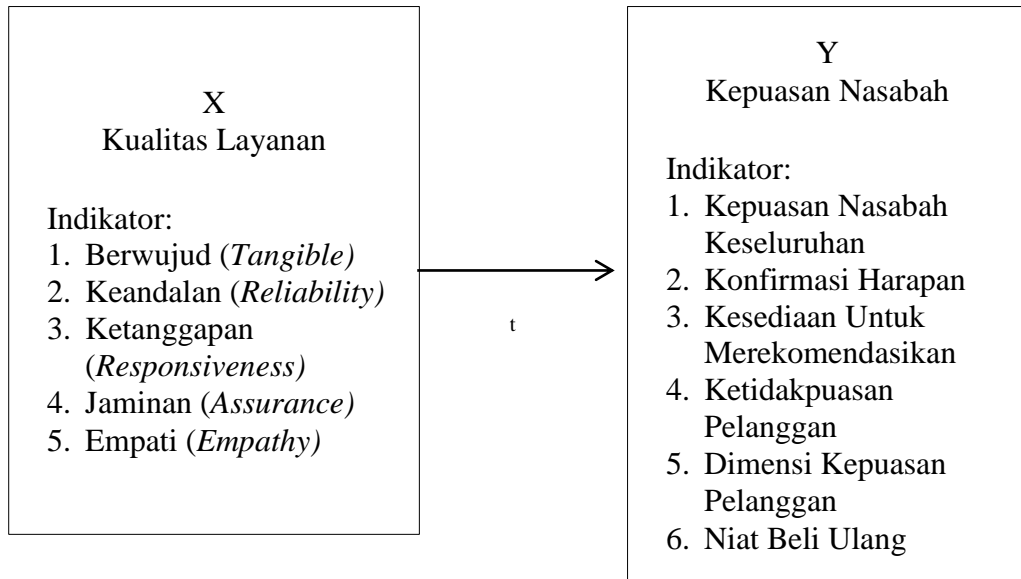
Konsep awal dari kualitas layanan timbul dari adanya kreativitas para pelaku bisnis yang pada akhirnya diikuti oleh organisasi nirlaba dan instansi pemerintah. Budaya ini dapat dijadikan acuan dan dijadikan gagasan untuk dapat meningkatkan kualitas layanan suatu lembaga dalam aspek kehidupan. Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas layanan, 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
- 9) Senang pada hal-hal yang etis dan wajar
- 10) Pandai menyenangkan orang lain

B. Kerangka Berpikir

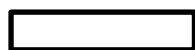
Kerangka berpikir yang dikemukakan dalam penelitian dalam penelitian

yang dilakukan ini yaitu untuk menjelaskan dan mengidentifikasi pengaruh peningkatan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di kantor pusat BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma, adapun gambaran dari kerangka berpikir tersebut adalah sebagai berikut:

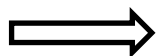


Gambar 2.3
Keterkaitan Hubungan Antara Variabel X dengan Y⁴⁴

Keterangan:



: Menunjukkan variabel X dan Y



: Menunjukkan adanya pengaruh variabel

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah penjelasan sementara tentang tingkah laku, gejala-gejala, atau kejadian tertentu yang telah terjadi atau yang akan terjadi.

Hipotesis juga merupakan pernyataan deklaratif mengenai hubungan antara

⁴⁴ Bungin, M. Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 75

dua variabel atau lebih, sebuah hipotesis bersifat tentative atau dugaan.⁴⁵

Hipotesis dalam penelitian ini adalah hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_a). Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_0 = Diduga kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

H_a = Diduga kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

⁴⁵ Juliansyah Noor, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*, (Jakarta: PT Grasindo, 2014), h. 9.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian *eksplanatori*. Yaitu penelitian yang bertujuan untuk mencari dan menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis. Menurut Umar penelitian *eksplanatori* yaitu bertujuan untuk menganalisis hubungan atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.⁴⁶ Jadi, maksud dari penelitian yang akan dilakukan yaitu untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan bagaimana peningkatan kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah di kantor pusat BPRS Muamalat Harkat Sukaraja dengan menggunakan penelitian *eksplanatori*.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan penulis adalah pendekatan kuantitatif. Dalam pendekatan kuantitatif bertujuan untuk memberikan penjelasan hubungan kausalitas antar variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian kuantitatif (*Quantitative Research*) merupakan temuan-temuan penelitian yang mungkin dinyatakan dengan angka. Temuan-temuan itu kemudian dapat dikenakan pengolahan matematis atau statistik.⁴⁷

⁴⁶ Kutu Kuliah, *Pengertian Penelitian Eksplanatori*, dikutip dari <https://kutukuliah.blogspot.com/2013/05/pengertian-penelitian-eksplanatori.html?m=1>, pada hari Senin, tanggal 22 Juli 2019, Pukul 12.44 WIB

⁴⁷Norman A Hart, *Kamus Marketing*, (Jakarta: BUMI AKSARA, 1995), h. 170.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Maret 2019 sampai dengan selesai tanggal 28 Januari tahun 2020.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja yang beralamatkan di Jln. Raya Bengkulu Seluma Km. 32 Kec. Sukaraja Kab. Seluma Bengkulu 38557. Lokasi ini diambil karena penulis ingin mengetahui pengaruh peningkatan kualitas layanan dan kepuasan nasabah yang dilakukan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja tersebut.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi berasal dari kata *population* yang berarti jumlah penduduk. Populasi juga dapat diartikan sebagai 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 akan peneliti jadikan populasi adalah nasabah BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma yang mana jenis produk atau nasabah yang akan diteliti berasal dari nasabah Tabungan Muamalat atau yang biasa dikenal juga sebagai Tabungan Umum yaitu dipilih pada tahun 2019. Dalam penelitian ini nasabah yang di ambil berjumlah 4.757 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*⁴⁸. Dimana penelitian ini adalah teknik memilih siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai untuk dijadikan sampel. Untuk menentukan sampel (*sample size*) minimal, digunakan rumus *Slovin*⁴⁹ yaitu:

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

$$n = \frac{4757}{1 + 4757(0,1^2)}$$

$$n = \frac{4757}{1 + 4757 (0,01)}$$

$$n = \frac{4757}{1 + 47,57}$$

$$n = \frac{4757}{48,57}$$

$$n = 97,94$$

$$n = 98$$

Keterangan :

n = Besaran sampel

N = Besaran Populasi

E = Nilai kritis

Nilai kritis (batas ketelitian) peneliti diasumsi dengan 10% atau 0,1.

Jadi, sampel yang saya ambil sebanyak 98 orang.

⁴⁸ Fitri Madona, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*, UIN Raden Fatah Palembang, 2017, h. 43

⁴⁹ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), h. 137.

D. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan salah satu komponen penelitian, artinya tanpa data tidak akan ada penelitian. Data dalam penelitian harus valid atau benar karena jika tidak valid maka akan menghasilkan informasi dan kesimpulan yang keliru atau salah, oleh karena itu dibutuhkan teknik pengambilan data yang benar.⁵⁰

1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian yang diperoleh melalui kuesioner dan observasi. Data primer pertama diperoleh dari karyawan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja yaitu karyawan bagian kasi pendanaan yang mana beliau mengatakan bahwa ada kegiatan perbankan yang berjalan dengan baik dan ada juga kegiatan perbankan yang belum berjalan secara maksimal di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Kemudian data primer melalui objek penelitian diperoleh dari 98 nasabah tabungan Muamalat Umum di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Dengan demikian, data yang peneliti peroleh adalah data primer yang diperoleh itu dari sumber data primer yaitu sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari buku-buku, jurnal, skripsi, artikel, dan sebagainya untuk dijadikan bahan

⁵⁰Juliansyah Noor, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*.....h. 15.

pendukung dalam penelitian. Menurut Burhan Bungin data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan.⁵¹ Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, artikel dan website.

2. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara:

Pertama, saat ada nasabah tabungan muamalat umum datang untuk melakukan transaksi (menabung, konsultasi dan sebagainya) maka karyawan BPRS Muamalat Harkat yang meminta izin kepada nasabah tersebut dan memberi tahu bila ada mahasiswa yang ingin melakukan penelitian dan ingin menanyakan beberapa pertanyaan kepada nasabah tersebut, apabila nasabah tersebut mau maupun tidak mau untuk memberikan waktunya maka karyawan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja akan memberikan informasi kepada peneliti.

Kedua, apabila nasabah mau dan setuju untuk diajukan pertanyaan maka peneliti harus langsung menghampiri nasabah tersebut agar tidak banyak menghabiskan waktu nasabah dikarenakan takut mengganggu kesibukannya.

Ketiga, apabila peneliti ingin meneliti diluar kantor BPRS Muamlat Harkat Sukaraja maka peneliti harus meminta izin kepada pihak BPRS

⁵¹ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*,...h. 132

untuk ikut serta pergi bersama bagian kasi pendanaan atau karyawan yang bertugas untuk pergi ke sekolah-sekolah tempat nasabah tabungan yang menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

a. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap permasalahan atau gejala yang tampak pada objek penelitian. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian observasi langsung yaitu dengan cara mengumpulkan data secara langsung melalui pengamatan di lapangan terhadap aktivitas yang akan dilakukan untuk mendapatkan data tertulis yang dianggap relevan dan peneliti juga datang langsung ketempat penelitian. Bentuk observasi yang digunakan adalah bentuk observasi berstruktur, yaitu peneliti telah mengetahui aspek atau aktivitas apa yang akan diamati, yang relevan dengan masalah dan tujuan penelitian.

b. Kuesioner

Kuesioner berasal dari kata *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode ini merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis kemudian dikirim untuk diisi oleh responden, setelah itu dikirim kembali atau dikembalikan kepada kepetuhas atau peneliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *survey* dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diwujudkan dalam bentuk pertanyaan. Menurut Sugiyono kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan

cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

c. Kepustakaan

Kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang paling banyak kita temukan bahan data berupa buku-buku ataupun data lain yang dapat kita temukan untuk kepentingan penelitian, 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 menemukan apa yang diperlukan.

E. Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel

Variabel adalah sesuatu yang memiliki varian nilai. Untuk tujuan penelitian atau menganalisis data, maka variabel dibedakan berdasarkan sifatnya, yaitu: *pertama*, deskriptif dikotomi yaitu hanya mempunyai dua nilai yang mencerminkan ada atau tidak adanya suatu sifat. *Kedua*, kontinue yaitu variabel menggunakan nilai di dalam kisaran yang diberikan atau dalam beberapa kasus masalahnya.⁵²

a. Variabel Bebas (*Independent Variables*)

Variabel bebas (*independent*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya

⁵²Juliansyah Noor, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*,.....h. 4.

variabel *dependent* (terikat). Dalam penelitian ini, yang merupakan variabel bebas yaitu: Variabel X adalah kualitas layanan.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variables*)⁵³

Variabel *dependent* (terikat) dalam penelitian ini adalah variabel (Y) yaitu kepuasan nasabah di BPRS muamalat harkat sukaraja.

2. Definisi Operasional

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

a. Kualitas Layanan (X)

Kualitas layanan merupakan penilaian atau sikap global yang berkenaan dengan superioritas suatu layanan dan merupakan faktor penting dalam layanan pelanggan dan membuat aliansi yang bernilai, kualitas layanan dapat menghasilkan penjualan besar dan pangsa pasar keseluruhan yang lebih baik.⁵⁴

b. Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap

⁵³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2018), h.39-41.

⁵⁴ Waqas Mehmod dan Owais Shafiq, “Dampak Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Citra Merek Terhadap Niat Pembelian”, *Universitas Islamia Bahawalpur, Punjab Pakistan: Jurnal Pemasaran dan Riset Konsumen*, ISSN 2422-8451 Vol. 15 (2015), h. 177

kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil.⁵⁵

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Jenis instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner Langsung Tertutup

Kuesioner langsung tertutup adalah kuesioner yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera dalam kuesioner tersebut. Kuesioner dalam penelitian ini berbentuk *rating scale* dan menggunakan jenis pengukuran indeks skala *likert*, yang mana skala *likert* berisi pertanyaan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap pernyataan itu. Keunggulan indeks ini adalah kategorinya memiliki urutan yang jelas mulai dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (RG), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).⁵⁶

Tabel 3.1
Pertanyaan dan Butir Nilai

Pernyataan Alternatif Jawaban	Skor Butir Soal
Sangat Setuju	5
Setuju	4

⁵⁵ Muhammad Zakiy, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1, (Januari-Juni, 2017), h. 29.

⁵⁶ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi*,h. 110.

Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2. Dokumentasi

Penggunaan teknik dokumentasi ini digunakan dalam penelitian yaitu untuk mengumpulkan data baik data yang diperoleh langsung maupun tidak langsung dengan melihat dan mengamati data yang berkaitan dengan catatan-catatan, buku-buku, dan literatur. Data yang diperlukan dalam penelitian ini berhubungan dengan profil perusahaan dan data lainnya yang berhubungan dengan data yang diperlukan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai pelengkap isi penelitian yang dilakukan agar sesuai dan tidak ada kesenjangan.

G. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Validitas alat ukur adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dilakukan berkali-kali dan dimana-mana. Untuk mencapai tingkat validitas instrumen penelitian, maka alat ukur yang dipakai dalam instrumen juga harus memiliki tingkat validitas yang baik. Validitas adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya dapat diukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti, sehingga terdapat data yang valid. Perhitungan validitas yang dilakukan yaitu menggunakan komputer seri

program statistik SPSS 16.00 *version for windows*. Butir kuesioner yang sah atau valid apabila mempunyai harga atau nilai r hitung $> r$ tabel dengan taraf signifikan 5% dengan uji 1 sisi.⁵⁷

b. Uji Realibilitas

Reliabilitas alat ukur adalah kesesuaian alat ukur yang diukur, sehingga alat ukur itu dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik, demikian dikatakan Suharsimi. Uji reabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur (*instrument*) dapat memperlihatkan kemantapan, keajegan, atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan *instrument* tersebut dalam penelitian berikutnya dengan kondisi yang tetap. *Instrument* dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Perhitungan reliabilitas menggunakan rumus komputer seri program statistik SPSS 16.00 *version for windows*.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi ini digunakan untuk mengetahui dan menguji apakah nilai yang dihasilkan dari regresi telah terdistribusi secara normal atau tidak terdistribusi secara normal. Untuk mengetahui

⁵⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), h. 53.

populasi berdistribusi normal atau tidak normal, maka dalam populasi ini dapat menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, jika hasil pengujian yang telah dilakukan tersebut menghasilkan nilai yang lebih besar dari 0,50 maka dapat dikatakan data telah terdistribusi normal.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas bertujuan untuk mengetahui apakah variasi beberapa data dari populasi memiliki varians yang sama atau tidak. Seperti pada uji statistik lainnya, uji homogenitas digunakan sebagai bahan acuan untuk menentukan keputusan uji statistik berikutnya. Adapun menurut Joko Widiyanto, dasar atau pedoman pengambilan keputusan dalam uji homogenitas dalam uji statistik adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi atau Sig. < 0,05, maka dikatakan bahwa varians dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah tidak sama (tidak homogen).
- 2) Jika nilai signifikansi atau Sig. > 0,05, maka dikatakan bahwa varians dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah sama (homogen).

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisa Regresi Linear Sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*Independent*) dan satu variabel terikat (*Dependent*) yang ada dalam penelitian. Tujuan metode ini adalah untuk mengetahui atau

memprediksi besaran nilai variabel *dependent* (Y) dengan variabel *independent* (X). Adapun bentuk persamaanya yang dilakukan adalah sebagai berikut⁵⁸:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Dengan:

Y = variabel dependen (*Kepuasan Nasabah*)

X = variabel independen (*Kualitas Layanan*)

α = nilai konstanta

β = koefisien regresi variabel

e = variabel pengganggu (*Standart Error*)

b. Uji t-test

Uji t-test memiliki tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh satu variabel *independent* secara parsial terhadap variabel *dependent*.

Penerapan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

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

c. Uji F

Uji F adalah uji yang mengukur besarnya perbedaan varians antara kedua atau beberapa kelompok. Penerapan pengambilan keputusan dalam uji F ini adalah sebagai berikut:

Berdasarkan taraf Sig. dari output Anova, yaitu:

- 1) Jika $\text{Sig.} < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

⁵⁸ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), h. 225

- 2) Jika Sig. > 0.05, maka Ho diterima dan Ha ditolak

Berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan F tabel, yaitu:

- 1) Jika F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima
- 2) Jika F hitung < F tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Perhitungan koefisien determinasi dilakukan pada pengaruh antara (X) dan (Y). Dalam memberikan interpretasi secara sederhana terhadap angka indeks korelasi r pengaruh kualitas layanan (X) terhadapkepuasan nasabah (Y) pada umumnya sebagai berikut:

Tabel 3.2
Interprestasi Koefisien Determinasi

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

Sumber : Sugiono⁵⁹

BAB III

METODE PENELITIAN

⁵⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,..., h.184

H. Jenis dan Pendekatan Penelitian

3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian *eksplanatori*. Yaitu penelitian yang bertujuan untuk mencari dan menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis. Menurut Umar penelitian *eksplanatori* yaitu bertujuan untuk menganalisis hubungan atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya.⁶⁰ Jadi, maksud dari penelitian yang akan dilakukan yaitu untuk mengetahui, menganalisis, dan menjelaskan bagaimana peningkatan kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah di kantor pusat BPRS Muamalat Harkat Sukaraja dengan menggunakan penelitian *eksplanatori*.

4. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan penulis adalah pendekatan kuantitatif. Dalam pendekatan kuantitatif bertujuan untuk memberikan penjelasan hubungan kausalitas antar variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian kuantitatif (*Quantitative Research*) merupakan temuan-temuan penelitian yang mungkin dinyatakan dengan angka. Temuan-temuan itu kemudian dapat dikenakan pengolahan matematis atau statistik.⁶¹

I. Waktu dan Tempat Penelitian

3. Waktu penelitian

⁶⁰ Kutu Kuliah, *Pengertian Penelitian Eksplanatori*, dikutip dari <https://kutukuliah.blogspot.com/2013/05/pengertian-penelitian-eksplanatori.html?m=1>, pada hari Senin, tanggal 22 Juli 2019, Pukul 12.44 WIB

⁶¹Norman A Hart, *Kamus Marketing*, (Jakarta: BUMI AKSARA, 1995), h. 170.

Waktu penelitian ini dilaksanakan mulai dari bulan Maret 2019 sampai dengan selesai tanggal 28 Januari tahun 2020.

4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja yang beralamatkan di Jln. Raya Bengkulu Seluma Km. 32 Kec. Sukaraja Kab. Seluma Bengkulu 38557. Lokasi ini diambil karena penulis ingin mengetahui pengaruh peningkatan kualitas layanan dan kepuasan nasabah yang dilakukan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja tersebut.

J. Populasi dan Sampel

3. Populasi

Populasi berasal dari kata *population* yang berarti jumlah penduduk. Populasi juga dapat diartikan sebagai 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 akan peneliti jadikan populasi adalah nasabah BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma yang mana jenis produk atau nasabah yang akan diteliti berasal dari nasabah Tabungan Muamalat atau yang biasa dikenal juga sebagai Tabungan Umum yaitu dipilih pada tahun 2019. Dalam penelitian ini nasabah yang di ambil berjumlah 4.757 orang.

4. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan dalam penelitian. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *incidental sampling*⁶². Dimana penelitian ini adalah teknik memilih siapa saja yang kebetulan ada atau dijumpai untuk dijadikan sampel. Untuk menentukan sampel (*sample size*) minimal, digunakan rumus *Slovin*⁶³ yaitu:

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

$$n = \frac{4757}{1+4757(0,1^2)}$$

$$n = \frac{4757}{1+4757(0,01)}$$

$$n = \frac{4757}{1+47,57}$$

$$n = \frac{4757}{48,57}$$

$$n = 97,94$$

$$n = 98$$

Keterangan :

n = Besaran sampel

N = Besaran Populasi

E = Nilai kritis

Nilai kritis (batas ketelitian) peneliti diasumsi dengan 10% atau 0,1.

Jadi, sampel yang saya ambil sebanyak 98 orang.

K. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

⁶² Fitri Madona, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*, UIN Raden Fatah Palembang, 2017, h. 43

⁶³ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), h. 137.

Data merupakan salah satu komponen penelitian, artinya tanpa data tidak akan ada penelitian. Data dalam penelitian harus valid atau benar karena jika tidak valid maka akan menghasilkan informasi dan kesimpulan yang keliru atau salah, oleh karena itu dibutuhkan teknik pengambilan data yang benar.⁶⁴

3. Sumber Data

c. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian yang diperoleh melalui kuesioner dan observasi. Data primer pertama diperoleh dari karyawan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja yaitu karyawan bagian kasi pendanaan yang mana beliau mengatakan bahwa ada kegiatan perbankan yang berjalan dengan baik dan ada juga kegiatan perbankan yang belum berjalan secara maksimal di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Kemudian data primer melalui objek penelitian diperoleh dari 98 nasabah tabungan Muamalat Umum di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. Dengan demikian, data yang peneliti peroleh adalah data primer yang diperoleh itu dari sumber data primer yaitu sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan.

d. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari buku-buku, jurnal, skripsi, artikel, dan sebagainya untuk dijadikan bahan pendukung dalam penelitian. Menurut Burhan Bungin data sekunder

⁶⁴Juliansyah Noor, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*.....h. 15.

adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan.⁶⁵ Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, artikel dan website.

4. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara:

Pertama, saat ada nasabah tabungan muamalat umum datang untuk melakukan transaksi (menabung, konsultasi dan sebagainya) maka karyawan BPRS Muamalat Harkat yang meminta izin kepada nasabah tersebut dan memberi tahu bila ada mahasiswa yang ingin melakukan penelitian dan ingin menanyakan beberapa pertanyaan kepada nasabah tersebut, apabila nasabah tersebut mau maupun tidak mau untuk memberikan waktunya maka karyawan BPRS Muamalat Harkat Sukaraja akan memberikan informasi kepada peneliti.

Kedua, apabila nasabah mau dan setuju untuk diajukan pertanyaan maka peneliti harus langsung menghampiri nasabah tersebut agar tidak banyak menghabiskan waktu nasabah dikarenakan takut mengganggu kesibukannya.

Ketiga, apabila peneliti ingin meneliti diluar kantor BPRS Muamlat Harkat Sukaraja maka peneliti harus meminta izin kepada pihak BPRS untuk ikut serta pergi bersama bagian kasi pendanaan atau karyawan yang

⁶⁵ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*,...h. 132

bertugas untuk pergi ke sekolah-sekolah tempat nasabah tabungan yang menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

d. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap permasalahan atau gejala yang tampak pada objek penelitian. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian observasi langsung yaitu dengan cara mengumpulkan data secara langsung melalui pengamatan di lapangan terhadap aktivitas yang akan dilakukan untuk mendapatkan data tertulis yang dianggap relevan dan peneliti juga datang langsung ke tempat penelitian. Bentuk observasi yang digunakan adalah bentuk observasi berstruktur, yaitu peneliti telah mengetahui aspek atau aktivitas apa yang akan diamati, yang relevan dengan masalah dan tujuan penelitian.

e. Kuesioner

Kuesioner berasal dari kata *questionnaire* (daftar pertanyaan). Metode ini merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis kemudian dikirim untuk diisi oleh responden, setelah itu dikirim kembali atau dikembalikan kepada atau peneliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *survey* dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diwujudkan dalam bentuk pertanyaan. Menurut Sugiyono kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan

cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

f. Kepustakaan

Kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang paling banyak kita temukan bahan data berupa buku-buku ataupun data lain yang dapat kita temukan untuk kepentingan penelitian, 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 menemukan apa yang diperlukan.

L. Variabel dan Definisi Operasional

3. Variabel

Variabel adalah sesuatu yang memiliki varian nilai. Untuk tujuan penelitian atau menganalisis data, maka variabel dibedakan berdasarkan sifatnya, yaitu: *pertama*, deskriptif dikotomi yaitu hanya mempunyai dua nilai yang mencerminkan ada atau tidak adanya suatu sifat. *Kedua*, kontinue yaitu variabel menggunakan nilai di dalam kisaran yang diberikan atau dalam beberapa kasus masalahnya.⁶⁶

c. Variabel Bebas (*Independent Variables*)

Variabel bebas (*independent*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya

⁶⁶Juliansyah Noor, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*,.....h. 4.

variabel *dependent* (terikat). Dalam penelitian ini, yang merupakan variabel bebas yaitu: Variabel X adalah kualitas layanan.

d. Variabel Terikat (*Dependent Variables*)⁶⁷

Variabel *dependent* (terikat) dalam penelitian ini adalah variabel (Y) yaitu kepuasan nasabah di BPRS muamalat harkat sukaraja.

4. Definisi Operasional

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

c. Kualitas Layanan (X)

Kualitas layanan merupakan penilaian atau sikap global yang berkenaan dengan superioritas suatu layanan dan merupakan faktor penting dalam layanan pelanggan dan membuat aliansi yang bernilai, kualitas layanan dapat menghasilkan penjualan besar dan pangsa pasar keseluruhan yang lebih baik.⁶⁸

d. Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap

⁶⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2018), h.39-41.

⁶⁸ Waqas Mehmod dan Owais Shafiq, “Dampak Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Citra Merek Terhadap Niat Pembelian”, *Universitas Islamia Bahawalpur, Punjab Pakistan: Jurnal Pemasaran dan Riset Konsumen*, ISSN 2422-8451 Vol. 15 (2015), h. 177

kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil.⁶⁹

M. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Jenis instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3. Kuesioner Langsung Tertutup

Kuesioner langsung tertutup adalah kuesioner yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera dalam kuesioner tersebut. Kuesioner dalam penelitian ini berbentuk *rating scale* dan menggunakan jenis pengukuran indeks skala *likert*, yang mana skala *likert* berisi pertanyaan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap pernyataan itu. Keunggulan indeks ini adalah kategorinya memiliki urutan yang jelas mulai dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (RG), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).⁷⁰

Tabel 3.1
Pertanyaan dan Butir Nilai

Pernyataan Alternatif Jawaban	Skor Butir Soal
Sangat Setuju	5
Setuju	4

⁶⁹ Muhammad Zakiy, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1, (Januari-Juni, 2017), h. 29.

⁷⁰ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi*,h. 110.

Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

4. Dokumentasi

Penggunaan teknik dokumentasi ini digunakan dalam penelitian yaitu untuk mengumpulkan data baik data yang diperoleh langsung maupun tidak langsung dengan melihat dan mengamati data yang berkaitan dengan catatan-catatan, buku-buku, dan literatur. Data yang diperlukan dalam penelitian ini berhubungan dengan profil perusahaan dan data lainnya yang berhubungan dengan data yang diperlukan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai pelengkap isi penelitian yang dilakukan agar sesuai dan tidak ada kesenjangan.

N. Teknik Analisis Data

5. Pengujian Kualitas Data

c. Uji Validitas

Validitas alat ukur adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dilakukan berkali-kali dan dimana-mana. Untuk mencapai tingkat validitas instrumen penelitian, maka alat ukur yang dipakai dalam instrumen juga harus memiliki tingkat validitas yang baik. Validitas adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya dapat diukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti, sehingga terdapat data yang valid. Perhitungan validitas yang dilakukan yaitu menggunakan komputer seri

program statistik SPSS 16.00 *version for windows*. Butir kuesioner yang sah atau valid apabila mempunyai harga atau nilai r hitung $> r$ tabel dengan taraf signifikan 5% dengan uji 1 sisi.⁷¹

d. Uji Realibilitas

Reliabilitas alat ukur adalah kesesuaian alat ukur yang diukur, sehingga alat ukur itu dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik, demikian dikatakan Suharsimi. Uji reabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur (*instrument*) dapat memperlihatkan kemantapan, keajegan, atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan *instrument* tersebut dalam penelitian berikutnya dengan kondisi yang tetap. *Instrument* dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya dan sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya. Perhitungan reliabilitas menggunakan rumus komputer seri program statistik SPSS 16.00 *version for windows*.

6. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi ini digunakan untuk mengetahui dan menguji apakah nilai yang dihasilkan dari regresi telah terdistribusi secara normal atau tidak terdistribusi secara normal. Untuk mengetahui

⁷¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), h. 53.

populasi berdistribusi normal atau tidak normal, maka dalam populasi ini dapat menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, jika hasil pengujian yang telah dilakukan tersebut menghasilkan nilai yang lebih besar dari 0,50 maka dapat dikatakan data telah terdistribusi normal.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas bertujuan untuk mengetahui apakah variasi beberapa data dari populasi memiliki varians yang sama atau tidak. Seperti pada uji statistik lainnya, uji homogenitas digunakan sebagai bahan acuan untuk menentukan keputusan uji statistik berikutnya. Adapun menurut Joko Widiyanto, dasar atau pedoman pengambilan keputusan dalam uji homogenitas dalam uji statistik adalah sebagai berikut:

- 3) Jika nilai signifikansi atau Sig. < 0,05, maka dikatakan bahwa varians dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah tidak sama (tidak homogen).
- 4) Jika nilai signifikansi atau Sig. > 0,05, maka dikatakan bahwa varians dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah sama (homogen).

7. Pengujian Hipotesis

d. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisa Regresi Linear Sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*Independent*) dan satu variabel terikat (*Dependent*) yang ada dalam penelitian. Tujuan metode ini adalah untuk mengetahui atau

memprediksi besaran nilai variabel *dependent* (Y) dengan variabel *independent* (X). Adapun bentuk persamaanya yang dilakukan adalah sebagai berikut⁷²:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Dengan:

Y = variabel dependen (*Kepuasan Nasabah*)

X = variabel independen (*Kualitas Layanan*)

α = nilai konstanta

β = koefisien regresi variabel

e = variabel pengganggu (*Standart Error*)

e. Uji t-test

Uji t-test memiliki tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh satu variabel *independent* secara parsial terhadap variabel *dependent*.

Penerapan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 3) Sig > α (0,05) maka Ho diterima dan Ha ditolak
- 4) Sig < α (0,05) maka Ho ditolak dan Ha diterima

f. Uji F

Uji F adalah uji yang mengukur besarnya perbedaan varians antara kedua atau beberapa kelompok. Penerapan pengambilan keputusan dalam uji F ini adalah sebagai berikut:

Berdasarkan taraf Sig. dari output Anova, yaitu:

- 3) Jika Sig. < 0.05, maka Ho ditolak dan Ha diterima

⁷² Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), h. 225

- 4) Jika Sig. > 0.05, maka Ho diterima dan Ha ditolak

Berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan F tabel, yaitu:

- 3) Jika F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima
4) Jika F hitung < F tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak

8. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Perhitungan koefisien determinasi dilakukan pada pengaruh antara (X) dan (Y). Dalam memberikan interpretasi secara sederhana terhadap angka indeks korelasi r pengaruh kualitas layanan (X) terhadapkepuasan nasabah (Y) pada umumnya sebagai berikut:

Tabel 3.2
Interprestasi Koefisien Determinasi

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

Sumber : Sugiono⁷³

⁷³ 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 PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Muamalat Harkat

Proses pendirian Bank Muamalat Harkat sudah dimulai sejak tahun 1993, dimana tahun ini merupakan tahap awal pendirian Bank Syariah secara nasional. Beberapa BPR Syariah sudah berdiri di pulau Jawa dan Bank Muamalat Indonesia sebagai Bank Umum Syariah pertama sudah beroperasi tahun 1992. Modal dasar Bank Muamalat Harkat pada saat proses pendirian tahun 1993 ditetapkan sebesar Rp3 milyar dan modal yang disetor atau ditempatkan rencananya sebesar Rp600 juta dengan jumlah calon pemegang saham lebih dari 10 orang. Rencananya kantor BPRS Muamalat Harkat ini berada di pasar Panorama kota Bengkulu.⁷⁴

Proses pendirian Bank Muamalat Harkat memakan waktu lebih dari 3 tahun dan beberapa kali dilakukan perubahan terhadap akta pendirian, dilihat dari dokumen pada proses pendirian ternyata calon pemegang saham BPRS Muamalat Harkat ini profesinya pengusaha, baik pengusaha kecil maupun pengusaha besar. Pada tanggal 8 Januari 1996 dikeluarkannya surat izin operasional BPRS Muamalat Harkat dan dilakukan Grand Opening tanggal 22 Januari 1996. Sampai dengan

⁷⁴*Profil Company* PT. BPRS Muamalat Harkat, h. 1.

Desember 1999 modal yang terkumpul di BPRS Muamalat Harkat sebesar Rp273.500.000., pada waktu berdiri BPRS Muamalat Harkat memiliki 2 orang direksi/direktur saja, yaitu bapak Ismail Harahap dan bapak Sudirman, tetapi mengalami perubahan sehingga yang menjadi direksi/direktur hanya bapak Sudirman saja. Pada Februari 1998 melalui RULBPS direksi/direktur diganti lagi dari bapak Sudirman menjadi bapak Dharma Setiawan. Pada tahun 2005 sampai 2015 BPRS Muamalat Harkat pernah melakukan Linkage program dengan PT. PNM, BMI, dan BSM. Mulai November 2016 BPRS Muamalat Harkat melakukan ekspansi pembiayaan kepada guru-guru dan dosen yang menerima tunjangan Sertifikasi sampai dengan Juni 2019 out standing pembiayaan 83%, dengan ekspansi ini maka laba Bank terus mengalami peningkatan.⁷⁵

Adapun informasi umum PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Muamalat Harkat, yaitu:

- a. Nama : PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah
Muamalat Harkat atau Bank Muamalat Harkat
- b. Alamat : Jl. Raya Bengkulu-Tais Km 31 Kec.
Sukaraja Kab. Seluma Provinsi Bengkulu
- c. Telepon : (0736) 7311330
- d. Faximile : (0736) 73111407
- e. Tanggal Operasional : 22 Januari 1996

⁷⁵*Profil Company* PT. BPRS Muamalat Harkat,..... h. 2.

f. No. Akta Pendirian

1) Pertama : No. 11 tanggal 15 November 1993

Notaris Zulkifli Wildan, SH

2) Terakhir : No. 149 tanggal 31 Juli 2018

Notaris Dian Rismawati, SH

g. Keputusan Menteri Hukum dan HAM RI

1) Pertama : No. C2-7152 HT. 01. 01. Th. 95 tanggal 8

Juni 1995 Berita Negara No. 65 Tambahan

Berita Negara RI No. 6831 tanggal 15

Agustus 1995.

2) Terakhir : No. AHU-0016369. AH. 01. 02. Tahun

2018 tanggal 10 Agustus 2018

h. No. Izin Prinsip : S-1711/MK. 17/1994

i. No. Izin Operasional : Kep. 007/KM. 17/1996 tanggal 8 Januari

1996⁷⁶

2. Tempat Kedudukan PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Muamalat

Harkat

BPRS Muamalat Harkat berkedudukan di Kecamatan Sukaraja Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu. Lokasi kegiatan usaha yaitu:

a. Kabupaten Seluma (Kantor Pusat : Jln. Raya Bengkulu Seluma Km. 32

Kec. Sukaraja Kab. Seluma Bengkulu 38557. Telepon 0736 7311330

fax 0736-7311407).

⁷⁶Profil Company PT. BPRS Muamalat Harkat,.....h. 1.

- b. Kota Bengkulu (Kantor Kas : Jln. Asahan No. 1 Kompleks Masjid Raya Baitul Izzah Padang Harapan Bengkulu. Telepon 0736-343862).
- c. Kabupaten Bengkulu Selatan (Kantor Cabang Manna : Jl. Jenderal Sudirman No. 39 RT. 02 Kab. Bengkulu Selatan Telepon.0736-21007).
- d. Kabupaten Bengkulu Utara (Kantor Cabang Ketahun : Jl. Kemuning RT. 01 Desa Giri Kencana Kecamatan Ketahun Kabupaten Bengkulu Utara. Telepon 0737-7524096).
- e. Kabupaen Bengkulu Tengah. Dalam upaya peningkatan pelayanan dan ekspansi usaha BPRS Muamalat Harkat telah membuka Kantor Kas di Kecamatan Ketahun Kabupaten Bengkulu Utara pada tahun 2011 dan di Kota Manna pada tahun 2013.⁷⁷

3. Visi dan Misi PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Muamalat Harkat

- a. Bank Muamalat Harkat mempunyai visi: “Menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Terbaik Di Provinsi Bengkulu”.
- b. Bank Muamalat Harkat mempunyai misi:
 - 1) Turut berperan dalam menunjang pembangunan ekonomi umat Islam, terutama upaya peningktan peranan usaha kecil.
 - 2) “..agar harta itu jangan hany beredar dilingkungan orang kaya saja diantara kamu” (Al-Hasyr:7).
 - 3) Memberikan kontribusi yang poitif kepada umat islam di Bengkulu.
 - 4) Mengusahakan pertumbuhan perusahaan yang optimal.

⁷⁷Profil Company PT. BPRS Muamalat Harkat,.....h. 6.

4. Susunan Pengurus PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Muamalat

Harkat

Susunan pengurus PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Muamalat Harkat per 31-12-2018, yaitu sebagai berikut:

a. Dewan Komisaris

- 1) Komisaris Utama : Yefriza, SE, MPPM, PhD
- 2) Komisaris : Zulkarnain Hazairin, SH

b. Dewan Pengawas Syariah

- 1) Ketua : Dr. H. M. Djupri, M. Si
- 2) Anggota : Drs. H. Iskandar Ramis, SIP, M. Si

c. Direksi

- 1) Direktur Utama : Dharma Setiawan, SE
- 2) Direktur : Deri Haspriyanti, A. Md⁷⁸

5. Manajemen PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Muamalat Harkat

a. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dipimpin oleh 2 orang direksi, 2 orang kepala bagian, dan 3 orang kepala kantor kas.

b. BPRS Muamalat Harkat Aktivitas Umum

Bidang usaha utama BPRS Muamalat Harkat adalah menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat dengan sistem syariah.

c. Teknologi Informasi

Sampai saat ini BPRS Muamalat Harkat telah mempunyai tekno-

⁷⁸ *Profil Company* PT. BPRS Muamalat Harkat,.....h. 3.

logi informasi dengan sistem komputerisasi LAN. Sistem aplikasinya adalah *Islamic Banking (IBA)*.

d. Produk dan Jasa Yang Ditawarkan

Dalam operasionalnya BPRS Muamalat Harkat menawarkan produk-produk antara lain:

- 1) Penghimpunan Dana
 - a) Deposito Mudharabah dengan jangka waktu 1, 3, 6, 12, dan 24 bulan.
 - b) Tabungan SimPel dan Tabunganku Wadiah.
 - c) Tabungan Mudharabah (Tabungan Muamalat Umum, Tabungan Siswa, dan Tabungan Haji dan Qurban).
- 2) Produk Penyaluran Dana
 - a) Sistem Jual Beli (Piutang Murabahah).
 - b) Sistem Sewa (Ijarah dan Ijarah Multijasa)
- 3) Jasa lainnya yaitu Pembayaran Rekening Listrik dan Telepon.

e. Realisasi Imbalan Bagi Hasil Deposito

Produk deposito terdiri dari deposito dengan jangka waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, dan 24 bulan. Adapun nisbah bagi hasilnya mulai dari 30:70 sampai dengan 50:50.

f. Perkembangan dan Target Pasar

Sejak 2017 telah dilakukan ekspansi penyaluran dana untuk nasabah yang berprofesi sebagai guru dan dosen yang menerima Tunjangan Sertifikasi. Porsi pembiayaan ke guru dan dosen ini sampai

dengan bulan Juni 2019 sudah mencapai 83% dari total pembiayaan yang disalurkan. Dengan potensi pasar yang cukup besar di daerah kerja BPRS Muamalat Harkat untuk kalangan guru dan dosen ini yaitu Rp205.650.000.000, sementara baru terpenuhi sebesar Rp33.141.619.000 atau baru 61,12% maka pada tahun 2019 dan seterusnya penyaluran pembiayaan tetap diarahkan ke guru dan dosen.

g. Jaringan Kerja dan Mitra Usaha

Dalam melakukan penghimpunan dana pihak ketiga Bank melakukan kerja sama dengan beberapa sekolah, dari TK sampai SMP.⁷⁹

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 BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma yaitu sebagai berikut:

a. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Adapun data yang digunakan dan dijadikan bahan untuk penelitian ini yaitu data nasabah dalam hal ini menyangkut tentang data nasabah berdasarkan jenis kelamin responden penelitian yang ditujukan dan

⁷⁹ *Profil Company* PT. BPRS Muamalat Harkat,.....h. 5.

diambil dalam penelitian ini adalah data dari nasabah Tabungan Muamalat BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma, yaitu dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Pria	57	58,16%
Wanita	41	41,84%
Jumlah	98	100%

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 diatas, dapat kita lihat dan kita ketahui bahwa tabel diatas menunjukkan sebagian besar didominasi oleh nasabah pria yaitu dari data nasabah Tabungan Muamalat BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah pria dengan jumlah presentase sebesar 58,16% dan wanita dengan jumlah presentase sebesar 41,84%.

b. Berdasarkan Usia Responden

Adapun data yang digunakan dan dijadikan bahan untuk penelitian ini yaitu data nasabah dalam hal ini menyangkut tentang data nasabah berdasarkan data mengenai usia responden penelitian yang diambil dari data nasabah Tabungan Muamalat BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma yang diambil berdasarkan masing-masing kriteria usia yang telah ditentukan pada kuesioner yaitu mulai dari usia responden 15 – 20 tahun, responden usia 21 – 30 tahun, dan responden

usia diatas 30 tahun, dapat kita lihat dan kita ketahui berdasarkan nilai presentasenya pada tabel tabel dibawah ini:

Tabel 4.2
Usia Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
15 – 20 Tahun	7	7,15%
20 – 30 Tahun	27	27,55%
Diatas 30 Tahun	64	65,3%
Jumlah	98	100%

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 diatas, dapat kita lihat dan kita ketahui bahwa tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah Tabungan Muamalat BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma lebih didominasi oleh nasabah yang berusia diatas 30 tahun yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini sesuai dengan hasil pada tabel diatas adalah usia responden 15 – 20 Tahun dengan jumlah presentase sebesar 7,15%, usia responden 20 - 30 Tahun dengan jumlah presentase sebesar 27,55%, dan usia responden diatas 30 Tahun dengan jumlah presentase sebesar 65,3%.

B. Hasil 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 lebih besardari r tabel yang mana ketentuan r tabel pada penelitian ini adalah sebesar 0,1671. Hasil dari penelitian pada uji validitas data dari hasil kuesioner yang telah disebar yaitu dapat dilihat dan diketahui secara bersama pada tabel-tabel dibawah ini:

1) Uji Validitas Variabel X (Kualitas Layanan)

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan

Nomor Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X.1	0,205	0,1671	Valid
X.2	0,492	0,1671	Valid
X.3	0,449	0,1671	Valid
X.4	0,618	0,1671	Valid
X.5	0,592	0,1671	Valid
X.6	0,483	0,1671	Valid
X.7	0,629	0,1671	Valid
X.8	0,544	0,1671	Valid
X.9	0,548	0,1671	Valid
X.10	0,547	0,1671	Valid

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.3 diatas dapat dilihat dan diketahui bahwa hasil dari perhitungan menunjukkan nilai masing-masing pertanyaan pada variabel *independent* yaitu kualitas layanan

yang mana kualitas layanan atau variabel *independent* memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,1671), sehingga dari tabel 4.3 diatas dapat disimpulkan dan dikatakan seluruh variabel *independent* yaitu kualitas layanan yang ada pada instrumen pertanyaan kualitas layanan di dalam penelitian yang telah dilakukan dinyatakan valid karena telah sesuai dengan ketentuan uji validitas diatas.

2) Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Nomor Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,516	0,1671	Valid
Y.2	0,593	0,1671	Valid
Y.3	0,526	0,1671	Valid
Y.4	0,656	0,1671	Valid
Y.5	0,750	0,1671	Valid
Y.6	0,648	0,1671	Valid

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.4 diatas dapat dilihat dan diketahui bahwa hasil dari perhitungan menunjukkan masing-masing pertanyaan pada variabel kepuasan nasabah memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,1671) sehingga dapat disimpulkan dan dikatakan seluruh variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah yang ada pada instrumen pertanyaan kepuasan nasabah dalam penelitian

yang telah dilakukan dapat dinyatakan valid karena sudah memenuhi ketentuan yang ada pada uji validitas diatas.

b. Uji Reliabilitas

Ada suatu nilai ketentuan untuk mengukur reliabilitas dengan kriteria yang digunakan yaitu dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,50. Sehingga apabila diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,50 maka dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas untuk Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel	N of Items	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	10 Item Pertanyaan	0,692	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	6 Item Pertanyaan	0,660	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.5 diatas dapat dilihat dan diketahui bahwa seluruh variabel yaitu variabel *independent* kualitas layanan dan variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah yang ada dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih dari 0,50 sehingga dengan nilai yang diperoleh tersebut maka variabel *independent* yaitu kualitas layanan dan variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah itu dapat

dinyatakan reliabel karena telah sesuai dengan ketentuan uji reliabilitas di atas.

9. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi dari variabel *dependent* dan variabel *independent* atau untuk mengetahui apakah keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika nilai signifikan yang diperoleh lebih dari 0,50 maka data yang diteliti tersebut dapat dinyatakan terdistribusi normal dan begitu sebaliknya, hal tersebut dapat kita lihat dan kita ketahui berdasarkan pada tabel dibawah ini, yaitu:

Tabel 4.6
Uji Normalitas untuk Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		98
Normal Parameters ^a	Mean	25.8163265
	Std. Deviation	1.48890493
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.055
	Negative	-.077
Kolmogorov-Smirnov Z		.760
Asymp. Sig. (2-tailed)		.610

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.6 diatas, maka dapat dilihat dan diketahui bahwa hasil uji normalitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. yang signifikan antara variabel independen yaitu kualitas layanan dan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah yaitu dengan perolehan nilai sebesar 0,61 yang berarti lebih besar dari 0,50 ($0,61 > 0,50$). Maka dengan demikian data dapat dikatakan terdistribusi normal antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dan model regresi telah memenuhi asumsi dasar normalitas.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya kesamaan varians. Arti homogenitas itu sendiri adalah adanya kesamaan sifat, macam, watak atau lainnya dari suatu kelompok. Kriteria pengambilan keputusannya yaitu apabila Sig. > 0.05 maka data dikatakan homogen, dan apabila Sig. < 0.05 maka data dikatakan tidak homogen.

Tabel 4.7
Uji Homogenitas untuk Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Test of Homogeneity of Variances

Kualitas layanan (X)

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.053	10	86	.408

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.7 diatas, maka dapat dilihat

dan diketahui bahwa didapatkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.408, nilai signifikansi (Sig.) uji homogenitas lebih besar dari taraf Sig. yaitu $0.408 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian variabel kepuasan nasabah berdasarkan kualitas layanan mempunyai varian yang sama atau homogen.

10. Pengujian Hipotesis

g. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana yang dipakai dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya keterkaitan, pengaruh, atau hubungan secara linier antara satu variabel *independent* yaitu kualitas layanan dengan satu variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah. Hal tersebut dapat kita lihat dan kita ketahui berdasarkan pada tabel dibawah ini, yaitu:

Tabel 4.8
Analisis Regresi Linier Sederhana untuk Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	6.107	2.750		
Kualitas Layanan (X)	.449	.063	.591	7.187	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.8 diatas, makadapat dilihat dan diketahui bahwa pada kolom B terdapat nilai *constant* (*a*) yaitu dengan nilai sebesar 6,107 sedangkan untuk variabel *independent* yaitu kualitas layanan (*b*) yaitu dengan nilai sebesar 0,449 sehingga persamaan regresinya dapat dilihat dan dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = 6,107 + 0,449X + e$$

- 1) Konstanta (*a*) adalah sebesar 6,107, ini dapat diartikan jika variabel *independent* yaitu kualitas layanan atau nilai $X = 0$ dianggap konstan, maka nilai variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah sebesar 6,107.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah (*b*) bernilai positif sebesar 0,449. Artinya jika terjadi peningkatan pada variabel *independent* yaitu kualitas layanan maka pada variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah juga akan meningkat sebesar 0,449. Sebaliknya jika angka ini bernilai negatif maka variabel *independent* yaitu kualitas layanan akan menurun sebesar 0,449.

h. Uji t-test

Uji t atau parsial pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan pengaruh satu variabel *independent* secara individual dalam menerangkan variabel *dependent*. Dalam hal ini uji t atau parsial digunakan untuk menunjukkan atau mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Besarnya angka t tabel dengan

ketentuan sig 0,05 dan $df = (n - k)$ yaitu $(98 - 2) = 96$ sehingga diperoleh ketentuan nilai t tabel sebesar 1,984.

Tabel 4.9
Uji t-test untuk Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.107	2.750		2.221	.029
Kualitas Layanan (X)	.449	.063	.591	7.187	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.9 diatas, maka dapat dilihat dan diketahui bahwa tabel diatas menunjukkan nilai t hitung sebesar 7,187 yang artinya t hitung lebih besar dari t tabel ($7,187 > 1,984$) dengan tingkat Sig. 0,001 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dari hasil diatas dapat disimpulkan dan dinyatakan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, yang artinya variabel *independent* yaitu kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah.

c. Uji F

Uji F adalah uji yang digunakan untuk mengukur besarnya perbedaan varians antara kedua atau beberapa kelompok. Dalam hal ini

uji F digunakan untuk mengetahui besarnya perbedaan varians antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Besarnya angka F tabel dengan ketentuan Sig. 0,005 dan dapat diketahui dengan rumus $df (n1) = k-1$ yaitu $df (n1) = 2 - 1 = 1$, dan $df (n2) = n - 2$ yaitu $df (n2) = 98 - 2 = 96$ sehingga diperoleh nilai F tabel = 3,94.

Tabel 4.10
Uji F untuk Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	215.033	1	215.033	51.652	.001
Residual	399.661	96	4.163		
Total	614.694	97			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.10 diatas, maka dapat kita lihat dan kita ketahui bahwa tabel diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 51.652 yang menunjukkan bahwa F hitung > F tabel yaitu $51.652 > 3.94$ dengan tingkat sig. 0,001 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel *independent* kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *dependent* kepuasan nasabah.

11. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi pada penelitian ini digunakan untuk melihat dan mengetahui hasil presentase atau besaran sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel *independent* yaitu kualitas layanan terhadap

variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah pada nasabah tabungan Muamalat di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.

Tabel 4.11
Uji Koefisien Determinasi untuk Kualitas Layanan terhadap
Kepuasan Nasabah
 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.591 ^a	.350	.343	2.04038

a. Predictors: (Constant), kualitas layanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.11 diatas, maka dapat dilihat dan diketahui bahwa hasil penelitian ini menunjukkan variabel *independent* yaitu kualitas layanan dapat mempengaruhi variabel *dependent* yaitu kepuasan nasabah dengan nilai sebesar 0,350 atau sebesar 35% sedangkan sisanya 65% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dijelaskan didalam penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma.

Berdasarkan analisis data yang telah diuji dalam penelitian ini, maka dapat dijelsakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, jika kualitas layanan semakin meningkat maka kepuasan nasabah juga akan semakin meningkat atau tinggi di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma. Hal

tersebut ditunjukkan dari hasil analisis regresi linier sederhana yang diperoleh dari hasil uji t yang mana dapat diketahui nilai probabilitas signifikansi (sig) adalah 0,001 lebih kecil dari (α) 0,05.

2. Presentase Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma.

Berdasarkan analisis data yang telah diuji dan dilakukan dalam penelitian ini, maka uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,350 atau 35%. Hal ini menyatakan bahwa variabel bebas atau independen yaitu kualitas layanan memiliki pengaruh yang rendah terhadap kepuasan nasabah yaitu sesuai dengan tabel *Interprestasi Koefisien Determinasi* (20% - 39,99%) dinyatakan rendah. Dan dari hasil uji koefisien determinasi yang dilakukan maka diperoleh nilai sebesar 35%, sedangkan sisanya 65% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan di dalam penelitian ini seperti faktor ekspansi jaringan kantor dan lain sebagainya. Dengan demikian, dari penjelasan secara teori dan hasil statistik diketahui bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Tabungan Muamalat untuk menabung di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji statistik yang telah dilakukan berhubungan dengan pengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma yang mana dalam hal ini faktor yang diteliti adalah kualitas layanan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma. Hal tersebut dibuktikan melalui uji F yang nilai Sig. lebih kecil (0.05) yaitu sebesar 0.001.
2. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma. Hal tersebut dibuktikan melalui uji t yang nilai Sig. lebih kecil (0.05) yaitu sebesar 0.001.
3. Presentase dari pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Muamalat Harkat Sukaraja Kabupaten Seluma yaitu diperoleh sebesar 0,350 atau 35%, sedangkan sisanya 65% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak dimasukkan didalam penelitian ini.

B. Saran

Suatu penelitian akan memiliki arti jika dapat memberikan manfaat bagi peneliti atau pembaca berikutnya. Apabila nantinya ada penelitian lanjutan dari penelitian ini yang diharapkan dapat memasukkan variabel atau faktor

lain yang belum dimasukkan dalam model penelitian ini. Penelitian ini menggunakan nasabah tabungan muamalat sebagai responden yang tentunya berdampak pada terbatasnya waktu dalam proses penelitian. Untuk memberikan hasil yang lebih baik lagi disarankan pada penelitian selanjutnya untuk menggunakan sampel dari jenis nasabah lainnya seperti kalangan siswa dari tabungan simpel, nasabah dari tabungan haji dan qurban, nasabah sertifikasi, dan lain-lain.

Daftar Pustaka

- Agustina,Vina. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Joglosemar Bus”. Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang. 2012.
- Bruce, Andi dan Ken Langdon. *Mengutamakan Pelanggan (Putting Customers First)*. Jogjakarta: ZENITH Publisher. 2004.
- Bungin, M. Burhan.*Metodologi Penelitian Kuantitatif* . Jakarta: Kencana 2006.
- Cahyani, Putri Dwi. “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta”, *Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, Volume 6 (2), P-ISSN: 2087-2038; E-ISSN:2461-1182 (Oktober, 2016).
- Fahmi, Irham.*Manajemen Perbankan: Konvensional dan Syariah*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2015.
- Fahmi, Irham.*Pengantar Perbankan:Teori dan Aplikasi*. Bandung: ALFABETA. 2014.
- Febriana, Nina Indah.“Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”*An-Nisbah*. Vol. 03 No. 01 (Oktober 2016).
- Ferrinadewi, Erna. *Merek & Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2008.
- Finch, Lloyd. *Menjadi CustomerService Representative Yang Sukses*. Jakarta: PPM. 2004.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponogoro. 2005.
- Hart, Norman A. *Kamus Marketing*. Jakarta: BUMI AKSARA. 1995.
- Haryanto, Ach Zuhri dan Rudy. “Dimensi Carter Dalam Peningkatan Kualitas Layanan BPRS Bhakti Sumekar Sumenep”, *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 3 No. 1 (Juni, 2016).
- Hasan, Iqbal.*Pokok-Pokok Materi Statistik 2*.Jakarta: PT Bumi Aksara. 2012.
- Hidayat, Rachmat. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank

Mandiri”, *Jurusan Teknik Industri, Universitas Trunojoyo Madura, Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.11, No. 1 (Maret, 2009).

Kotler, Philip. *Marketing Insights From A To Z*. Jakarta: Erlangga. 2003.

Kotler, Philip dan G. Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2008.

Kuliah, Kutu. “*Pengertian Penelitian Eksplanatori*”, dikutip dari <https://kutukuliah.blogspot.com/2013/05/pengertian-penelitian-eksplanatori.html?m=1>, pada hari Senin, tanggal 22 Juli 2019, Pukul 12.44 WIB.

Kurniati, Ade Irma. “*Analisis Pengembangan Bank Syariah Mandiri Kab. Mandailing Natal*”. Medan: Skripsi, Universitas Sumatra Utara. 2017.

Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat. 2006.

Machmud, Amir dan Rukmana. *Bank Syariah Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga. 2010.

Madona, Fitri. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*”. Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang. 2017.

Mehmod, Waqas dan Owais Shafiq. “*Dampak Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, Citra Merek Terhadap Niat Pembelian*”, *Universitas Islamia Bahawalpur, Punjab Pakistan: Jurnal Pemasaran dan Riset Konsumen*, ISSN 2422-8451 Vol. 15 (2015).

Moenir. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2002.

Mutasowifin, Ali. “*Menggagas Strategi Pengembangan Perbankan Di Pasar Nonmuslim*”, *Jurnal Universitas Paramadina*, Vol. 3 No. 1 (September, 2003).

Noor, Juliansyah. *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo. 2014.

Nurdiyanto, Dodik Fredo. *Usaha Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Fuzzy Dan Metode Service Quality Pada Pusat perbelanjaan Assalaam Hypermarket*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2008.

- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. 2014.
- Rohmawati, “*Bab II*”, dikutip dari <http://eprints.umm.ac.id/35531/3/jiptumpp-gdl-tututdwiro-48181-3-babii.pdf>, pada hari Minggu, tanggal 21 April 2019, Pukul 15.00 WIB.
- Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.
- Sahroni, Oni dan Hasanudin. *Fikh Muamalah: Dinamika Teori Akad dan Implementasi dalam Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers. 2016.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2018.
- Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 1997.
- Tjiptono, Fandy. *Brand Managemen & Strategy*. Yogyakarta: Audi. 2005.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2006.
- Tjiptono, Fandy. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2008.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Service, Quality, & Satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2011.
- Usman, Rahmadi. *Aspek hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika. 2014.
- Wijaya, Hendri. “Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ Di Jakarta”, *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. Vol. 3 No. 3 (September 2017).
- Zakiy, Muhammad. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1 (Januari-Juni, 2017).