

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH MAHASISWA UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH MATARAM MENABUNG DI BANK SYARIAH  
INDONESIA (BSI)**

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1)



Disusun oleh:

**FITRIYANI**

NIM: 2019B1C100

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

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH MAHASISWA UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH MATARAM MENABUNG DI BANK SYARIAH  
INDONESIA (BSI)**

Oleh:

**FITRIYANI**  
**NIM: 2019B1C100**

Untuk Memenuhi Ujian Skripsi  
Pada Tanggal 30 Juni 2023

Menyetujui,

**Pembimbing**

Pembimbing 1



**Drs. H. Abdurrahman, M.M**  
**NIDN. 0804116101**

Pembimbing 2



**Nurul Hidayati Indra Ningsih, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0806039101**

Mengetahui,

**Ketua Program  
Administrasi Bisnis**



**Lalu Hendri Maniza, S. Sos, MM**  
**NIDN. 0828108404**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH MAHASISWA UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH MATARAM MENABUNG DI BANK SYARIAH  
INDONESIA (BSI)**


Oleh:

**FITRIYANI**  
**NIM: 2019BIC100**


Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada Tanggal 30 Juni 2023  
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

**Tim Penguji**

**Drs. H. Abdurrahman, M.M**  
**NIDN. 0804116101**

  
(PU) (.....)

**Nurul Hidayati Indra Ningsih, S.E., M.M.**  
**NIDN. 0806039101**

  
(PP) (.....)

**Lalu Hendra Maniza, S. Sos, MM**  
**NIDN. 0828108404**

  
(PN) (.....)

**Mengesahkan,**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Mataram**

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

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi ini berjudul :  
"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Mahasiswa Univeritas Muhammadiyah Mataram Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI), ini merupakan hasil karya tulis asli yang saya ajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis pada program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Semua sumber yang saya gunakan dalam penulisan skripsi tersebut telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Jika kemudian hari terbukti bahwa karya saya tersebut bukan hasil karya tulis asli atau jiblanan dari orang lain. Maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku di Program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Mataram.

Mataram, 11 Juli 2023  
Yang membuat pernyataan



(FITRIYANI)  
NIM 2019BIC100





**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](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

**SURAT PERNYATAAN BEBAS  
PLAGIARISME**

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

Nama : FITRIYANI  
 NIM : 201931C100  
 Tempat/Tgl Lahir : Taliwang / 25 desember 2000  
 Program Studi : Administrasi Bisnis  
 Fakultas : FISIPOL  
 No. Hp : 085 337 273 686  
 Email : Fitriyani.251282@gmail.com

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

ANALISIS PENCARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUSAKAN NASABAH MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM MENARUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)

**Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 50%**

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis\* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik 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, ...17.../...08.../.....2023  
 Penulis

FITRIYANI  
 NIM. 201931C100

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](mailto:perpustakaan@ummat.ac.id)

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : FITRIYANI  
 NIM : 2019B1C100  
 Tempat/Tgl Lahir : Taliwang / 25 Desember 2000  
 Program Studi : Administrasi Bisnis  
 Fakultas : FISIPOL  
 No. Hp/Email : 085337272686 / fitriyani.21282@gmail.com  
 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 ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MASRAH  
 MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM MENABUNG DI BANK  
 SYARIAH INDONESIA (BSI)

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, 14 / 08 / .....2023  
 Penulis



FITRIYANI  
 NIM. 2019B1C100

Mengetahui,  
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



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



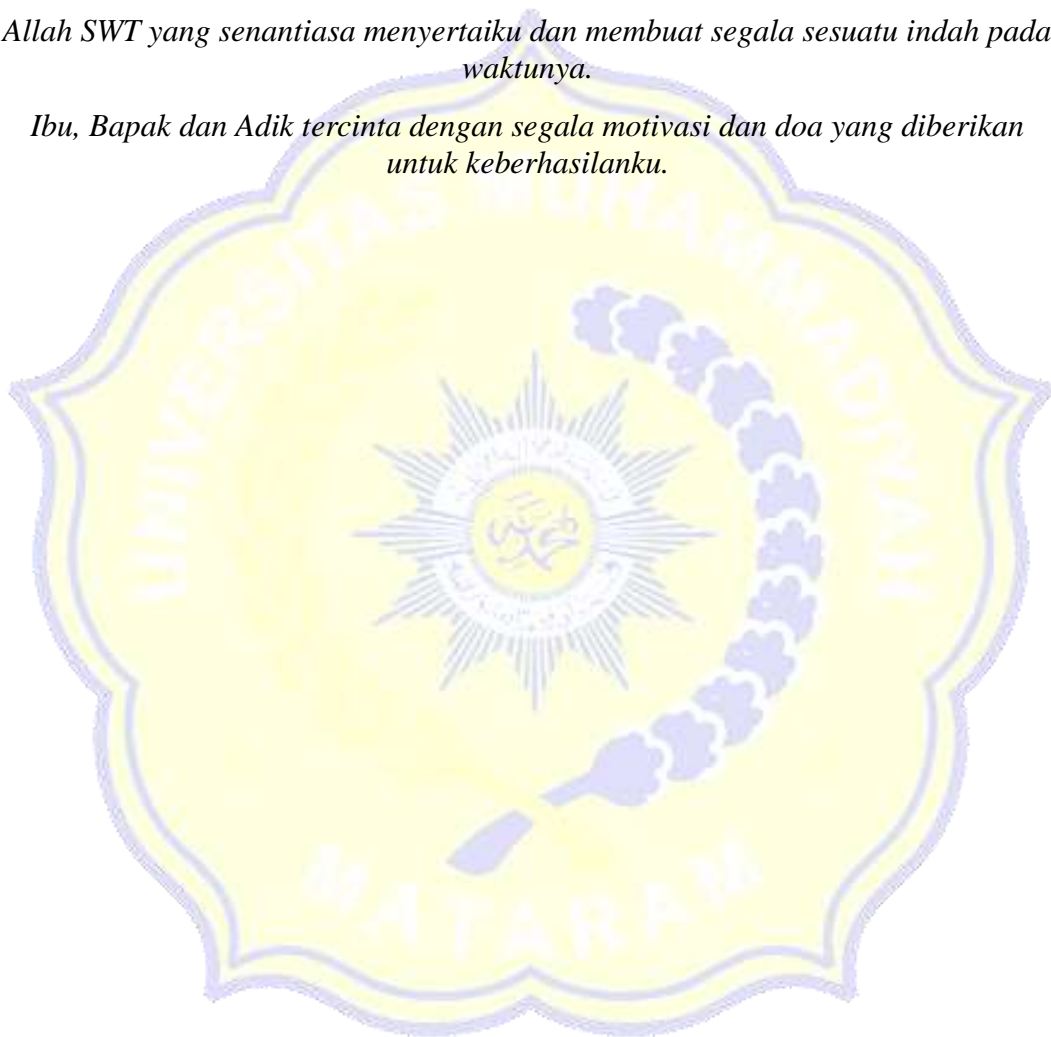
**MOTTO**

*“The best way to get started is to quit talking and begin doing.”*

**PERSEMBAHAN:**

*Allah SWT yang senantiasa menyertaiku dan membuat segala sesuatu indah pada waktunya.*

*Ibu, Bapak dan Adik tercinta dengan segala motivasi dan doa yang diberikan untuk keberhasilanku.*



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH MAHASISWA UNIVERSITA MUHAMMADIYAH MATARAM MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)”**. Maksud dan Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk melengkapi tugas dan memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana (S1).

Penulis juga menyadari dengan selesainya penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan kerja sama yang baik dari berbagai pihak, Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada yang kami hormati :

1. Bapak Drs. Abdul Wahab,. MA 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 Universitas Muhammdiyah Mataram.
4. Bapak Drs. H. Abdurrahman, M.M Selaku dosen pembimbing 1.



5. Ibu Nurul Hidayati Indra Ningsih, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing  
2.
6. Bapak dan Ibu tercinta dengan segala rasa hormat penulis hanturkan beribu banyak terima kasih atas segala kasih sayang, pengorbanan, do'a serta bimbingannya.
7. Bagi semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan atas kelancaran skripsi ini sampai selesai.
8. *Last but not least, i wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, and I wanna thank me for just being me at all times.*

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan Rahmat dan karunianya kepada pihak pihak yang telah memberikan segala bantuan tersebut diatas. Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya akan kekurangan dan kelemahan penyusunan proposal skripsi ini dan semoga ada manfaatnya. Amiin

Mataram, 08 Januari 2023

Mataram, 30 Juni 2023

Penyusun

FITRIYANI  
2019B1C100

## ABSTRAK

Fitriyani,2023. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Universitas Muhammadiyah Mataram Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI)**. Pembimbing I Drs. H. Abdurrahman, M.M dan Pembimbing II Nurul Hidayati Indra Ningsih, S.E., M.M.

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank hasil merger dari tiga bank syariah BUMN, yaitu PT Bank BRI syariah, PT Bank Mandiri Syariah, dan PT Bank BNI Syariah. Merger ini merupakan peran pemerintah dalam meningkatkan kompetensi bank syariah di Indonesia, sehingga menciptakan bank syariah terbesar di Indonesia yang berdaya saing global dan memiliki potensi menjadi 10 bank syariah teratas secara global berdasarkan kapitalisasi pasar. Dengan adanya merger ini, diasumsikan dapat berdampak pada loyalitas nasabah bank-bank syariah pramerger. Penelitian ini bertujuan untuk menguji lima variabel, yaitu berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati, yang diasumsikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini dilakukan terhadap 91 responden dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, Uji t, Uji F dan Uji Koefisien determinan ( $R^2$ ) dengan menggunakan software statistik SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

**Kata Kunci: Berwujud, Kehandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati, Bank Syariah Indonesia**

## ABSTRACT

Fitriyani, 2023. *The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction of Muhammadiyah University Mataram Saving at Bank Syariah Indonesia (BSI)*. Advisor I Drs. H. Abdurrahman, M.M and Advisor II Nurul Hidayati Indra Ningsih, S.E., M.M.

Bank Syariah Indonesia (BSI) resulted from the merger of three state-owned Islamic banks: PT Bank BRI Syariah, PT Bank Mandiri Syariah, and PT Bank BNI Syariah. This merger is an effort by the government to improve the competency of Islamic banks in Indonesia, establishing the largest Islamic bank in Indonesia that is globally competitive and has the potential to rank among the top 10 Islamic banks worldwide in terms of market capitalization. This merger is anticipated to affect the consumer loyalty of Islamic banks pre-merger. This study investigates the impact of tangibles, dependability, responsiveness, assurance, and empathy on consumer satisfaction. This investigation was conducted using quantitative research on 91 participants. Multiple linear regression analysis, *t*-test, *F*-test, and determination coefficient (*R*<sup>2</sup>) tests using SPSS statistical software version 25 were used to capture the data. This study's findings indicate that tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy influence consumer satisfaction.

**Keywords:** *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Bank Syariah Indonesia.*

MENGESAHKAN  
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA  
MATARAM \_\_\_\_\_



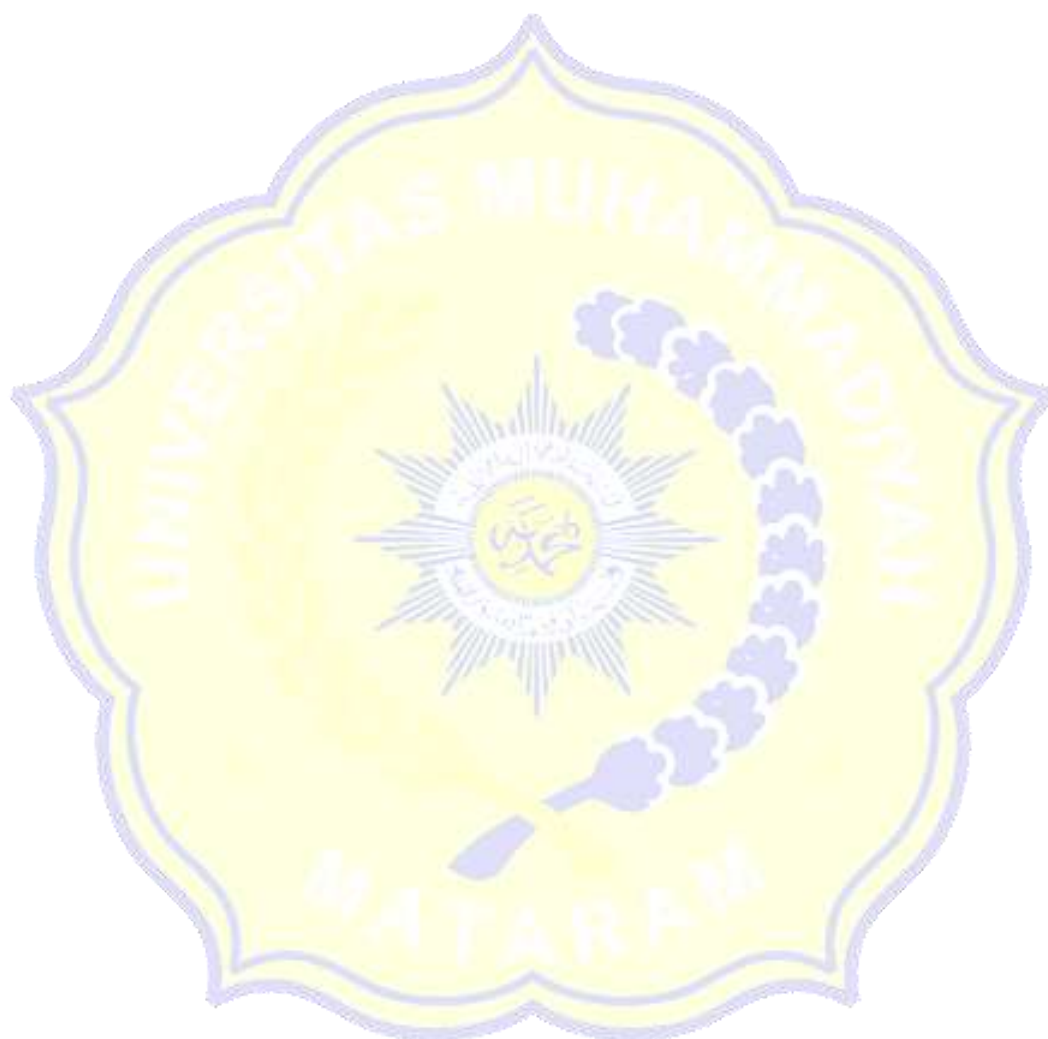


## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT BEBAS PLAGIASI.....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Kualitas Pelayanan .....	10
2.2.2 Kepuasan Nasabah .....	14
2.2.3 Bank Syariah .....	17
2.3 Kerangka berfikir .....	27
2.4 Hipotesis Penelitian.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	30
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	30
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	30

3.2.2 Waktu Penelitian .....	30
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	30
3.3.1 Jenis Data .....	30
3.3.2 Sumber Data.....	31
3.4 Populasi dan Sampel .....	32
3.4.1 Populasi .....	32
3.4.2 Sampel.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5.1 Kuesioner .....	33
3.5.2 Dokumentasi .....	34
3.6 Klasifikasi Variabel Penelitian.....	34
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	34
3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	37
3.8.1 Uji Validitas .....	37
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	38
3.9 Teknik Analisis Data.....	38
3.9.1 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	38
3.9.2 Uji t.....	39
3.9.3 Uji F .....	40
3.9.4 Uji Koefisien Determinan .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	42
4.1.1 Karakteristik Responden .....	42
4.2 Hasil Analisis Data .....	44
4.2.1 Uji Validitas .....	44
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	45
4.2.3 Analisis Regresi Linier.....	46
4.2.4 Uji Hipotesis.....	48
4.2.4.1 Uji F .....	48
4.2.4.2 Uji t.....	49
4.2.5 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	51
4.3 Pembahasan.....	52

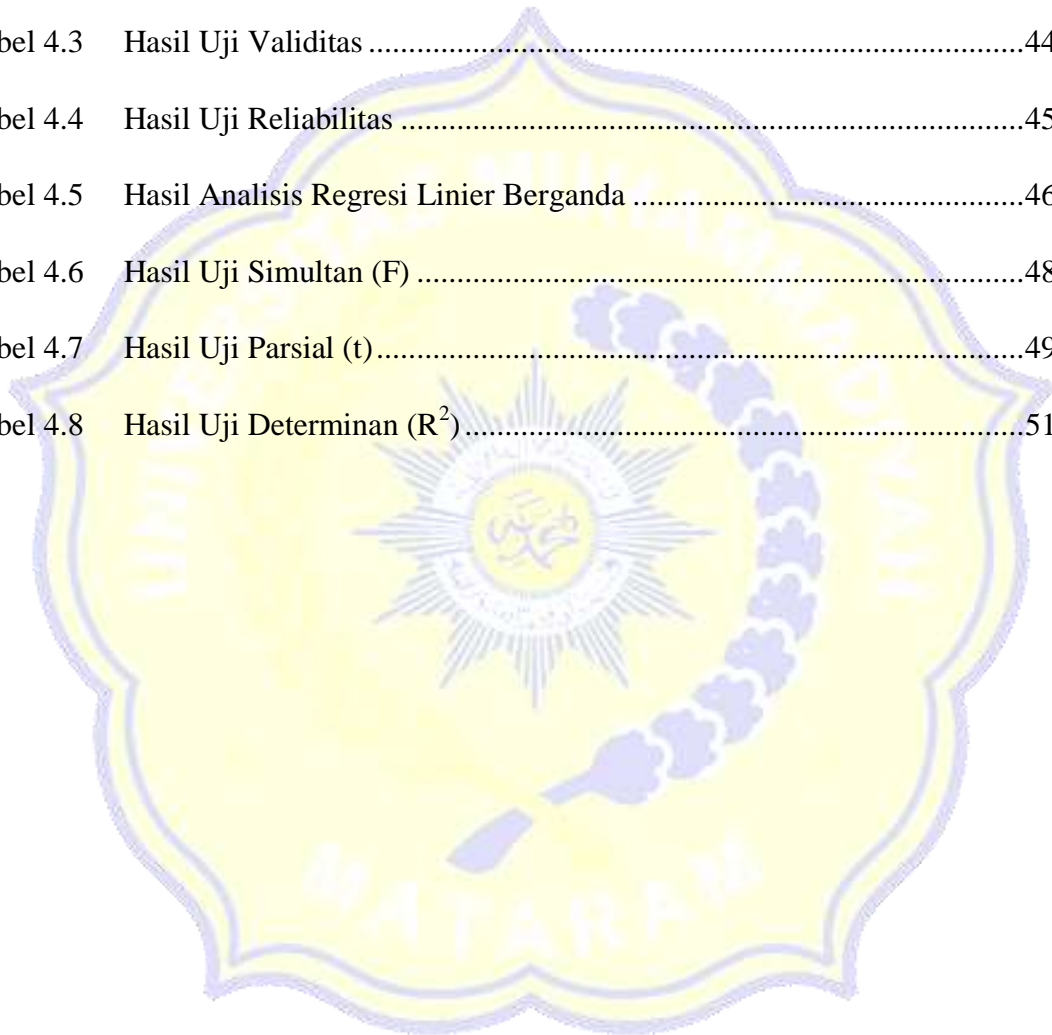
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>54</b>
5.1 Kesimpulan .....	54
5.2 Saran.....	55
<b>Daftar Pustaka</b> .....	<b>57</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	<b>59</b>





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram Menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) tahun 2020-2022.....	4
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas .....	44
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 4.5	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
Tabel 4.6	Hasil Uji Simultan (F) .....	48
Tabel 4.7	Hasil Uji Parsial (t).....	49
Tabel 4.8	Hasil Uji Determinan ( $R^2$ ).....	51



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis di era globalisasi, baik di pasar nasional ataupun di pasar internasional, menjadi sangat meningkat. Oleh sebab itu, perusahaan perlu cara agar bisa menghadapi persaingan yang sangat ketat ini. Dalam meraih kesuksesan, perusahaan akan menemui banyak tantangan. Maka langkah untuk mengantisipasinya, perusahaan harus mampu bekerja dengan tepat dengan memakai pelbagai sumber daya yang dipunyai agar bisa diterima di pasar. Yang harus dilihat perusahaan dalam meraih kesuksesan salah satunya ialah kualitas pelayanan. (Madona, 2017:01)

Pelayanan, pada dasarnya ialah kegiatan yang disediakan atau ditunjukkan agar memberi kepuasan pada pelanggan, lewat pelayanan ini keinginan serta keperluan pelanggan bisa dipenuhi (Kasmir, 2010:22). Secara umum, penilaian terhadap pelayanan di Indonesia kurang baik dan terkesan bertele-tele sehingga masalah itulah yang mesti dibenahi perusahaan dan lembaga lainnya agar bisa memperbaiki citra buruk itu jadi baik. Seperti yang diketahui, masalah ialah ketaksesuaian suatu kondisi dengan apa yang diharapkan. Sama halnya pada dunia perbankan, teknologi yang berkembang begitu pesat

menjadikan keunggulan sebuah produk sukar untuk dipertahankan, dikarenakan pada dasarnya produk lebih gampang diduplikat. Karena itu, pelayanan dengan kualitas baik sangat dibutuhkan agar mampu memberi pelayanan yang optimal dan kualitasnya sejalan dengan yang diinginkan oleh seluruh nasabahnya dan itu akan memberikan kepuasan pada mereka.

Peningkatan kualitas ialah salah satu upaya dalam memperoleh kepuasan nasabah, karena pelanggan merupakan bagian terpenting dalam mengungkapkan perihal kepuasan serta kualitas nasabah. Problem kualitas telah jadi “harga yang mesti dibayar” oleh perusahaan agar bisa bertahan pada bisnisnya. Saat ini, hampir seluruh perusahaan, terlebih perusahaan jasa bisa menciptakan kualitas pelayanan yang serupa dengan diterapkan ISO 9001. (Lupiyoadi, 2008:168)

Menurut Rusydi (2017: 39) Kecakapan perusahaan dalam memberi pelayanan yang baik dan berkualitas dibandingkan pesaingnya ialah bagian kualitas pelayanan. (Hasan, 2010:91) Untuk mendapatkan nilai dan kepuasan, kualitas pelayan menjadi kunci, karena jika pelayanan yang didapatkan atau dirasa telah sejalan dengan yang diinginkan, maka pelayanan digambarkan sangat bagus juga memuaskan. Sebaliknya bila pelayanan yang diperoleh beda dengan apa yang diinginkan akan menjadikan kualitas pelayanan dicap buruk dan membuat kecewa. Oleh sebab itu, baik dan tidaknya kualitas pelayanan ada pada kecakapan pemberi layanan dalam memenuhi ekspektasi pelanggannya dengan konsisten.



Menurut Parasuraman, ada beberapa dimensi kualitas pelayanan, yaitu; *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibles* (Tjiptono, 2014:282). Dimensi-dimensi ini jadi penentu tingkat rasa puas seluruh nasabah. Kualitas pelayanan dengan rasa puas nasabah begitu erat kaitannya. Kualitas pelayanan menciptakan sugesti positif pada nasabah agar membuat jalinan yang kuat pada pihak bank. Hal yang terjalin semacam ini dalam jangka waktu panjang membuat perusahaan mengerti dengan baik ekspektasi pelanggan maupun keperluan mereka. Kepuasan dan ketakpuasan pelanggan terhadap produk atau jasa, pada dasarnya akan memengaruhi pola sikap selanjutnya.

Dengan bisnis perbankan begitu juga, yang sejatinya bisnis berlandaskan rasa percaya, problem kualitas pelayanan jadi faktor yang begitu urgen dalam menetapkan kesuksesan ini. Karena kepuasan nasabah menjadi faktor penting dalam berhasil tidaknya sebuah bisnis perbankan. Bila nilai pada perbankan bagi nasabah ialah tidak sukar dalam bertransaksi, maka rasa puas nasabah akan diperoleh pada bank yang bisa menghindari kesukaran dalam proses transaksi finansial yang dilakukan. (Loc.it :194)

Dalam perihal ini, pelayanan ialah poin penting yang begitu diprioritaskan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Sebuah motivasi kerja pihak bank untuk menjaga nasabahnya ialah dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik juga cekatan, dengan kata lain nasabah merasa puas pada pelayanan yang diberi oleh pihak bank.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bank**  
**Syariah Indonesia tahun 2020-2022**

Tahun	Jumlah Nasabah
2020	743
2021	1.081
2022	1.010

Sumber: Bank Syariah Indonesia

Tabel 1.1 menunjukkan kalau total nasabah Bank Syariah Indonesia mengalami fluktuatif. Di tabel di atas terlihat kalau terjadi kenaikan total nasabah dari th. 2020 sampai 2021 sebesar 338 mahasiswa. Selanjutnya, pada tahun 2022 jumlah nasabah mengalami penurunan sebesar 71 mahasiswa. Peningkatan atau penurunan total nasabah ini bisa menunjukkan tingkat rasa puas yang dirasakan oleh nasabah dalam memperoleh pelayanan dari Bank Syariah Indonesia.

Dalam pelaksanaan operasionalnya, Bank Syariah Indonesia hadir sebagai bank yang prinsip-prinsip syariahnya dipegang secara teguh. Bank Syariah Indonesia ini tahu betul kalau kualitas pelayanan ialah komponen penting dalam menciptakan rasa puas nasabah. Semakin kritisnya nasabah terhadap pelayanan yang didapat, menjadikan Bank Syariah Indonesia mesti mampu menjalankan kegiatan operasional dengan baik agar memberikan pelayanan berkualitas. Dengan demikian Bank Syariah Indonesia mesti memberi pelayanan yang berkualitas agar nasabah memperoleh rasa aman serta nyaman. Dari memerhatikan dasar inilah yang melatarbelakangi penulis tertarik untuk membahasnya pada karya ilmiah berjudul “ANALISIS

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH MAHASISWA MENABUNG DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian di atas maka, yang jadi permasalahan pokok dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah Variabel *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram Menabung di Bank Syariah Indonesia?
2. Apakah Variabel *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram Menabung di Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah Variabel *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram Menabung di Bank Syariah Indonesia?
4. Apakah Variabel *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram Menabung di Bank Syariah Indonesia?
5. Apakah Variabel *Emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram Menabung di Bank Syariah Indonesia?



### 1.3 Tujuan Penelitian

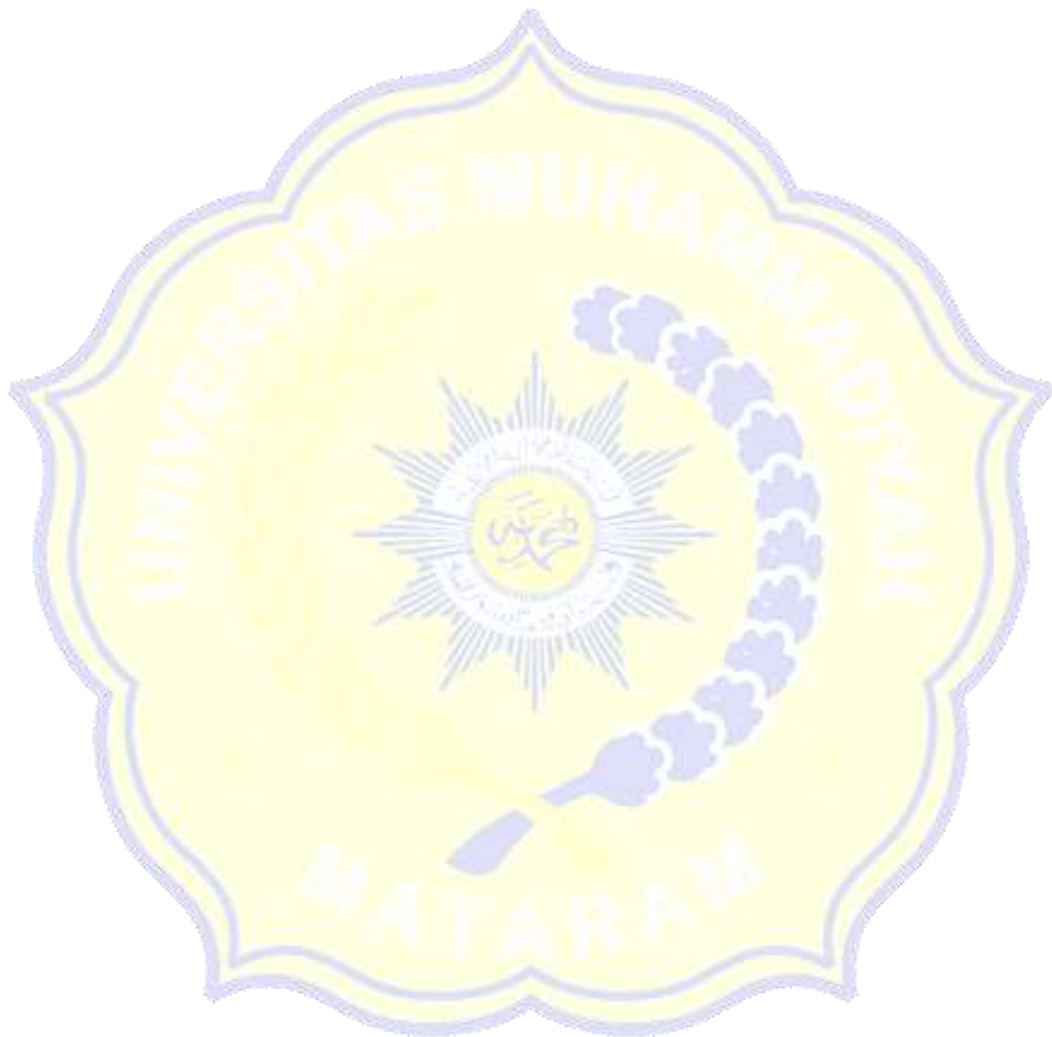
Tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu:

1. Agar tahu pengaruh Variabel *Tangible* terhadap kepuasan nasabah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram
2. Agar tahu pengaruh Variabel *Reliability* terhadap kepuasan nasabah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram
3. Agar tahu pengaruh Variabel *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram
4. Agar tahu pengaruh Variabel *Assurance* terhadap kepuasan nasabah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram
5. Agar tahu pengaruh Variabel *Empathy* terhadap kepuasan nasabah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Dari segi akademik, penelitian ini bisa menjadikan wawasan penulis lebih banyak, serta mahasiswa mengetahui fasilitas dan produk produk yang disediakan oleh bank syariah.
2. Dari segi praktis, hasil penelitian ini mampu menambah penbendaharaan keperustakaan bagi Universitas Muhammadiyah Mataram, khususnya mengenai kualitas pelayanan pada rasa puas mahasiswa pada Bank Syariah Indonesia.
3. Dari segi pragmatis, hasil penelitian ini juga bisa menjadi referensi bagi seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram maupun

mahasiswa pada umumnya, yang ingin mengadakan penelitian terkait kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia terhadap rasa puas nasabah mahasiswa.



## BAB II

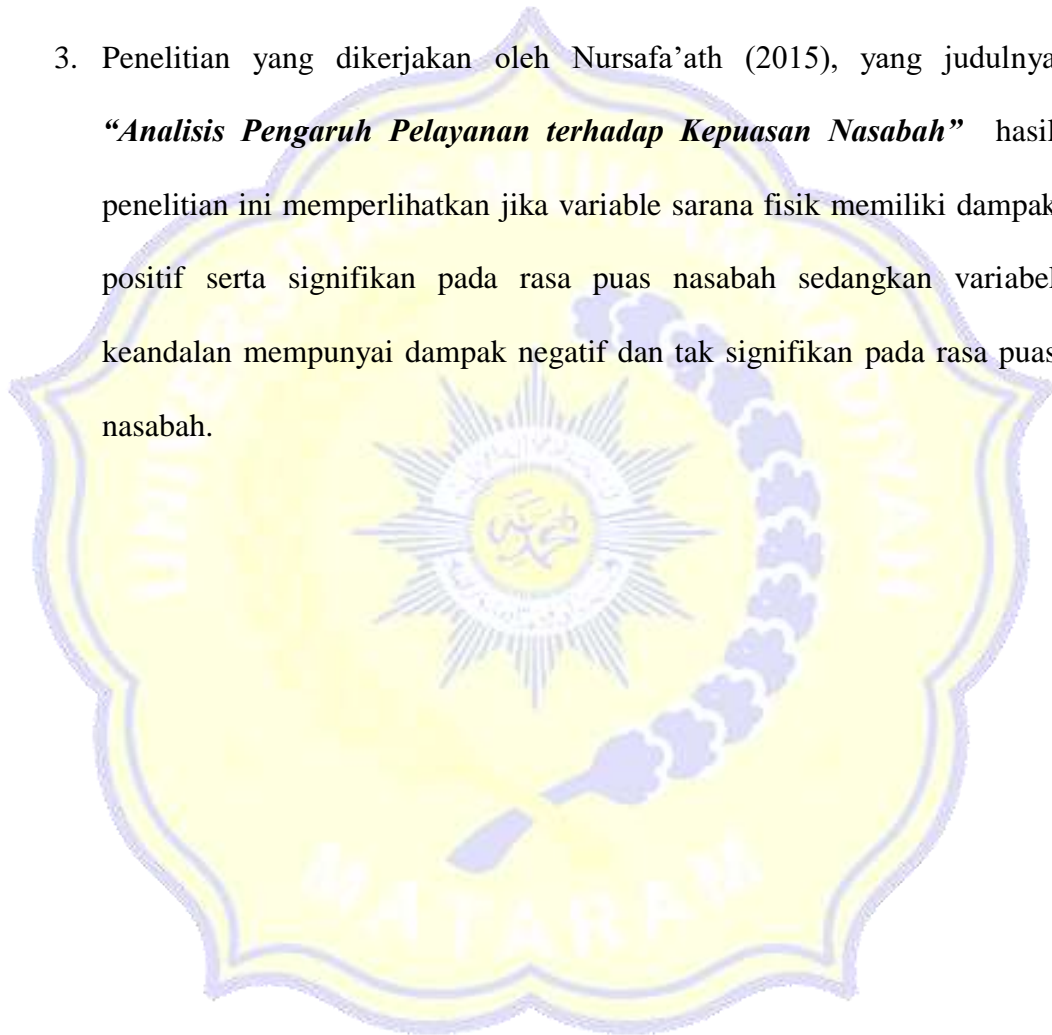
### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian terkait analisis dampak kualitas pelayanan pada rasa puas nasabah juga dikerjakan oleh Isti Wahyuni (2008), "*Pengaruh Sistem Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah BMT Mitra Usaha Mulia Temple Sleman*". Tujuan penelitian ini, agar tahu ada tidaknya dampak sistem pelayanan pada loyalitas nasabah BMT Mitra Usaha Mulia Tempel Sleman, agar tahu adakah dampak kepuasan pada loyalitas nasabah BMT MUM Tempel Sleman, dan agar tahu apakah sistem pelayanan memengaruhi loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel moderating. Dalam penelitian ini, menggunakan penelitian kuantitatif dan pengumpulan data dalam ini dikerjakan dengan memakai metode wawancara dan kuesioner. Penelitian ini hasilnya membuktikan bahwa variabel sistem pelayanan tak berdampak secara signifikan pada loyalitas nasabah.
2. Penelitian lain tentang kepuasan juga dilakukan Khasan (2013), "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah*". Tujuan dari penelitian ini, agar tahu dampak kualitas pelayanan pada tingkat rasa puas nasabah di BMT Islamic Centre, agar tahu dampak kualitas produk pada tingkat rasa puas nasabah di BMT Islamic Centre, dan agar tahu dampak kualitas pelayanan serta kualitas

produk pada rasa puas di BMT Islamic Centre. Hasil dalam penelitian ini ialah uji t mengatakan variable *reliability* dan *empathy* berdampak positif pada alpha 5% terhadap rasa puas nasabah, sedangkan variabel *tangible*, *responsiveness* serta assurance tak berdampak positif pada rasa puas nasabah.

3. Penelitian yang dikerjakan oleh Nursafa'ath (2015), yang judulnya ***“Analisis Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah”*** hasil penelitian ini memperlihatkan jika variable sarana fisik memiliki dampak positif serta signifikan pada rasa puas nasabah sedangkan variabel keandalan mempunyai dampak negatif dan tak signifikan pada rasa puas nasabah.





## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Kualitas Pelayanan

#### 2.2.1.1 Pengertian

Pendapat Supranto (2006: 234) kualitas pelayanan ialah suatu kata yang bagi penyedia jasa ialah suatu yang mesti dikerjakan dengan benar, sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja, aplikasi kualitas ialah bagian penting strategi perusahaan dalam rencana mendapat kesuksesan yang berkelanjutan, atau sebagai pemimpin pasar maupun sebagai strategi agar tumbuh keras.

Perusahaan dengan kualitas pelayanan yang optimal akan menimbulkan nilai bagus yang dirasakan konsumen. Perusahaan tak dapat cuma mengandalkan fasilitas atau teknologi yang ada, akan tetapi bagaimana membuat kualitas pelayanan yang bermutu. (Samarwan, 2011: 234)

Perencanaan, penciptaan, dan pemberian produk yang berguna bagi pelanggan merupakan kecapakan kualitas dalam pelayanan. Kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah ialah penilaian secara umum, selaras dengan spesifiknya transaksi, lebih abstraks serta eksklusif karena dilandasi pada berbagai persepsi kualitas yang terhubung dengan rasa puas serta komparasi berbagai harapan yang terkait dengan berbagai persepsi kinerja produk jasa bank, fleksibilitas respon pada keperluan pasar yang berubah-

ubah. Kualitas dari pelayanan ialah ciri serta kriteria dari pelayanan yang memengaruhi kecakapan karyawan untuk memenuhi keperluan yang dikatakan oleh pelanggan ataupun tersirat dalam diri seorang pelanggan.

Ada beberapa atribut kualitas dari pelayanan yang bisa memuaskan pemakai industri jasa ialah:

1. Tepatnya waktu pelayanan yakni pegawai mampu untuk menyelesaikan pelayanan dengan proses yang singkat sehingga mampu meminimalisir jam tunggu nasabah.
2. Ketelitian pelayanan, yakni pelayanan yang ada kaitannya dengan reliabilitas pelayanan, tanggungjawab dan bebas dari berbagai kekeliruan.
3. Sopan santun dalam pelayanan, harus diutamakan oleh pegawai yang berhadapan secara tatap muka dengan nasabah.
4. Memperoleh pelayanan dengan mudah, semisal outlet, cukupnya total pegawai yang melayani, administrasi, fasilitas penunjang, semisal perangkat teknologi guna memproses data, dll. (Hasan, 2010: 91-92)

#### **2.2.1.2 Dimensi Dari Kualitas Sebuah Pelayanan**

Pendekatan dari kualitas jasa yang begitu banyak dipakai jadi patokan dalam suatu riset pemasaran salah satunya ialah model SERVQUAL (*Service Quality*) yang jadi berkembang oleh Parasuraman dkk. Dalam rangkaian penelitian atau riset yang mereka lakukan pada 6 sektor jasa. Servqual dibentuk atas dasar dibandingkannya 2 factor utama, yakni persepsi dari pelanggan pada layanan nyata yang sudah mereka terima (*perceived service*)

dengan sebuah layanan yang sebetulnya diharapkan (*expected service*). (Lupiyoadi, 2014: 216)

Bila kenyataannya itu sama atau jauh lebih dari yang diinginkan maka sebuah layanan bisa disebut berkualitas tinggi serta membuat kepuasan. Sebaliknya, kalau realitasnya tidak sesuai dari yang diinginkan maka sebuah layanan bisa dibilang tak memiliki kualitas atau tak membuat kepuasan. Dengan kata lain, kualitas jasa bisa digambarkan dengan seberapa jauhnya sebuah perbedaan antara realitas dengan ekspektasi pelanggan atas sebuah layanan yang telah mereka dapat.

Telah dirangkum kalau servqual memiliki 5 dimensi yang dikembangkan Parasuraman, dkk (2011:11) seperti di bawah:

- 1) Berwujud (*tangible*), yakni kecakapan sebuah perusahaan dalam memperlihatkan keberadaannya pada pihak luar. Penampilannya serta kecakapan dari sarana ataupun prasarana fisik sebuah perusahaan yang mampu diandalkan kondisi lingkungan di sekitar perusahaan ialah bukti nyata dari sebuah pelayanan yang diberikan oleh seorang pemberi jasa. Perihal ini mencakup fasilitas fisik. Semisal sebuah bangunan, tempat penyimpanan, perlengkapan serta alat-alat yang dipakai (teknologi), dll.
- 2) Reliabilitas, yakni perusahaan cakap untuk memberi sebuah pelayanan yang berhubungan dengan janji secara valid juga bisa dipercaya. Kemampuan kerja mesti sesuai dengan ekspektasi seorang pelanggan yang bermakna ketepatan waktu pelayanan yang sama untuk seluruh pelanggan

tanpa kekeliruan, sikap simpati ataupun empati, dan dengan akurasi yang tepat.

- 3) Ketanggapan (*responsiveness*), yakni suatu kebijakan untuk menolong serta member sebuah pelayanan yang sigap (responsif) serta benar pada seorang pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang gamblang. Membiarkan pelanggan menanti dalam waktu lama membuat persepsi yang negatif.
- 4) Jaminan maupun kepastian (*assurance*), yakni wawasan, keramahan dan kecakapan seluruh karyawan perusahaan dalam menciptakan rasa percaya seorang pelanggan pada perusahaan. Perihal ini mencakup pelbagai komponen, yaitu: komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan/serta sopan santun (*courtesy*).
- 5) Empati (*empathy*), yakni dengan perhatian yang ikhlas yang sifatnya pribadi yang diberikan pada seluruh pelanggan atas upaya mengerti kemauan mereka. Perihal ini jadi harapan kalau sebuah perusahaan mempunyai pemahaman serta wawasan terkait seorang pelanggan, paham akan keperluan seorang pelanggan secara khusus, serta mempunyai waktu yang nyaman untuk seorang pelanggan.

Orientasi bank pada sebuah pelayanan bisa mendapat kesuksesan, kepekaan bank yang memerhatikan sikap emosional seorang nasabah sebagai sebuah indikator, mesti ditanggapi dengan baik agar selanjutnya ditawarkan pada nasabah. Sebuah pelayanan bisa membuat seorang



nasabah merasa puas, jikalau CEO atau marketernya menitikberatkan fokusnya atas upaya memuaskan kemauan seorang nasabah dengan menetapkan seorang nasabah menjadi target utama yang akan dilayani, mengidentifikasi kemauan seorang nasabah, mengembangkan sebuah produk yang bisa memenuhi kemauan seorang nasabah. (Hasan, 2010:94). Dari konsep ini kualitas pelayanan memiliki 5 yakni; *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

## **2.2.2 Kepuasan Para Nasabah**

### **2.2.2.1 Pengertian**

Wilkie mendefinisikan rasa puas seorang pelanggan sebagai respon suatu emosional pada tahap evaluasi kepada pengalaman mengonsumsi sebuah produk atau jasa. (Tjiptono, 2014: 354). Kepuasan memiliki pengertian lain yakni; rasa senang hati atau juga bisa rasa kecewa seseorang yang asalnya dari perbandingan atas kesannya pada hasil kerja atau hasil sebuah produk dan berbagai harapannya. (Sumarni, 2002: 225-226)

Respon pelanggan pada ketaksesuaian antar tingkat keperluan sebelumnya dengan kinerja yang aktual akan dirasakannya setelah pemakaian ialah juga pengertian kepuasan seorang pelanggan. Tindakan bijaksana perusahaan ialah mengukur rasa puas pelanggan dengan teratur karena itu ialah sebuah kunci untuk menjaga para pelanggan. Pelanggan yang merasa puas hati biasanya senantiasa loyal untuk jangka waktu

panjang, membuatnya membeli lagi produk yang ditawarkan oleh perusahaan saat sebuah perusahaan mempromosikan produk barunya serta memperbaharui sebuah produknya yang sudah lama ada, membahas hal yang baik terkait sebuah perusahaan, serta produknya pada orang-orang lain, tak begitu memerhatikan merek pesaing perusahaan juga tak begitu sensitif pada harga. (Kotler, 2008: 140)

Para pelanggan yang telah merasa memperoleh value dari seorang pemasok, produsen serta penyedia jasa ialah pelanggan yang merasa puas. Value ini asalnya dari produk-produk yang ditawarkan, pelayanan yang baik, sistem yang bagus atau sesuatu yang sifatnya emosional. Seorang pelanggan yang merasa puas ialah pelanggan yang nantinya akan membagikan rasa puasnya serta pengalamannya kepada para pelanggan yang lain. Ini nantinya akan jadi referensi setiap perusahaan yang bersangkutan. Oleh karenanya, baik seorang pelanggan ataupun suatu produsen akan merasa diuntungkan jika adanya sebuah kepuasan.

#### **2.2.2.2 Beberapa Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Nasabah**

Memberi kepuasan pada seorang nasabah diperlukan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi tingkat rasa puas seorang nasabah. Pendapat Irawan (2018) ada 5 dimensi utama kepuasan nasabah, yakni;

1. Kualitas dari produk ataupun jasa; sejatinya konsumen akan lebih bisa puas bila setelah membeli atau memakai sebuah produk atau memakai suatu jasa terkait dengan kualitas terbaik.
2. Nomial Harga. Bagi seorang konsumen yang selektif, murahness harga ialah pemicu rasa puas yang utama, karena seorang konsumen akan memperoleh *value for money*. Komponen terkait harga ini cenderung tak begitu penting untuk konsumen yang tak selektif kepada nominal harga.
3. *Service Quality*, 3 hal yang menjadi tolak ukur service quality, yakni sebuah sistem, perangkat teknologi, serta manusia.
4. Emosional. Persepsi pelanggan menjadi peranan yang begitu penting atas adanya suatu emotional value yang dapat diberikan oleh beberapa merek.
5. Lokasi. Lokasi yang terjangkau atau dekat membuat konsumen bisa merasa puas, karena lokasi yang gampang memungkinkan memperoleh produk atau jasa terkait dengan cepat.

### **2.2.2.3 Faktor Faktor yang Meningkatkan Kepuasan Nasabah**

Beberapa faktor mampu meningkatkan kepuasan nasabah ialah;

1. Petugas dari bagian *customer service* yang dapat menarik dari segi tampilan juga gaya ucap yang bisa membuat konsumen tak jenuh.

2. Sebagai seorang pada bagian *customer service* harus sigap dan tanggap pada kemauan seorang nasabah dan sigap memberi layanan ke seorang nasabah. Lain dari itu, pelayanan yang telah diberikan mesti baik dan cepat.
3. Sebuah ruang tunggu yang nyaman harus disediakan, ruangnya mesti luas, sejuk, terang, dekorasinya elok, suasana kondusif, kebersihannya selalu terjaga, dan keamanan para nasabah senantiasa terjaga. (Ibid, 06)
4. Brosur yang disediakan lengkap untuk bisa memberi informasi sehingga sesuai dengan harapan nasabah.

### **2.2.3 Bank Syariah**

#### **2.2.3.1 Pengertian**

*Banger* (bahasa perancis) adalah asal kata bank, dan dari kata *banco* (bahasa Italia) yang artinya peti/lemari atau bangku. Peti/lemari atau bangku mendefinisikan fungsi dasar bank konvensional, yakni: 1. menyediakan tempat yang aman untuk menipkan uang (*safe keeping function*), 2. disediakannya alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa (*transaction function*).

Menurut KBBI, bank syariah bisa berarti lembaga keuangan yang usaha utama memberikan kredit serta jasa dalam lalu lintas pembayaran maupun peredaran uang yang landasannya berprinsip syariah.

Bank Syariah ialah suatu bentuk dari bank modern yang berlandaskan hukum islam, dikembangkan oleh islam pada abad



pertengahan dengan memakai konsep bagi resiko sebagai sistem utama dan meniadakan sistem keuangan yang dilandaskan pada kepastian dan keuntungan yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Bank Syariah ialah sebuah badan usaha yang termasuk dalam lingkup Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Menurut dewan syariah nasional, definisi LKS ialah lembaga yang mengeluarkan produk keuangan syariah dan yang telah dapat izin beroperasi sebagai lembaga keuangan syariah.

Dari pengertian-pengertian di atas bisa dipahami kalau bank syariah ialah suatu bentuk dari bank modern yang mengoperasikan kegiatannya baik dalam bentuk produk ataupun jasa bank dengan memakai pedoman syariah yang tak mengandung gharar, riba, dan maysir.

#### **2.2.3.2. Dasar hukum Bank Syariah**

Hukum perbankan ialah kumpulan peraturan hukum yang mengatur kegiatan lembaga keuangan bank yang mencakup segala aspek, dilihat dari segi esensi dan eksistensinya, juga kaitannya dengan bidang kehidupan lain. Undang-undang pasal 2 nomor 7 tahun 1992 setelah diubah ke dalam Undang-undang nomor 10 tahun 1998 perihal perbankan, bahwa perbankan Indonesia dalam melakukan kegiatan usahanya berdasarkan demokrasi ekonomi, yang mana nilai-nilai luhur yang terdapat dalam asas demokrasi ekonomi mesti

diimplementasikan dalam sistem perbankan nasional seperti dalam kegiatan operasional, hubungan hukum dengan nasabah, lembaga terkait dan pengawasan bank syariah.

Undang-undang No. 10 tahun 1998 sebagai landasan hukum bank syariah, perkembangan bank syariah menjadi semakin pesat terlebih setelah didukung UU No. 23 tahun 1999 tentang bank Indonesia (BI) yang mengatakan bahwa BI mampu menerapkan kebijakan moneter berlandaskan prinsip-prinsip syariah.

Undang-undang perbankan nomor 21 tahun 2008 terkait perbankan syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa majelis ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (*'adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), *universalisme (alamiyah)*, serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim, dan obyek yang haram.

Selaras dengan arah pembangunan nasional serta keperluan masyarakat indonesia akan jasa perbankan syariah yang mempunyai kekhususan dibandingkan dengan perbankan konvensional, maka sudah dibentuk pula Undang undang No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah ini menjawab pertanyaan dalam UU No 10 tahun 1998 yang belum spesifik, disamping PSAK syariah (101-105) yang telah dipeberahui dan berlaku mulai 1 Januari 2008.

#### **2.2.3.3. Prinsip Bank Syariah**

Bank syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya, mempunyai pedoman dan prinsip dasar perbankan syariah yang mengarah pada Al-Quran juga Hadist. Dasar beroperasinya bank Islam mempunyai akar prinsip dalam sistem ekonomi islam, yang tak membolehkan konsep riba dan tak membolehkan pinjam uang selain dari kemitraan atau kerjasama dengan prinsip bagi hasil.

Dasar falsafah beroperasinya bank syariah yang menjiwai semua hubungan transaksinya berprinsip pada 3 hal, yakni; efisiensi, keadilan, serta kebersamaan. Efisiensi mengarah pada prinsip saling bantu secara sinergis untuk mendapat keuntungan atau margin yang besar. Keadilan mengarah pada hubungan yang tak mencurangi, ikhlas, dan dengan persetujuan yang matang atas proporsi pemasukan atau pengeluarannya. Serta kebersamaan mengarah pada prinsip saling membantu dan memberi nasihat untuk saling berproduktifitas.

Dari waktu ke waktu, daya tahan perbankan syariah tak pernah mengalami *negative spread* semisal bank konvensional pada masa krisis moneter dan konsistensi dalam menjalankan fungsi intermediasi dikarenakan keunggulan penerapan prinsip dasar kegiatan operasional yaitu mengharamkan riba (bunga), gharar (tak transparan), serta maisir (spekulatif).

#### **2.2.3.4. Produk Dan Jasa Perbankan Syariah**

Sama dengan bank konvensional, produk perbankan syariah pun dibagi atas produk penghimpun dana, penyaluran dana, serta produk jasa, yakni;

### a. Produk pendanaan (*funding*)

Pada bank syariah, penghimpun dana bisa berupa giro, tabungan ataupun deposito, pedoman operasional syariah yang dipakai dalam penghimpun dan masyarakat ialah memakai aqad wadi'ah dan mudharabah.

1. Tabungan Wadiah, Pedoman Wadiah yang dipakai dalam produk ini ialah wadi'ah yad dhamanah, yang artinya bank bisa menggunakan dana dan menyalurkan dana yang tersimpan serta menjamin jika dana itu bisa ditarik setiap saat oleh pemilik dana, produk ini terdiri dari 2 jenis, yakni; wadiah untuk ibadah yaitu nasabah tak mengambil keuntungan dan menyalurkannya ke masjid atau BAZIS, lalu wadiah untuk muamalah yaitu nasabah mengambil keuntungan yang telah dihitung didasari pada saldo rata-rata di atas jumlah tertentu dan dalam masa tertentu.
2. Giro wadiah Pasal 1 ayat 6 UU No. 10 tahun 1998, disebutkan yang dimaksud dengan giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan. Pengertian di atas yang membedakannya dengan tabungan hanyalah sebatas perbedaan fasilitas penarikan dananya.
3. Tabungan Mudharabahah ialah perjanjian atas perjanjian suatu persekongsiian dimana pihak pertama (*shohibul maal*) menyediakan dana dan pihak ke-2 (*mudharib*) bertanggungjawab atas pengelolaan usaha. Sedangkan tabungan mudharabah ialah dana yang disimpan



oleh nasabah yang nantinya dikelola bank untuk mendapatkan keuntungan dengan sistem bagi hasil sejalan dengan kesepakatan bersama. Dana di tabungan mudharabah bisa ditarik kapan pun.

4. Deposito mudharabah ialah simpanan yang penarikannya hanya bisa dilakukan di waktu-waktu tertentu menurut kesepakatan antara penyimpan dengan bank terkait. Deposito mudharabah ialah dana simpanan nasabah yang hanya dapat ditarik saat jangka waktu yang sudah ditetapkan.

#### **b. Produk pembiayaan dana (*financing*)**

Kredit dalam sistem perbankan Islam biasanya dimaknai dengan pembiayaan. Dalam bank syariah, penyaluran dananya ialah;

1. Pembiayaan mudharabah ialah “bank menyediakan pembiayaan modal investasi antara modal kerja secara penuh (*trusty financing*)”, sedangkan nasabah menyediakan proyek atau usaha lengkap dengan manajemennya. Beda halnya dengan mudharabah dalam penyaluran dana, mudharabah dalam konsep pembiayaan, bank bertindak sebagai pemilik dana (*shohibul maal*) dan nasabah bertindak sebagai pengelola usaha (*mudharib*). Kemudian, “pada saat jatuh tempo nasabah berkewajiban mengembalikan modal bank, baik dengan cara dicicil atau dilunasi seluruhnya”.
2. Pembiayaan musyarakah Dalam Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional memaknai musyarakah sebagai akad antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana pihak satu dengan yang lainnya

memberi kontribusi dana (modal) dengan ketentuan jika keuntungan dan kerugian akan ditanggung bersama sesuai dengan perjanjian.

3. Pembiayaan sebagian dari modal usaha ialah pembiayaan musyarakah, yang mana pihak bank bisa diikutsertakan dalam proses manajemennya, yang disetor bisa modal berupa uang, barang perdagangan (*trading asset*), *property*, *equipment*, atau *intangible asset* (seperti hak paten dan *goodwill*) dan barang lainnya yang bisa dihitung dengan uang.
4. Pembiayaan murabahah, kata *al-murabahah* serapan dari bahasa arab dari kata *arribhu* yang artinya kelebihan dan tambahan (keuntungan), sedangkan definisi para ulama salaf ialah jual-beli dengan modal ditambah keuntungan yang telah ditahu.
5. Murabahah yaitu menjual suatu barang dengan menetapkan harga belinya pada pembeli dan/lalu pembeli membayarnya dengan harga lebih sebagai laba. Jikalau seseorang melakukan penjualan komoditi dengan harga lumpsum tanpa memberitahu berapa nilai pokoknya, jadi tidak termasuk murabahah, meskipun ia juga mengambil laba dari penjualan tersebut, penjualan ini dinamai musawamah. Prakteknya dalam perbankan, bank syariah membeli barang yang dibutuhkan oleh nasabah lalu menjualnya pada nasabah yang bersangkutan sebesar harga perolehan ditambah dengan margin keuntungan yang ditetapkan antara bank syariah dan nasabah.
6. Pembiayaan salam, Salam ialah transaksi jual-beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada atau pembelian barang yang diberikan di

kemudian hari, sedangkan pembayarannya dilakukan di muka. Jikalau bank bertindak sebagai penjual lalu memesan pada pihak lain untuk menyediakan barang pesanan dengan cara salam maka cara itu dikatakan salam paralel.

7. Pembiayaan istishna, Istisna ialah alat pembiayaan sebelum produksi untuk membiayai area pemrosesan minyak, konstruksi tambang, dan manufaktur, istisna dipakai ketika meminta produsen untuk menciptakan barang tertentu bagi pembeli.
8. Akad jual beli dalam bentuk memesan pembuatan barang tertentu dengan kriteria serta syarat tertentu yang ditetapkan antara pemesan dan penjual. Pengertian itu ialah produk istisna serupa produk salam, tapi dalam istisna pembayarannya bisa dilakukan oleh bank beberapa kali pembayaran.
9. Pembiayaan ijarah. Jika ijarah diartikan secara bahasa artinya ialah upah, sewa, jasa atau imbalan. Ijarah ialah transaksi yang memperjualbelikan manfaat suatu harta-benda, sedangkan kepemilikan utama benda itu tetap pada pemiliknya. Al-Ijarah ialah pemindahan hak guna atas barang maupun jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.
10. Dikenal pula ijarah dengan produk ijarah muntahiya bittamlik (IMBT) yaitu berakhirnya sewa dengan pemindahan hak kepemilikan barang; semacam perpaduan antara kontrak jual-beli dan sewa atau tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan si penyewa sebagai pemilik barang.

**c. Produk Jasa (*fee-based service*)**

Dalam memakai akad-akad muamalah yang selaras dengan fiqh Islam ada beberapa aqad yang bisa dipergunakan, yakni:

1) *Al-Wakalah* (Deputship)

wakalah atau wikalah bermakna; penyerahan, pendelegasian, atau pemberian mandat oleh satu pihak ke pihak lain dalam hal-hal yang bisa diwakilkan. Dalam perbankan syariah konsep wakalah ialah nasabah memberi kuasa pada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan atau jasa tertentu, semisal pembukaan L/C , inkaso dan tranfer uang.

2) *Al-Kafalah*

*Al-kafalah* secara bahasa artinya *al-dhaman* (jaminan) hamalah (beban) serta *zama'ah* (tanggungan). Dalam madzhab Syafi'i *al-kafalah* ialah akad yang mengukuhkan hak yang tetap pada tanggungan (beban) yang lain atau mengadakan zat benda yang dibebankan atau mengadakan badan oleh orang yang berhak mengadakannya dalam penerapannya dalam perbankan yang artinya bank memberikan garansi ke nasabah, produk ini disediakan untuk menjaga pembayaran suatu kewajiban pembayaran.

3) *Al-Hawalah*. Dari segi bahasa hawalah/hiwalah maknanya ialah berpindah ataupun berubah. Dari hal ini terjadi perpindahan tanggungan atau hak dari satu orang ke orang lain. Secara istilah para fukoha hawalah ialah pemindahan atau pengalihan penagihan hutang dari orang yang berhutang pada orang yang menanggung hutang tersebut.

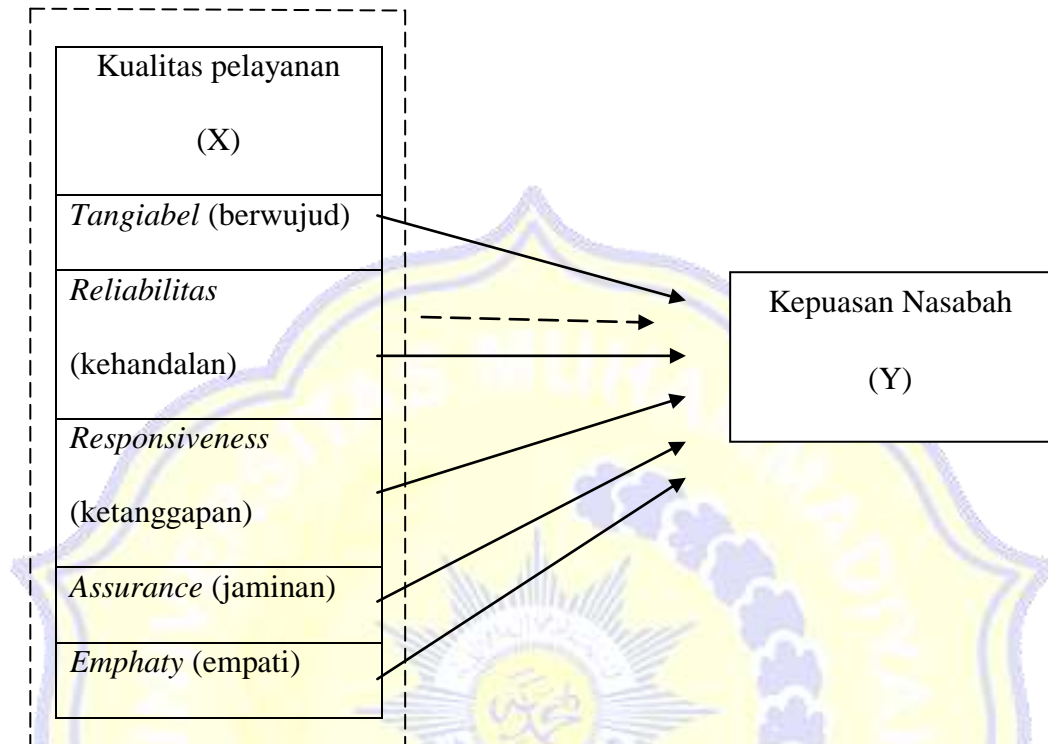


4) *Ar-rahna* ialah perjanjian yang menggunakan aset berharga sebagai jaminannya atas pinjaman uang. Maka dari itu, pihak yang menahan mendapat jaminan untuk bisa mengambil semua atau sebagian piutangnya. Rahn sebagai produk pinjaman artinya bank cuma mendapatkan keuntungan atas penyimpanan, pemeliharaan, asuransi, dan administrasi yang digadaikan, berkenan dengan hal itu, maka produk rahn ini biasanya cuma dipakai bagi kepentingan sosial, semisal pendidikan dan juga kesehatan.

5) *Al-qardh* yakni mengutangkan harta ke orang lain tanpa mengharap untung, dan akan dikembalikan dalam bentuk yang sama dengan barang yang dihutangkan, dan mampu ditagih atau diminta kembali kapanpun. Pada perbankan *al-qardh* diketahui lebih sebagai pinjaman lunak bagi golongan kecil yang memerlukan modal. Produk ini cuma mewajibkan nasabah mengembalikan pokok pinjaman saat waktunya telah jatuh tempo dengan nilai beli tidak berbeda pada saat dipinjam.

6) *Sharf* Penukaran valas ialah jasa yang diberi bank syariah untuk membeli atau menjual valuta asing. Jikalau mata uang sama yang dipertukarkan, maka mata uang itu nilainya mesti sama dan penyerahannya pun dilakukan pada saat yang sama, akan tetapi jika mata uangnya berbeda yang dipertukarkan, maka nilai tukar uang itu ditetapkan berlandaskan harga pasar dan diserahkan secara tunai.

### 2.3 Kerangka Berfikir



Keterangan :

—————> = Dampak kualitas pelayanan pada rasa puas nasabah

- - - - -> = Dampak kualitas pelayanan pada rasa puas nasabah secara simultan

Y = Variabel Terikat (*Dependent*)

X = Variabel Bebas (*Independent*)

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yaitu jawaban sementara yang keabsahannya harus diuji atau rangkuman kesimpulan teoritis yang didapat dari tinjauan pustaka (Martono, 2012:67). Di penelitian ini, peneliti memakai hipotesis statistic karena peneliti memakai sampel penelitian dan memakai perhitungan statistik. Terkait hipotesis yang peneliti ajukan berhubungan dengan penelitian ini ialah:

1. Ho: Variabel *Tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Universitas Muhammadiyah Mataram

Ha1: Variabel *Tangible* berdampak pada kepuasan nasabah Universitas Muhammadiyah Mataram

2. Ho2 : Variabel *Reliability* tidak berdampak pada kepuasan nasabah Universitas Muhammadiyah Mataram

Ha2 : Variabel *Reliability* berdampak pada kepuasan nasabah Universitas Muhammadiyah Mataram

3. Ho3 : Variabel *Responsiveness* tidak berdampak pada kepuasan nasabah Universitas Muhammadiyah Mataram

Ha3: Variabel *Responsiveness* berdampak pada kepuasan nasabah Universitas Muhammadiyah Mataram

4. Ho4 : Variabel *Assurance* tidak berdampak pada kepuasan nasabah Universitas Muhammadiyah Mataram

Ha4: Variabel *Assurance* berdampak pada kepuasan nasabah Universitas Muhammadiyah Mataram

5. Ho4 : Variabel *Emphaty* tidak berdampak pada kepuasan nasabah Universitas Muhammadiyah Mataram

Ha4: Variabel *Emphaty* berdampak pada kepuasan nasabah Universitas Muhammadiyah Mataram





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis dari penelitian ini yang dipakai ialah penelitian kuantitatif yakni, data yang dipakai untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data memakai instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah diterapkan. (Sugiyono, 2016: 8)

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **3.2.1 Lokasi Penelitian**

Universitas Muhammadiyah Mataram, berlokasi di jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Pagesangan, Kec. Mataram, kota Mataram, NTB.

##### **3.2.2 Waktu Penelitian**

Penelitian ini dikerjakan dari bulan Desember s/d bulan Januari 2022, disesuaikan dengan keperluan penelitian.

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

##### **3.3.1 Jenis data**

Jenis data yang dipakai pada penelitian ini ialah data kuantitatif. Data kuantitatif bisa dimaknai data yang dipakai untuk meneliti pada

populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data, memakai instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan agar menguji hipotesis yang sudah ditentukan (Sugiyono, 2016:8). Contohnya, data yang didapat peneliti melalui jawaban kuesioner nasabah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram yang sudah diolah agar menganalisis dampak kualitas pelayanan pada rasa puas nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI).

### 3.3.2 Sumber Data

#### 1. Data Primer

Data primer ialah data yang secara langsung dikumpulkan melalui kuesioner dari lokasi yang diteliti serta data berupa hasil jawaban para responden mengenai dampak kualitas pelayanan pada rasa puas nasabah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram pada Bank Syariah Indonesia (BSI).

#### 2. Data Sekunder

Data Sekunder ialah data yang didapat peneliti atau pengumpul data secara tak langsung. Dinyatakan tak langsung karena data didapat lewat perantara, yakni bisa lewat pihak ketiga maupun dokumen (Sugiyono:2018).

Jurnal, brosur, website, dan sumber pendukung lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diangkat oleh penulis menjadi data sekunder di penelitian ini.

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya untuk ditarik kesimpulannya (Ibid, 80). Objek populasi yang akan diteliti oleh penulis sudah ditahu kalau populasi nasabah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram di Bank Syariah Indonesia berjumlah 1.010 orang.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel ialah bagian dari total dan karakteristik yang dipunyai oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan peneliti tak mungkin mempelajari seluruh yang ada pada populasi, semisal sebabnya keterbatasan dana, tenaga, serta waktu. Jadi peneliti bisa memakai sampel yang diambil dari populasi itu (Ibid, 81). Di penelitian memakai teknik simple random sampling karena pengambilan anggota populasi dikerjakan secara acak tanpa memerhatikan strata yang ada pada populasi tersebut. Untuk menetapkan besarnya sampel dicari dengan rumus slovin:

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

Keterangan:

$n$  = ukuran sampel

$N$  = ukuran populasi

$e$  = persen kelonggaran ketaktelitian disebabkan kekeliruan dalam pengambilan sampel yang masih di tolerir yakni (0.1)

Jikalau sudah ditahu jumlah populasi sampel Bank Syariah Indonesia sebanyak 1.010 nasabah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram, jadi total jumlah sampel bisa dihitung seperti ini:

$$n = \frac{1.014}{1+(1.014 \times 0.1)^2} = 91.02$$

Perhitungan dari sampel di atas, besaran sampel sebesar 91.02 serta dibulatkan sebanyak 91 responden.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.5.1 Kuesioner**

Kuesioner (angket) ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Kuesioner ialah teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang dapat diharapkan dan responden. Metode ini dipakai dengan menyebarkan lembar pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan penelitian ke para responden yaitu nasabah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram pada Bank Syariah Indonesia.



### 3.5.2 Dokumentasi

Pendapat Sugiyono (2018:476) dokumentasi ialah cara yang dipakai untuk mendapatkan data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka serta gambar yang berbentuk laporan serta keterangan yang mampu menunjang penelitian.

Dari gagasan di atas, kalau yang dimaksud dengan metode dokumentasi ialah metode yang berbentuk sekumpulan data verbal berupa tulisan. Di penulisan penelitian ini, data sejarah yang dicatat peneliti yaitu berdirinya Bank Syariah Indonesia serta visi misi Bank Syariah Indonesia.

### 3.6 Klasifikasi Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (X) meliputi *Tangible* ( $X_1$ ), *Reliability* ( $X_2$ ), *Responsiveness* ( $X_3$ ), *Assurance* ( $X_4$ ), dan *Emphanty* ( $X_5$ ).
2. Variabel Dependen (Y) meliputi rasa puas nasabah

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional ialah suatu definisi yang diberikan ke suatu variabel atau konstrak dengan cara memberikan makna, atau menpesifikasikan kegiatan, maupun memberikan suatu operasional yang dibutuhkan untuk mengukur variabel tersebut. (Nazir, 2011:126). Variabel penelitian dari penelitian yang akan diteliti ialah rasa puas nasabah sebagai variabel dependen (Y) dan pengaruh kualitas pelayanan berupa wujud fisik (*tangible*)( $X_1$ ), pengaruh kualitas pelayanan berupa kehandalan (*reliability*) ( $X_2$ ), pengaruh kualitas pelayanan berupa daya tanggap (*responsiveness*)

( $X_3$ ), pengaruh kualitas pelayanan berupa jaminan (*assurance*) ( $X_4$ ), dan pengaruh kualitas pelayanan berupa kepedulian (*emphaty*) ( $X_5$ ), sebagai variabel Independen (X).

1. Wujud fisik dari kualitas pelayanan (*tangible*) ( $X_1$ ) merupakan bukti langsung yang terdiri atas fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, serta sarana komunikasi. Indikator yang dapat dilihat:
  - a. Karyawan yang berpenampilan bersih dan rapi
  - b. Perlengkapan yang disediakan lengkap
  - c. Menariknya fasilitas secara visual
  - d. Mempunyai jumlah mesin ATM yang dapat memuaskan nasabah
2. Keandalan dari kualitas pelayanan (*reliability*) ( $X_2$ ) merupakan kecakapan dalam memberi pelayanan yang dijanjikan secara tepat dan memuaskan. Indikator yang bisa dilihat:
  - a. Karyawan memberikan pengarahannya selaras dengan yang diinformasikan.
  - b. Melaksanakan keperluan nasabah dengan tepat waktu.
  - c. Kinerja pegawai dalam melayani nasabah tanpa kesalahan
  - d. Pegawai adil dalam melayani nasabah
3. Daya tanggap dari kualitas pelayanan (*responsiveness*) ( $X_3$ ) merupakan harapan para pegawai dan staff untuk menolong para pelanggan serta memberikan pelayanan dengan cakap. Indikator yang dapat terlihat:
  - a. Karyawan yang ramah dan komunikatif

- b. Baiknya suatu layanan.
  - c. Karyawan dalam melayani masalah sangat cepat
  - d. Karyawan senantiasa mempersiapkan keperluan nasabah
4. Jaminan dari kualitas pelayanan (*assurance*) ( $X_4$ ), jaminan ini termasuk pengetahuan, kemampuan, kesopanan serta sifat bisa dipercaya yang ada pada diri staff. Indikator yang dapat dilihat:
- a. Pengetahuan yang dimiliki pegawai tentang produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan harus baik.
  - b. Pegawai dapat dipercaya dengan baik
  - c. Pegawai menangani nasabah maupun calon nasabah dengan baik
5. Kepedulian bagian dari kualitas pelayanan (*emphaty*) ( $X_5$ ) merupakan perhatian yang ikhlas yang diberikan ke nasabah. Termasuk semua kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang bagus, perhatian personal, dan mengerti kemauan para konsumen. Indikator yang dapat dilihat:
- a. Kemampuan pegawai berdaptasi dengan nasabah
  - b. Mengutamakan kepentingan nasabah dengan sungguh-sungguh.
  - c. Pegawai yang fleksibel (mengerti apa yang dibutuhkan nasabah)
  - d. Perhatian terhadap nasabah yang komplain
6. Rasa Puas Nasabah (Y)
- Rasa puas nasabah ialah perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya pada kinerja atau hasil

suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2006:153) . indikator yang dapat dilihat:

- a. Tak ada komplain atau keluhan pada pelayanan di Bank Syariah Indonesia (BSI)
- b. Memberikan pujian ke nasabah setelah melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia (BSI)
- c. Bertransaksi di Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan suatu pengalaman yang baik.

### **3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

#### **3.8.1 Uji Validitas**

Uji validitas item ialah uji instrument data untuk tahu seberapa cermat sebuah item dalam mengukur apa yang akan diukur (Duwi, 2014:51). Uji validitas dipakai untuk menguji apakah data kuesioner yang dipakai dalam penelitian valid atau tak valid. Uji validitas dalam penelitian ini memakai *software SPSS version 25* dan memakai metode *corrected item total correlation* dengan taraf signifikan 5% dengan uji 1 sisi. Kalau  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, jadi item bisa dikatakan valid, kalau  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel jadi item dikatakan tak valid.



### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai untuk tahu keajegan atau konstistensi alat ukur yang biasanya digunakan kuesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan memperoleh pengukuran yang tepat konsisten bila pengukuran diulang kembali. Dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala likert 1-5), metode yang sering dipakai ialah cronbach alpha. Uji reliabilitas ialah kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian ialah item yang valid saja. Untuk menetapkan apakah instrument reliable atau tidaknya memakai batasan 0,6. Pendapat Sekaran, reliabilitas kurang dari 0,6 ialah kurang baik, sedangkan 0,7 bisa diterima dan diatas 0,8 ialah baik (Ibid: 64).

## 3.9 Teknik Analisis Data

### 3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

analisis regresi linier berganda adalah model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. analisis regresi linier berganda pada penelitian ini digunakan untuk meramal bagaimana keadaan variabel dependen, bila variabel independen sebagai indikator. analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X1, X2, X3, X4, dan X5).

Menurut Sujarweni, dalam persamaan regresi linier berganda (2015:160) menggunakan rumus di bawah ini:

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2 + b3.X3 + b4.X4 + b5.X5 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (*dependet variabel*)

X = Variabel bebas (*independent variabel*)

a = Nilai Konstanta, yakni nilai Y jika X=0

b = Koefisien regresi

e = *Standard error*

### 3.9.2 Uji t

Pada dasarnya, uji t menunjukkan seberapa jauh dampak satu variabel independent secara individual dalam menjelaskan variabel dependent. Pengujian ini dilakukan dengan memakai signifikan level 0,05 ( $\alpha=5$ ) (Ghazali, 2006:125). Hipotesis yang diterima atau ditolak dilakukan dengan kriteria:

1. Jika  $r \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka  $H_a$  ditolak
2. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_a$  diterima maka terdapat dampak positif dan signifikan pada masing-masing variabel *Tangiabel, Realibility, Responsiveness, Asurance, Emphaty*, secara parsial pada rasa puas nasabah (Y)

Berdasarkan signifikan:

- a. Jika signifikan  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima
- b. Jika signifikan  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak

### 3.9.3 Uji F

Uji Simultan F (Uji Simultan) dipakai agar tahu ada atau tidaknya dampak secara bersama atau simultan antara variabel independen kepada variabel dependen. Pengujian statistic Anova ialah bentuk pengujian hipotesis dimana bisa menarik kesimpulan berlandaskan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. Keputusan yang diambil dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan memerhatikan nilai F yang ada di tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang dipakai yakni sebesar 0,05. Ada pula ketetapan dari uji F yakni seperti berikut (Ghozali, 2016):

- a. Kalau nilai signifikansi  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang bermakna semua variabel independen mempunyai dampak yang signifikan pada variabel dependen.
- b. Kalau nilai signifikansi  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang bermakna semua variabel independen tak mempunyai dampak yang signifikan pada variabel dependen.

### 3.9.4 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinan dipakai agar tahu persentase sumbangan dampak serentak variabel variabel bebas (x) kepada variabel terikat (Y). nilai koefisien determinasi memiliki interval nolsampai satu ( $0 \leq R \leq 1$ ). Kalau  $R^2 = 1$ , maknanya besar persentase sumbangan X kepada varisi (naik-turunnya) Y secara bersama-sama ialah 100%. Ini memperlihatkan kalau

koefisien determinan mendekati 1, maka dampak variabel *independent* terhadap variabel *dependent* semakin besar, maka semakin cocok juga garis regresi untuk meramalkan Y.

