

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PT BANK MUAMALAT CABANG MATARAM
PADA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**



OLEH :

**LENI MARLINA
2019B1C127P**

**KONSENTRASI PERBANKAN
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2022

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PT BANK MUAMALAT CABANG MATARAM
PADA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

Oleh:

LENI MARLINA

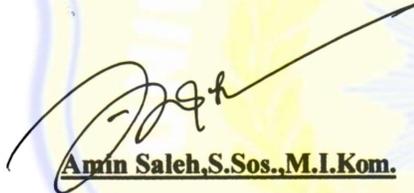
2019B1C127P

Telah memenuhi syarat dan disetujui

Tanggal 26 juli 2022

Menyetujui:

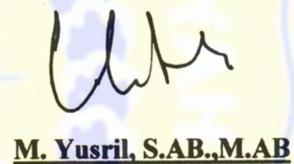
Pembimbing I



Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0831128310

Pembimbing II



M. Yusril, S.AB., M.AB

NIDN. 0824028801

Mengetahui,

Ketua Prodi



Lalu Hendra Maniza S.Sos., MM

NIDN. 08288108404

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PT BANK MUAMALAT CABANG MATARAM PADA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

Oleh

Leni Marlina
Nim. 2019B1C127P

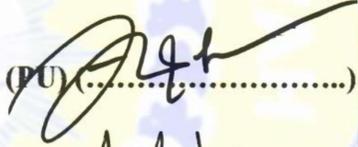
Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 26 Juli 2022

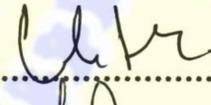
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Tim penguji,

Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom
NIDN. 0831128310

(PU)  (.....)

M. Yusril, S.AB., M.AB
NIDN. 0824028801

(PP)  (.....)

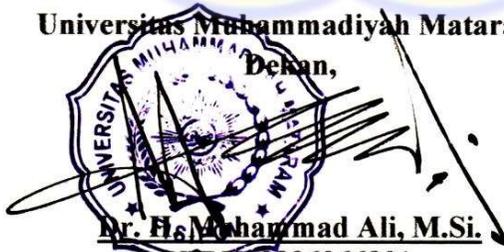
Dedy Iswanto, ST., MM.
NIDN. 0818087901

(PN)  (.....)

Mengetahui,

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram

Dekan,


Dr. H. Muhammad Ali, M.Si.
NIDN. 0806066801

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Leni Marlina

NIM : 2019B1C127P

Prodi : Administrasi Bisnis

Jurusan : Perbankan

Instansi : Universitas Muhammadiyah Mataram

Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat
Cabang Mataram Pada Universitas Muhammadiyah Mataram

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambil alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika dikemudian hari terbukti merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka saya sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Mataram, 18 Agustus 2022



Leni Marlina

2019B1C127P



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Leni Marlina
NIM : 2019 840127 P
Tempat/Tgl Lahir : Bima / 23 Januari 1999
Program Studi : Administrasi Bisnis (perbankan)
Fakultas : Fkipol
No. Hp : 085 337 210 847
Email : lmn3550532@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PT BANK MUAMALAT CABANG MATARAM PADA UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH MATARAM

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 43%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milih orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 15 Agustus 2022
Penulis



LENI MARLINA
NIM. 2019 840127 P

Mengetahui,
Kepala UPT Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
NIDN. 0802048904

pilih salah satu yang sesuai



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : *Levi Marlina*
NIM : *2019010299*
Tempat/Tgl Lahir : *Bima / 23 Januari 1999*
Program Studi : *Administrasi Bisnis (perbankan)*
Fakultas : *Fisipol*
No. Hp/Email : *085 337 20 843*
Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK MUHAMALAT CABANG MATARAM PADA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, *15 Agustus*2022
Penulis



Levi Marlina
NIM. *2019010299*

Mengetahui,
Kepala UPT Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos.,M.A.
NIDN. 0802048904

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan, maka apabila kamu selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya ALLAH-lah hendaknya kamu berharap”

(QS. AlamNasrah Ayat 6-8)



PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Terimakasih untuk kedua orang tua saya Ibu Hafiah dan Bapak Dedi Sutomo, yang telah mendoakan saya dan memberikan dorongan motivasi semangat dan cinta kasih sayang yang tiada tara.
2. Terimakasih kepada kedua adik-adik saya Muhamad Dandi dan Faturahman yang memberikan semangat dan motivasi kepada saya.
3. Terimakasih untuk orang yang terdekat saya, Ansharrahmadin yang selalu membantu dan menemani saya untuk menyelesaikan skripsi saya sampai selesai.
4. Seluruh teman-teman seperjuangan, jazakumullah atas saran, kritik, dan masukan-masukannya serta kerjasamanya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan petunjuknya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK MUAMALAT CABANG MATARAM PADA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM”**. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. beserta para kerabat, sahabat, dan pengikut beliau illa yaumul qiyamah, penulis membuat skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dengan lancar dan tepat waktu.

Dalam penulisan skripsi ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan, namun demikian atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak penulis menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi penelitian ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan, support, arahan dan bimbingan banyak pihak. Oleh sebab itu penyusun ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada:

- 1) Bapak Dr. H. Arsyad Abd Gani, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
- 2) Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
- 3) Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos.,MM. selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
- 4) Ibu Baiq Reinalda Tri Yunarni, SE.MAk. selaku sekretaris Prodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
- 5) Bapak Amin Saleh, S,Sos., M.I kom. selaku dosen Pembimbing 1, yang telah memberikan bimbingan.

- 6) Bapak M. Yusril, S.AB.M.AB. Selaku dosen Pembimbing 2, yang telah memberikan bimbingan.
- 7) Teman-teman Angkatan 2018 dan 2019 yang telah memberikan motivasi dan membantu terselesainya skripsi penelitian ini.
- 8) Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis tetap berusaha untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu penulis mengharap kritikan dari pembaca untuk kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Mataram, 16 April 2022

Penulis



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram. Jenis penelitian yaitu penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan kuesioner. Sumber Data data primer. Sedangkan Teknik Analisis Data menggunakan Analisis Regresi Berganda yaitu Uji Normalitas, Uji Multi Kolineritas, Uji Heteroskedastisitas. Pengujian Hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) dan simultan (uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh kualitas pelayanan (Bukti Visik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, dan empati) terhadap kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh signifikan, yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Variable kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Mataram Pada Universitas Muhammadiyah Mataram adalah variabel Empati (X_5) karena mempunyai nilai paling tinggi dengan t hitung sebesar 5,691. Pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini dapat di buktikan dari hasil analisis uji F adalah 11.247 dan signifikansi 0,000 yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

Kata kunci: Kualitas , Pelayanan, Kepuasan



ABSTRACT

The purpose of this study is to ascertain the partial and concurrent impact of service quality on client satisfaction at the Muhammadiyah University of Mataram's Bank Muamalat Mataram Office. Quantitative research is the type of study. employing questionnaires and observational methods for data collecting primary sources of data. While the normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test are data analysis techniques that use multiple regression analysis. Testing of hypotheses with a partial test (t test) and simultan (F test). The findings showed that Ho is approved and Ha is denied since there was a substantial partial effect of service quality (Visual Evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy) on customer satisfaction. Empathy variable (X5), which has the greatest value with a t-count of 5.691, is the service quality variable that has the most significant influence on customer satisfaction at Bank Muamalat Indonesia Mataram Branch at Muhammadiyah University of Mataram. Customer satisfaction is significantly impacted simultaneously by the influence of service quality. This is demonstrated by the interpretation of the f-test findings, which show that Ho is accepted and Ha is rejected with a significance of 0.000 and a number of 11,247.

Keywords: *Quality, Service, Satisfaction*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
LEMBAR BEBAS PLAGIASI	v
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Tinjauan Teori	10
2.3 Kerangka Pemikiran.....	23
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Metode Penelitian.....	27
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.3.1 Populasi.....	28

3.3.2 Sampel.....	28
3.4 Jenis dan Sumber Data	29
3.4.1 Jenis Data.....	29
3.4.2 Sumber Data.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	29
3.6 Instrumen Penelitian.....	30
3.7 Uji Coba Instrumen	30
3.8 Teknik Analisis Data	32
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	39
4.1.1 Sejarah Singkat Bank Muamalat Indonesia	39
4.1.2 Visi Dan Misi	42
4.1.3 Maksud dan Tujuan	42
4.1.4 Struktur Organisasi.....	43
4.1.5 Tugas Pokok Dan Tanggung jawab.....	43
4.2 Hasil Penelitian Dan Pembahasan	50
4.2.1 Deskriptif Data Responden	50
4.2.2 Uji Coba Instrumen	52
4.2.3 Teknik Analisis Data.....	60
4.2.4 Uji Hipotesis.....	63
BAB V. PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 2 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Usia	50
Tabel 3 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52
Tabel 5 Uji Validitas Kualitas Pelayanan Berdasarkan Variabel X1 (Bukti Fisik).....	53
Tabel 6 Uji Validitas Kualitas Pelayanan Berdasarkan Variabel X2 (Kehandalan)	53
Tabel 7 Uji Validitas Kualitas Pelayanan Berdasarkan Variabel X3 (Daya Tanggap).....	54
Tabel 8 Uji Validitas Kualitas Pelayanan Berdasarkan Variabel X4 (Jaminan) ...	55
Tabel 9 Uji Validitas Kualitas Pelayanan berdasarkan Variabel X5 (Empati).....	56
Tabel 10 Uji Validitas Variabel Y kepuasan konsumen.....	57
Tabel 11. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan Berdasarkan Variabel X1 (Bukti Fisik).....	58
Tabel 12. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan Berdasarkan Variabel X2 Kehandalan	58
Tabel 13. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan Berdasarkan Variabel X3 Daya Tanggap	59
Tabel 14. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan Berdasarkan Variabel X4 Jaminan.....	59
Tabel 15. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan Berdasarkan Variabel X5 Empati.....	60
Tabel 16. Uji Reliabilitas Variabel Y kepuasan konsumen	60
Tabel 17. Analisis Regresi Berganda.....	60
Tabel 18. Uji Normalitas.....	62
Tabel 19. Uji Normalitas.....	62
Tabel 20. Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 21. Uji t Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah.....	64

Tabel 22. Uji t Keandalan Terhadap Kepuasan Nasabah	65
Tabel 23. Uji t Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Nasabah	65
Tabel 24 Uji t Jaminan Terhadap Kepuasan Nasabah	66
Tabel 25 Uji t Empati Terhadap Kepuasan Nasabah	66
Tabel 26. Uji F	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir23

Gambar 2. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang
Mataram.....43



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Memasuki era globalisasi seperti saat ini, perkembangan dunia semakin lama mengalami kemajuan yang sangat penting, baik di dunia usaha ataupun instansi pemerintah, BUMN, dan BUMD yang bergerak di bidang pelayanan. Untuk membantu pencapaian tujuan tentu perusahaan mempunyai standar tersendiri bagi sumber daya manusia untuk bisa memberikan pelayanan yang berkualitas. Memiliki sumber daya dalam pelayanan yang berkualitas dapat membantu pemanfaatan kemajuan teknologi dalam menghadapi persaingan usaha, untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan

Usaha pencapaian tujuan suatu perusahaan akan mengandalkan karyawan sebagai sumber untuk dapat melakukan kegiatan operasional perusahaan dengan baik. Sumber daya manusia memiliki peranan penting, karena dari merekalah muncul, kreatifitas, ide, keputusan, maupun inovasi yang akan menentukan langkah perusahaan untuk mencapai tujuan. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya, jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan atau bahkan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Tidak hanya dipengaruhi oleh jasa, kepuasan klien pula dipengaruhi oleh kemampuan pegawai. Evaluasi kemampuan pegawai pula amat berarti,

evaluasi kemampuan selaku determinan dengan cara priodik efektifitas operasional sesuatu industri, bagian industri serta pegawai bersumber pada target, standar serta patokan yang telah diresmikan. Evaluasi kemampuan pegawai merupakan cara evaluasi hasil kegiatan yang hendak dipakai oleh pihak manajemen guna membagikan data pada para pegawai dengan cara perseorangan, mengenai kualitas hasil profesinya ditatap dari ujung kebutuhan industri. Evaluasi yang dicoba dengan cara tertib bermaksud mencegah industri dalam menggapai tujuannya. Evaluasi kemampuan pegawai yang dicoba dengan cara obyektif, pas, serta didokumentasikan dengan cara bagus mengarah merendahkan kemampuan penyimpangan yang dicoba pegawai, alhasil kinerjanya diharapkan meningkat bagus cocok dengan kemampuan yang diperlukan industri.

Jadi kepuasan klien ialah sesuatu opini ataupun uraian klien yang harapannya sudah terkabul. Serta kepuasan klien berhasil bila suatu produk ataupun pelayanan penuh impian klien. Oleh sebab itu, nyaris tiap industri dikala ini mengetahui berartinya maksud klien untuk sesuatu industri serta berupaya keras guna membagikan kepuasan pada pelanggannya.

Dengan banyaknya bank- bank konvensional ataupun syariah yang bermunculan pada dikala ini yang jadi kompetitor, sehingga banyak pula kasus yang dialami pihak perbankan. Semacam mutu jasa yang jadi kasus yang dialami oleh pihak bank. Dengan terdapatnya evaluasi terhadap mutu jasa yang diserahkan oleh pihak bank pada pelanggan sehingga hendak terdapat keluhan dari pelanggan, sehingga bank wajib kilat dalam menjawab

penindakan keluhan yang dialami alhasil pelanggan merasakan puas kepada jasa bank itu.

Perbankan syariah merupakan salah satu pengembangan dari rancangan ekonomi islam dibidang finansial. Perbankan syariah dalam sebutan global diketahui selaku Islamic Banking ataupun diucap pula dengan Interest- Free banking.

Bank syariah pada awal mulanya dibesarkan jadi sesuatu reaksi dari golongan ekonomi serta pegiat perbankan mukmin yang berusaha mengakomodasi dorongan dari banyak pihak yang membutuhkan biar tersedianya produk pembiayaan serta pelayanan finansial yang tidak berhubungan dengan praktek riba, kegiatan maisir(pemikiran) serta gharar(ketidak jelasan) serta dicoba memakai prinsip- prinsip syariah islam dengan berlandasan Al- quran serta As- Sunnah.

Bank Muamalat Indonesia ialah bank awal yang memakai prinsip syariah dalam operasionalnya. Hingga dikala ini telah banyak ceranggh Bank Muamalat Indonesia yang populer diseluruh Indonesia, salah satunya merupakan Bank Muamalat Indonesia Agen Mataram yang jadi subjek riset dikala ini.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis merasa tertarik melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat pada Universitas Muhammadiyah Mataram dengan harapan mampu memberikan manfaat bagi kemajuan Bank Muamalat Cabang Mataram.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah terhadap penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh dengan cara persial mutu jasa kepada kepuasan pelanggan Bank Muamalat Agen Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bagaimana pengaruh dengan cara simultan mutu jasa kepada kepuasan pelanggan Bank Muamalat Kantor Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram.

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengenali akibat dengan cara persial mutu jasa kepada kepuasan pelanggan Bank Muamalat Kantor Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram
2. Untuk mengenali akibat dengan cara simultan mutu jasa kepada kepuasan pelanggan Bank Muamalat Kantor Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat melengkapi bahan penelitian selanjutnya dalam rangka menambah substansi akademik sehingga berguna untuk pengembangan ilmu.

1. Bank Muamalat Cabang Mataram

Untuk memberikan masukan, penilaian serta pandangan khususnya hasil riset ini diharapkan bisa bermanfaat selaku materi estimasi serta data untuk Bank Muamalat Agen Mataram dalam mengutip ketentuan serta kebijaksanaan yang berhubungan dengan mutu jasa kepada kepuasan nasabahnya.

2. Bagi Universitas

Bisa dijadikan selaku materi rujukan untuk periset berikutnya serta membagikan data dan wawasan pada pihak akademis serta periset mengenai akibat mutu jasa kepada kepuasan pelanggan pada Bank Muamalat Agen Mataram.

3. Bagi Peneliti

Guna menaikkan pengetahuan serta uraian peneliti mengenai akibat mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Bank Muamalat Agen Mataram.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Lesly Astuti Putri Lubis (2018)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan	1. Riset ini bermaksud guna mencoba serta menganalisa akibat mutu jasa serta kemampuan pegawai kepada kepuasan klien. Riset ini memakai riset deskriptif kuantitatif dengan tata cara convenience sampling. Ilustrasi yang dipakai dalam riset ini merupakan klien di KOPMA UMS yang berjumlah 125 orang. Perlengkapan analisa yang dipakai dalam riset ini merupakan analisa regresi linier berganda. Hasil dari

		<p>riset ini membuktikan kalau mutu pelayanan serta kemampuan pegawai mempengaruhi kepada kepuasan klien.</p>
<p>Dwi Aliyah Apriyani dan Sunarti (2017)</p>	<p>Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen <i>TheLittle A Coffe Shop Sidoarjo</i>)</p>	<p>1. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama maupun parsial serta untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di <i>the little a coffee shop</i>. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dan variable terikat dalam penelitian ini adalah</p>

		<p>kepuasan konsumen.</p> <p>Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>accidental sampling</i>. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden.</p>
<p>Benny Osta Nababan dan Tanisa Adra Oktaviani (2018)</p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Peserta Pensiunan Pada PT. Taspen (Persero) Cabang Depok</p>	<p>1. Riset ini bermaksud guna menganalisa faktor- faktor yang pengaruhi kepuasan peserta pensiun. Variabel bebas yang dipakai dalam riset ini antara lain tangible(X1), reability(X2), responsiveness(X3), assurance(X4) serta empathy(X5), ilustrasi peneliti ini sebesar 100 partisipan pensiun dari semua jumlah populasi. Metode pengumpulan informasi dalam riset ini dengan memakai angket</p>

		<p>serta riset pustaka. Metode analisa informasi memakai analisa regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil riset ini merupakan membuktikan kalau tangible(X1), reability(X2), responsiveness(X3), dengan cara parsial mempunyai akibat yang penting kepada kepuasan partisipan pensiun(Y) maksudnya terus menjadi bagus.</p>
<p>Maohi jatul Hasanah (2019)</p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram.</p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram.</p>

2.2 Tinjauan Teori

1. Kualitas Layanan

Menurut Prayag dalam Yulianto(2010: 2) mutu merupakan sesuatu totalitas karakteristik serta karakter yang dipunyai sesuatu produk ataupun pelayanan yang bisa membagikan kepuasan pada konsumennya. Arti layanan bagi kolter dalam Nugrahani(2011: 98) merupakan tiap yang ditawarkan oleh sesuatu pihak pada pihak lain, yang pada dasarnya berkarakter intangible(tidak berbentuk raga) serta menciptakan kepemilikan suatu.

Mutu layanan merupakan keunggulan- keunggulan atas jasa yang diserahkan pada pelanggan dengan impian sanggupenuhi kemauan serta keinginan pelanggan. Mutu jasa mencakup tindakan customer service, asumsi kepada keluhan pelanggan, pelayanan pembayaran, sarana bonus serta akurasi durasi(Hadiati serta Ruci, 1999: 58). Bagi Prayag dalam Yulianto(2010: 2) Mutu layanan ialah kegiatan penting dalam strategi dalam marketing yang dicoba oleh industri dimana industri wajib mempunyai komitmen guna senantiasa membagikan jasa yang bermutu supaya sanggup berkembang serta bertumbuh..

Alamgir serta Shamsuddoha(2004: 3) mendeskripsikan kualitas layanan ialah evaluasi klien mengenai seberapa bagus layanan penuh impian mereka dalam perihal persepsi layanan. Bagi Crininds Taylor berkata mutu layanan merupakan pengukuran seberapa bagus tingkatan jasa yang diserahkan cocok dengan yang diharapkan pelanggan.

(Altma serta helms, 1995: 45) mendeskripsikan bagus jeleknya mutu layanan terkait pada daya fasilitator pelayanan dalam penuhi impian pelanggan. Layanan tidak bisa dijabarkan dengan cara obyektif semacam suatu produk, namun ialah interaksi social dengan subjektivitas penuh, lebih terkait pada angka, perasaan, serta sikap. Layanan yang bagus merupakan apa yang pelanggan pantas miliki serta apa yang pelanggan rasakan lebih berharga dari hanya harga. Guna diperlukan strategi jasa yang bagus selaku alat menghasilkan kepuasan serta ketaatan pelanggan.

Mutu layanan pelayanan pada hakikatnya bertujuan guna menghasilkan kepuasan pelanggan selaku konsumen pelayanan. Bagi Musanto(2004: 124) pelayanan pada dasarnya ialah sesuatu aktivitas yang mempunyai sebagian faktor yang bisa diserahkan oleh sesuatu pihak pada pihak yang lain serta membagikan bermacam guna untuk pihak- pihak yang terkait. Tiap pemberian pelayanan butuh mengenali, mengestimasi serta penuhi keinginan dan kemauan klien dengan mencermati karakter pelayanan. Bagi Kotler dalam Japariyanto, Laksmono, serta Khomariyah(2007: 35- 36) survei mempunyai 4 karakter penting yang melainkan dari sesuatu benda, ialah:

a. *Intangibility*

Jasa adalah sebuah perbuatan kinerja (*performance*) atau usaha yang hanya bisa dikonsumsi tetapi tidak bisa dimiliki. Jasa bersifat *intangibile* maksudnya tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Dengan demikian seseorang

tidak dapat menilai kualitas dari jasa sebelum merasa atau mengkonsumsi sendiri.

b. *Inseparability*

Benda biasanya dibuat, sehabis itu dijual setelah itu dimakan. Kebalikannya pelayanan umumnya dijual terlebih dahulu, sehabis itu terbuat dan dimakan dengan metode berbarengan. Interaksi antara penyedia jasa dan konsumen yakni karakter istimewa dalam pemasaran jasa. Dalam jalinan penyedia jasa dan konsumen ini, energi untuk orang yang membawakan jasa(contact personnel) yakni aspek berarti.

c. *Variability*

Pelayanan berkarakter amat elastis sebab ialah non- standarized output, maksudnya banyak alterasi wujud, mutu, serta tipe, terkait pada siapa, bila, serta dimana pelayanan itu diperoleh. Para konsumen pelayanan amat hirau dengan heterogenitas yang besar ini kerap kali mereka memohon opini orang lain saat sebelum menyudahi guna memilah.

d. *Perishability*

Pelayanan ialah barang tidak kuat lama serta Tidak bisa ditaruh. Perihal ini tidak jadi permasalahan apabila permintaannya senantiasa sebab gampang guna mempersiapkan jasa guna permohonan itu lebih dahulu. Apabila permohonan berfluktuasi, bermacam kasus timbul berhubungan dengan kapasitas menganggur(dikala permohonan hening) serta jasa tidak terlayani dengan efek mereka kecewa ataupun

berpindah ke fasilitator pelayanan yang lain(dikala permohonan pucuk).

Mutu layanan pelayanan pada dasar bermaksud guna menghasilkan kepuasan pelanggan selaku konsumen pelayanan. Untuk melegakan pelanggan, industri dapat memakai service excellence ataupun layanan menang. Bagi Elhaitammy yang diambil oleh Tjiptono(2008: 58)“ layanan menang merupakan sesuatu tindakan ataupun metode pegawai dalam melayani pelanggan dengan cara melegakan”. Layanan menang ini mempunyai 4 faktor utama. Antara lain :

- a. Kecekatan, mencakup: kilat kerjanya dengan hasil bagus, kilat paham kepada sesuatu kasus, serta senantiasa sedia melayani pelanggan.
- b. Akurasi, mencakup: pas dalam bidangnya, pas dalam durasi, memahami wawasan serta keahlian yang mensupport, pas dalam menanggulangi keluhan.
- c. Keramahan, mencakup: santun, ramah dalam berdialog, serta apik dalam berpakaian serta performa.
- d. Kenyamanan, mencakup: tempat serta ruangan yang membagikan rasa aman pada pelanggan.

Mutu layanan membagikan desakan pada pelanggan guna menempuh ikatan yang kokoh dengan industri. Dengan begitu industri bisa menaikkan kepuasan pelanggan, dengan mengoptimalkan jasa pada

pelanggan ataupun pelanggan yang mengasyikkan yang pada kesimpulannya dengan kepuasan itu bisa menghasilkan ketaatan ataupun kepatuhan pelanggan.

Dari apa yang di informasikan diatas, sehingga yang diartikan mutu jasa dalam riset ini merupakan sesuatu aksi yang dicoba oleh sesuatu industri ataupun kelompok gunaenuhi keinginan orang lain dengan kecekatan, akurasi, keramahan, serta kenyamanan guna menggapai kepuasan pelanggan, dengan penanda selaku berikut :

- a. Mutu pegawai, ialah kecakapan pegawai dalam melayani pelanggan, intensitas pegawai dalam melakukan kewajiban dan kebugaran serta Kesehatan pegawai sepanjang bekerja.
- b. Jasa administrasi, ialah kecekatan dan akurasi pada jasa pelanggan.
- c. Sarana, ialah keringanan bertamu lewat telepon, perlengkapan yang mencukupi dan posisi kantor yang gampang dijangkau..

2. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Bagi Ruvendi serta Djan(2005: 36) kepuasan klien ialah asumsi pelampiasan klien yang timbul sebab terdapatnya evaluasi kepada karakter produk ataupun pelayanan yang diadakan bisa memenuhi tingkatan penggunaan yang membagikan kenyamanan klien yang memakai produk ataupun pelayanan itu. Bagi Spreng, Mackenzie, serta Olshvskhy dalam Dharmayanti(2006: 37) kepuasan klien merupakan perasaan(feeling) yang dialami konsumen dari kemampuan industri

yang penuh impian mereka. Tetapi ditinjau dari perspektif sikap pelanggan, kepuasan klien lalu jadi suatu yang lingkungan. Sikap sehabis pembelian hendak memunculkan tindakan puas ataupun tidak puas pada pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan ialah guna dari impian konsumen atas produk ataupun pelayanan dengan kemampuan yang dialami. Arti di atas lazim dipakai guna industri ataupun kelompok yang sediakan produk dalam melaksanakan usahanya, tetapi arti di atas dapat dipakai guna industri pelayanan dengan mengubah tutur klien dengan pelanggan.

Kotler serta Armstrong dalam Arif serta Prijati (2013: 135) mengemukakan kalau kepuasan pelanggan merupakan suatu kunci yang mempengaruhi pada sikap pembelian di era yang hendak tiba. Pelanggan yang puas hendak balik serta mengatakan pada yang yang lain hal pengalaman bagusnya, sebaliknya pelanggan yang tidak puas kerap kali mengakibatkan kompetitor serta beralih pada produk yang lain.

Dari sebagian penafsiran diatas, bisa disimpulkan kalau yang diartikan dengan kepuasan pelanggan dalam riset ini merupakan reaksi pelanggan kepada kesesuaian antara impian serta realitas kemampuan sesuatu produk ataupun pelayanan, dengan indicator sebagai berikut :

- 1) Bukti fisik yang mencakup akurasi durasi, akad dan jasa yang diserahkan.
- 2) Kehandalan yang mencakup kecekatan serta mutu jasa.

- 3) Agunan yang mencakup sarana, hasil kegiatan serta profesionalitas pegawai.
- 4) Empati yang mencakup ketabahan, keramahan serta tindakan paham pegawai. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Zethmal dan Bitner (2003) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Mutu jasa ataupun pelayanan, ialah pelanggan hendak merasa puas bila mereka memperoleh jasa yang bagus ataupun cocok dengan yang diharapkan.
- 2) Mutu produk, ialah pelanggan hendak merasa puas bila hasil mereka membuktikan kalau produk yang mereka manfaatkan bermutu.
- 3) Harga, ialah produk yang memiliki mutu yang serupa namun memutuskan harga yang relative ekonomis hendak membagikan angka yang lebih besar pada pelanggan.
- 4) Aspek suasana, ialah kondisi ataupun situasi yang dirasakan oleh pelanggan.
- 5) Aspek individu dari pelanggan, ialah karakter pelanggan yang melingkupi keinginan pribadi.

Bagi Wellington(1998: 231), faktor- faktor yang pengaruhi kepuasan pelanggan merupakan:

1) Produk

Produk yang berbagai berbagai, mempunyai mutu yang baik, dikemas dengan bagus hendak pengaruhi kepuasan pelanggan.

2) Penjualan

Tindakan pedagang ataupun pegawai yang melayani dengan santun, ingin menolong pelanggan yang menginginkan dorongan dengan kilat, cocok dengan keinginan, ramah serta aman, dibantu dengan penyusunan benda yang apik serta baik dan dibantu dengan area kantor yang mempunyai atmosfer yang aman membuat pelanggan hendak puas.

3) Sempurna jual

Penindakan keluhan yang kilat serta paham yang diserahkan pada pelanggan yang kurang puas membuat pelanggan hendak merasa aman dalam melaksanakan bisnis, alhasil pelanggan hendak puas.

4) Lokasi

Posisi yang posisinya gampang dijangkau keamanan, serta kenyamanan di posisi pula amat mempengaruhi kepada kepuasan pelanggan ialah semacam lampu penerangan, besar ruangan, parkir.

5) Waktu

Industri sediakan durasi cocok dengan yang di idamkan oleh pelangg.

Bagi Cravens(1996), faktor- faktor yang pengaruhi kepuasan pelanggan merupakan:

1) Sistem Pengiriman

Memindahkan produk dari produsen ke konsumen ataupun pelanggan akhir dalam pandangan usaha umumnya melingkupi saluran penyaluran dari pemasuk, pabrikan, serta perantara. Guna bisa mendinginkan konsumen, jaringan ini wajib berperan legal semacam bagian yang teratur serta terkoordinasi, dimana seluruh anggotanya paham serta menjawab keinginan serta kemauan konsumen.

2) Performa Produk atau Jasa

Penampilan serta kelebihan sesuatu produk ataupun pelayanan amatlah berarti dalam pengaruhi kepuasan konsumen.

3) Citra

Pandangan ataupun merk pabrik yang bagus ialah kelebihan bersaing yang pengaruhi kandungan kesucian konsumen dari akhir positif. Terjadinya pandangan merk(brand image) serta angka merk(brandequity) yakni pada dikala konsumen mendapatkan pengalaman yang melegakan dengan produk.

4) Jalinan Harga dan Nilai

Klien membutuhkan angka yang ditawarkan merk, cocok dengan harga yang diserahkan, oleh karenanya ada hubungan yang profitabel antara harga serta angka merk yang dipromosikan oleh pabrik legal semacam salah satu angka yang khusus legal semacam biayanya. Di lain pihak manajemen memberhentikan

guna bersaing atas bawah harga kecil di antara merek- merek dimana para klien telah mengakhiri angka yang balance.

5) Daya atau Hasil Karyawan

Energi produk serta sistem pengiriman terkait pada gimana seluruh bagian kalangan pengaruhi konsumen, bagus situasi yang melegakan atau tidak melegakan. Perlombaan Kelemahan serta tenaga para kompetitor pula pengaruhi kesucian konsumen serta ialah kesempatan guna mendapatkan kelebihan bersaing.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan oleh penulis bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut yang kualitas produknya baik.
- 2) Harga, untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan nilai untuk uang yang tinggi.
- 3) Kinerja, bahwa kesadaran akan keinginan konsumen berpengaruh kepada kinerja atau karyawan yang melayani dengan sopan, kemampuan berkomunikasi dengan baik, membantu nasabah yang membutuhkan bantuan dengan cepat, ramah dan nyaman.
- 4) Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya adalah melayani nasabah dengan harapan sangat memuaskan.

a. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler, yang dikutip Tjiptono (2008:34-35), ada 4 metode dalam pengukuran kepuasan nasabah, sebagai berikut:

1) Sistem Keluhan Dan Saran

Tiap kelompok yang mengarah pada pelanggan(customer- oriented) butuh membagikan peluang yang besar pada para nasabahnya guna mengantarkan anjuran, opini, serta keluhan mereka. Alat yang dipakai dapat berbentuk kotak anjuran yang diletakkan di tempat-tempat penting(yang gampang dijangkau ataupun kerap dilewati pelanggan), kartu pendapat(yang dapat diisi langsung ataupun yang dapat dikirim melalui pos pada industri), saluran telepon spesial leluasa pulsa, serta lain- lain. Data yang didapat lewat tata cara ini bisa membagikan gagasan terkini serta masukan yang bernilai pada industri, alhasil memungkinkannya guna bereaksi dengan paham serta kilat guna menanggulangi permasalahan yang mencuat. Hendak namun, sebab tata cara ini berkarakter adem ayem, sehingga susah memperoleh cerminan komplit hal kepuasan ataupun ketidak puasan pelanggan. Tidak seluruh pelanggan yang tidak puas hendak mengantarkan keluhannya. Dapat saja mereka langsung berpindah masuk serta tidak hendak membeli produk industri itu lagi. Usaha memperoleh anjuran yang baik dari pelanggan pula susah direalisasikan dengan tata cara ini. Terlebih lagi apabila industri tidak membagikan balasan balik serta perbuatan lanjut yang

mencukupi pada mereka yang sudah bersusah lelah berasumsi(mengamalkan ilham) pada industri.

2) *Ghost Shopping*

Salah satu metode guna mendapatkan cerminan hal kepuasan pelanggan merupakan dengan memperkerjakan sebagian orang(ghost shopping) guna berfungsi ataupun berlagak selaku pelanggan ataupun konsumen potensial produk industri serta kompetitor. Setelah itu mereka memberi tahu temuan- temuannya hal daya serta kelemahan produk industri serta kompetitor bersumber pada pengalaman mereka dalam pembelian bahan- bahan itu. Tidak hanya itu para ghost shopping pula bisa mencermati metode industri serta rivalnya melayani permohonan pelanggan, menanggapi persoalan pelanggan serta menanggulangi tiap keluhan. Terdapat bagusnya para administrator industri turun langsung jadi ghost shopping guna mengenali langsung gimana karyawannya berhubungan serta menganggap para nasabahnya. Pastinya pegawai tidak bisa ketahui jika atasannya lagi melaksanakan riset ataupun evaluasi(misalnya dengan metode menelpon perusahaannya sendiri serta mengajukan bermacam keluhan ataupun persoalan). Apabila mereka ketahui lagi ditaksir, pasti saja sikap mereka hendak jadi amat“ manis” serta hasil evaluasi hendak jadi bagus.

3) *Lost Customer Analysis*

Industri bertamu para pelanggan yang sudah menyudahi membeli supaya bisa menguasai kenapa perihal itu terjalin serta biar bisa

mengutip kebijaksanaan koreksi ataupun penyempurnaan berikutnya. Bukan cuma exit interview yang butuh, namun kontrol customer loss rate pula berarti, di mana kenaikan customer loss rate membuktikan kekalahan industri dalam melegakan nasabahnya.

4) Survei Kepuasan Nasabah

Bagi McNeal serta Lamb biasanya banyak riset hal kepuasan pelanggan yang dicoba dengan riset survey, bagus dengan survey lewat pos, telepon, ataupun tanya jawab individu. Lewat survey industri hendak mendapatkan asumsi serta korban balik(feedback) dengan cara langsung dari pelanggan serta pula membagikan ciri(signal) positif kalau industri meletakkan atensi kepada para nasabahnya.

b. Dimensi Kepuasan Nasabah

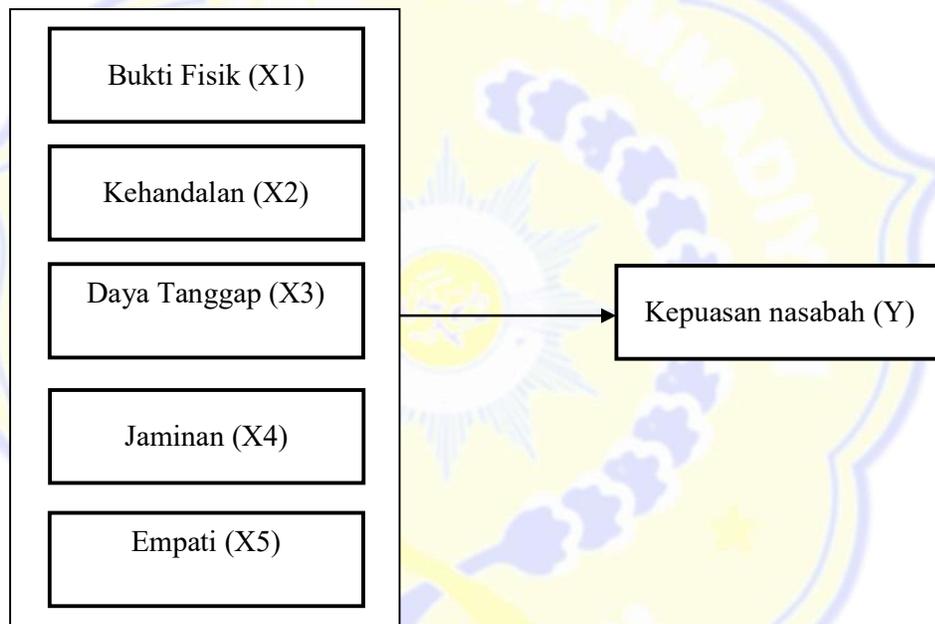
Menurut Parasuraman et al yang dikutip Tjiptono (2008:26), ada lima dimensi pokok yang digunakan untuk mengevaluasi kepuasan nasabah yaitu sebagai berikut:

- 1) Fakta raga, mencakup sarana raga, perkakas, karyawan, serta alat komunikasi.
- 2) Keandalan, ialah daya membagikan jasa yang dijanjikan dengan lekas, cermat serta melegakan.
- 3) Energi paham, ialah kemauan para karyawan pegawai guna bisa menolong para pelanggan serta membagikan jasa dengan paham.

- 4) Agunan, melingkupi wawasan, daya, sopan santun, serta watak bisa diyakini yang dipunyai para karyawan, leluasa dari ancaman efek ataupun keragu- raguan.
- 5) Empati, mencakup keringanan dalam melaksanakan ikatan, komunikasi yang bagus, atensi individu serta menguasai keinginan para nasabah.

2.3 Kerangka Pemikiran

Gambar 1. Kerangka Pikir



2.4 Hipotesis Penelitian

Anggapan riset yang hendak dicoba dalam riset ini merupakan selaku selanjutnya:

1. Hipotesis 1

H01 : Bukti fisik tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram.

Ha1 : Bukti fisik berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram.

2. Hipotesis 2

H02 : Kehandalan tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram.

Ha2 : Kehandalan berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram.

3. Hipotesis 3

H03 : Daya tanggap tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram.

Ha3 : Daya tanggap berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram.

4. Hipotesis 4

H04 : Jaminan tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram.

Ha4 : Jaminan berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram.

5. Hipotesis 5

H05 : Empati tidak berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram.

Ha5 : Empati berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram.

Hipotesis 6

H06 : Bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram.

Ha6 : Bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Cabang Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini memakai tipe riset kuantitatif dengan tata cara riset deskriptif. Begitu juga dikemukakan oleh (Sugiyono, 2012: 8) riset kuantitatif ialah: “tata cara riset yang bersumber pada metafisika positivisme, dipakai guna mempelajari pada populasi ataupun ilustrasi khusus, pengumpulan informasi memakai instrumen riset, analisa informasi berkarakter kuantitatif atau statistik, dengan tujuan guna mencoba anggapan yang sudah diresmikan”.

Riset ini dicoba guna mempelajari insiden yang sudah terjalin serta guna mengenali faktor- faktor yang bisa menimbulkan tampaknya peristiwa itu (Sugiyono, 2012: 7). Riset ini pula berkarakter korelasional, sebab mencari ikatan dampingi elastis yang diawasi. Setelah itu analisa yang dipakai ialah analisa kuantitatif dengan memakai analisa regresi berganda guna merumuskan hasil penelitian

Bersumber pada filosofi itu, riset deskriptif kuantitatif, ialah informasi yang didapat dari ilustrasi populasi riset dianalisis cocok dengan tata cara statistik yang dipakai. Riset deskriptif dalam riset ini dimaksudkan guna memperoleh cerminan serta keterangan- keterangan hal akibat mutu jasa kepada kepuasan pelanggan pada Bank Muamalat Agen Mataram.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Mataram Jl. KH. Ahmad No 1, Pagesangan, Kecamatan Mataram, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Waktu penelitian dilakukan pada Mei sampai selesai. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Cabang Mataram Pada Universitas Muhammadiyah Mataram.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan area abstraksi yang terdiri atas subjek ataupun poin yang mempunyai mutu serta karakter khusus yang diresmikan oleh periset guna dipelajari kemudian ditarik akhirnya (Sugiyono, 2012: 90).

Populasi merupakan totalitas subjek riset yang terdiri atas orang, binatang, barang- barang berkembang insiden, pertanda ataupun angka uji selaku basis informasi yang memiliki karakter khusus dalam sesuatu riset yang dicoba (Hadari Nawawi (1983).

Guna riset ini populasinya merupakan pelanggan Bank Muamalat Agen Mataram pada Universitas Muhammadiyah Mataram bulan Mei.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk mengambil sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *simple random sampling*. Menurut Slovin untuk menentukan besarnya sampel dicari dengan rumus:

$$N = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpha (0,01) atau sampling error = 10%

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416.025}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan rumus diatas, besaran sampel sebesar 96,04 dan dibulatkan sebanyak 96 responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Informasi pokok, ialah informasi yang didapat dengan cara langsung dari subjek yang diawasi. Bagi(Sugiyono, 2012: 137) yang melaporkan kalau“ informasi pokok merupakan basis informasi yang langsung membagikan informasi pada pengumpul informasi”.

3.4.2 Sumber Data

Didapat dari hasil angket cocok dengan pernyataan- pernyataan yang hendak dijawab oleh responden mengenai akibat mutu pelayanan kepada kepuasan pelanggan Bank Muamalat Cabang Mataram pada Universitas Muhammadiyah.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi (pengamatan) langsung Bank Muamalat Cabang Mataram pada Universitas Muhammadiyah.
- b. Angket, ialah sesuatu metode pengumpulan informasi dengan membuat catatan statment berupa opsi guna diseleksi oleh responden cocok dengan situasi yang dirasakannya. Angket ini bermaksud guna memperoleh informasi yang berkarakter kuantitatif serta relevan dengan riset. Angket itu terdiri dari: Bagian 1 bermuatan statment individu guna mengenali karakter responden. Bagian 2 bermuatan statment guna memperoleh informasi mengenai mutu jasa, serta kepuasan pelanggan

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen riset merupakan sesuatu perlengkapan yang dipakai mengukur kejadian alam ataupun social yang dicermati(Sugiyono, 2005: 97). Instrumen yang dipakai dalam riset ini merupakan angket ataupun angket yang bermuatan butir- butir statment guna dijawab oleh responden. Angket memakai bentuk rasio bersusun dengan 5 pengganti balasan. Penentuan angka yang diserahkan pada setiap biji instrumen merupakan biji instrumen yang berupa statment. Karena seluruh instrumen berupa pernyataan positif, maka

pemberian skor terhadap masing-masing butir adalah sebagai berikut:

1. Skor 1 buat jawaban amat tidak puas,
2. Skor 2 untuk jawaban tidak puas,
3. Skor 3 untuk jawaban cukup puas,
4. Skor 4 untuk jawaban puas, dan
5. Skor 5 untuk jawaban sangat puas.

3.7 Uji Coba Instrumen

Saat sebelum angket riset dipergunakan dalam riset sebetulnya, angket itu dicoba coba terlebih dulu. Percobaan coba instrumen dicoba guna mengenali apakah instrumen yang disusun betul- betul ialah instrumen yang bagus. Baik- buruknya instrumen hendak pengaruhi benar- tidaknya informasi yang diterima. Instrumen yang bagus wajibenuhi 2 persyaratan berarti ialah sah serta reliabilitas. Percobaan coba instrumen dimaksudkan guna mengenali keabsahan serta reliabilitas instrumennya, sehingga dapat diketahui layak tidaknya instrumen yang digunakan dalam penelitian.

1. Uji Validitas

Keabsahan merupakan sesuatu dimensi yang membuktikan tingkat-tingkat kevalidan ataupun instrumen. Percobaan ini dicoba dengan memandang hubungan ataupun angka tiap- tiap item persoalan dengan angka keseluruhan. Kalkulasi dilaksanakan memakai metode hubungan product moment, dengan bantuan aplikasi SPSS. Adapun rumus korelasi product moment adalah sebagai berikut:

Rumus:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y,

N : Jumlah responden,

$\sum XY$: Jumlah perkalian antara X dan Y,

$\sum X^2$: Jumlah dari X kuadrat, dan

$\sum Y^2$: Jumlah dari Y kuadrat (Sugiyono, 2005:182).

Dasar pengumpulan ketetapan bila r jumlah lebih besar r bagan sehingga butir- butir pertanyaan itu sah serta bila r jumlah lebih kecil r bagan sehingga butir- butir pertanyaan itu tidak sah ataupun gugur.

2. Uji Reliabilitas

Sesuatu perlengkapan ukur dibidang reliabilitas bila bisa membagikan hasil yang serupa apabila digunakan guna mengukur balik.

Kalkulasi percobaan reliabilitas memakai metode alpha, dengan dorongan aplikasi SPSS. Ada pula metode koefisien alpha sebagai berikut:

Rumus:

$$r_n = \frac{K}{(K-1)} + \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t}$$

Keterangan:

r_n : Reliabilitas instrumen,

K : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal,

$\sum \sigma^2 b$: Jumlah varians butir, dan

$\sigma^2 t$: Varians total (Arikunto, 2002:162)

Dasar pengambilan keputusannya jika r alpha hitung lebih besar dari r alpha tabel, maka instrument penelitian dinyatakan reliabilitas.

3.8 Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Pengetesan anggapan satu hingga dengan 3 dicoba dengan menganalisa informasi yang dicoba lewat sebagian jenjang dengan memasukkan informasi kuantitatif yang diperoleh dari angket yang telah terkumpul. Analisa regresi berganda dipakai guna mencoba akibat elastis mutu jasa kepada kepuasan pelanggan dengan memakai aplikasi SPSS. Adapun rumus regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e_i$$

Keterangan:

Y = kepuasan nasabah,

X = kualitas layanan,

e_i = *stochastic error term*.

Berikutnya dicoba analisa kepada goodness of bugat sesuatu bentuk ialah koefisienan pemastian(R^2). Koefisienan ini pada intinya mengukur seberapa jauh daya bentuk dalam menerangkan variansi elastis terikat. R^2 dipakai guna mengenali akurasi ataupun kesesuaian sesuatu garis regresi yang diaplikasikan kepada sesuatu golongan informasi hasil pemantauan serta guna mengukur besarnya nisbah(Persen) ataupun alterasi pergantian elastis terbatas. Angka R^2 berkisar antara 0- 1 terus menjadi besar angka

R²(mendekati 1) berarti terus menjadi sesuai sesuatu garis regresi serta sedemikian besar akibat elastis bebas kepada variabel dependen.

2. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Percobaan ini dipakai guna mengenali tanda- tanda yang diawasi, apakah memiliki penyaluran wajar ataupun tidak. Kalkulasi percobaan normalitas memakai metode Koefisien Kolmogorof Smirnof, dengan dorongan aplikasi SPSS. Adapun rumus Koefisien Kolmogorof Smirnof adalah sebagai berikut:

$$D = \text{maksimum } [f_o(X_i) - f_h(X_i)]$$

Keterangan:

D = Koefisien kolmogorof smirnof,

f_o = frekuensi kumulatif observasi,

f_h = frekuensi kumulatif harapan, dan

X₁ = data observasi (Siegel, 1982:59).

Kriteria interpretasinya bila koefisien kolmogorof smirnof itu mempunyai signifikansi(p) lebih besar dari 0. 05 sehingga informasi itu wajar namun bila Koefisien Kolmogorof smirnof itu mempunyai signifikansi(p) lebih kecil dari 0. 05 sehingga informasi itu tidak wajar.

b. Uji Multi Kolinieritas

Percobaan multi kolinieritas dilaksanakan selaku ketentuan digunakannya analisa regresi linier berganda dalam riset ini. Percobaan

multi kolineritas dicoba guna mengenali terjalin tidaknya multi kolineritas dampingi elastis leluasa serta dicoba dengan menyelidiki besarnya interkorelasi dampingi elastis leluasa. Kalkulasi percobaan multi kolineritas dicoba dengan memakai metode hubungan product moment, dengan dorongan aplikasi SPSS. Adapun rumus korelasi *product moment* adalah sebagai berikut:

Rumus:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y,

N : Jumlah responden,

$\sum XY$: Jumlah perkalian antara X dan Y,

$\sum X^2$: Jumlah dari X kuadrat, dan

$\sum Y^2$: Jumlah dari Y kuadrat (Sugiyono, 2005:182).

c. Uji Heteroskedastisitas

Percobaan heteroskedastisitas bermaksud mencoba apakah dalam bentuk regresi terjalin ketidaksamaan variance dari residual satu observasi ke observasi yang lain. Bila variance dari residual satu observasi ke observasi yang lain senantiasa sehingga diucap homoskedastisitas serta bila berlainan sehingga diucap heteroskedastisitas. Bentuk regresi yang bagus merupakan yang homoskedastisitas ataupun tidak terjalin heteroskedastisitas. Salah satu

metode guna mengetahui terdapat ataupun tidaknya heteroskedastisitas merupakan dengan tata cara spearman rank correlation dengan dorongan aplikasi SPSS. Adapun rumus dengan metode *spearman rank correlation* adalah sebagai berikut:

$$r^s = \frac{\sum dt}{(n)}$$

Keterangan:

r^s = Koefisien Rank Spearman antara disturbance term dengan variabel bebas,

dt = Perbedaan antara rangking residual dengan rangking variabel bebas, dan

n = Jumlah observasi.

Bila angka koefisien hubungan antara elastis leluasa dengan residual lebih kecil r - tabel ataupun angka kebolehjadian koefisien hubungan lebih besar dari keterbukaan kekeliruan yang dipakai, sehingga tidak terjalin pertanda heteroskedastisitas, sedemikian itu pula kebalikannya bila angka koefisien hubungan antara elastis leluasa dengan residual lebih besar dari r - tabel ataupun angka kebolehjadian koefisien hubungan lebih kecil dari keterbukaan kekeliruan yang dipakai, sehingga terjalin pertanda heteroskedastisitas.

3. Pengujian Hipotesis

Percobaan F dipakai guna membuktikan apakah seluruh elastis bebas ataupun leluasa yang dimasukkan dalam bentuk memiliki akibat dengan cara bersama- sama kepada elastis terbatas ataupun terikat. Bila angka F

lebih besar dari 4 pada bagian keyakinan 5 Persen, sehingga anggapan pengganti diperoleh, alhasil bisa diklaim kalau seluruh elastis bebas dengan cara berbarengan serta penting pengaruhi variabel dependen. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan Hipotesis

$H_0 : b_i = 0$ artinya tidak ada pengaruh yang nyata antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

$H_a : b_i \neq 0$ artinya ada pengaruh yang nyata antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Menentukan tingkat *confident of level* (= 5%) dan df dengan rumus n-k untuk mengetahui F tabel.

b. Membandingkan F hitung dengan F tabel

1) F hitung > F tabel; H_0 ditolak artinya semua variabel yang digunakan sebagai penduga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2) F hitung < F tabel; H_0 diterima artinya semua variabel yang digunakan sebagai penduga secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4. Uji signifikasi parameter individual (uji t)

Percobaan ini bermanfaat guna membuktikan akibat satu elastis penjelas dengan cara parsial, perseorangan ataupun individual dalam menerangkan variansi elastis terikat. Kesignifikan angka t ditunjukkan oleh p- value. Guna mencoba tingkatan penting dari tiap- tiap koefisien

regresi yang didapat dari kalkulasi, sehingga pada pengujian parsial ini, prosedurnya diawali dengan dirumuskannya anggapan nihil(H_0) serta anggapan pengganti(H_a1) untuk tiap koefisien regresi.

H_0 : $b_i = 0$ artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.

H_a1 : $b_i \neq 0$ artinya ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.

Setelah langkah tersebut, maka selanjutnya adalah menentukan tingkat signifikan dan *degree of freedom* (df) dengan rumus $n-k-1$ guna mengetahui t tabel untuk uji dua sisi.

Jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak, berarti variabel independen yang diteliti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima, yang berarti variabel independen yang diteliti tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.