

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA
KC PEJANGGIK 1 MATARAM**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana (S1)**



Oleh :

ERSA WAHYULIATI
NIM. 2020B1C043

KONSENTRASI PERBANKAN

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH

MATARAM

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH KCP PEJANGGIK 1 MATARAM**

Oleh :

ERSA WAHYULIATI

Untuk Memenuhi Ujian Akhir

Menyetujui
Pembimbing

Pembimbing I

Drs. Mintasrihadi, M.H
NIDN. 083001601

Pembimbing II

Selva, SE., M.Sc
NIDN. 0811118601

Mengetahui,..

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis

Latu Hendra Maniza, S. Sos., M.M.
NIDN : 0828108404

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KC PEJANGGIK I MATARAM

Oleh ;


ERSA WAHYULIATI

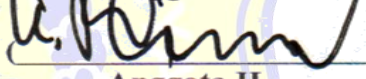
Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 07 Februari 2024
Dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Tim Penguji

1. **Drs. H. Mintasrihardi, M.H**
NIDN. 083001601
2. **Selva, M.Sc**
NIDN. 0811118601
3. **Drs. H. Abdurrahman, MM**
NIDN. 0804116101


Ketua


Anggota I


Anggota II

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis


Lalu Hendra Maniza, S. Sos., M.M.
NIDN : 0828108404

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik


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

SURAT PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik baik di UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH maupun di Perguruan Tinggi lainnya, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata di dalam Naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (SARJANA) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang- undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Mataram, 15 Januari 2024



Ersa Wahyuliati



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 : Ersa wahyuliati
NIM : 2020B1C043
Tempat/Tgl Lahir : Sle. 1 agustus 1997
Program Studi : Ilmu administrasi bisnis
Fakultas : Ilmu sosial dan Ilmu Politik
No. Hp : 082342290075
Email : Ersa.wahyuliati@gmail.com

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

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor cabang Pejanggejk 1

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 48%

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, 27 Februari2024

Penulis



Ersa wahyuliati
NIM. 2020B1C043

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 : Ersa Wahyuliah
NIM : 2020B1C043
Tempat/Tgl Lahir : Sre, 1 Agustus 1997
Program Studi : Ilmu Administrasi bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
No. Hp/Email : 08234270875
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: Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor cabang Pejajngik 1 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, 27 Februari.....2024
Penulis



Ersa Wahyuliah
NIM. 2020B1C043

Mengetahui,
Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT

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

MOTTO

“ Jika anda takut gagal , anda tidak pantas untuk sukses “

“Segala hal yang merisaukanmu, sebenarnya adalah hal yang kamu ciptakan sendiri “



PERSEMBAHAN

Penulis menulis tulisan ini dengan keikhlasan yang tulus untuk kedua orang tuaku tercinta, Ayah dan Ibu, doa mereka yang tiada henti, semangatnya yang tak tergantikan, serta orang-orang terdekatku dan almamater hijau yang kubanggakan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak mungkin akan terwujud apabila tidak ada bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, melalui kesempatan ini, izinkan saya menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Abdul Wahab, M.A. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram dan jajarannya.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Rosi Maunofa Widayat, S.IP, MA. Selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Amin Saleh, S.Sos., M.I.Kom. Selaku Wakil Dekan II Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
5. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM. selaku Kaprodi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Terima kasih kepada seluruh jajaran TU yang telah memberikan arahan dan bantuan selama proses pengerjaan proposal skripsi.
7. Bapak Drs. Mintasrihardi, M.H selaku Dosen Penguji I, yang selalu sabar memberikan bimbingan selama proses konsultasi berlangsung sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

8. Ibu Selva, SE.,M.Sc. Selaku Selaku Dosen Penguji II, yang juga selalu sabar memberikan bimbingan selama proses konsultasi berlangsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Orang Tua yang sudah memberikan do'a, motivasi, serta dukungan semangat bagi peneliti agar dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan do'a dan dukungan hingga dapat terselesainya skripsi ini.

Mataram, 15 januari 2024

Penulis



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, serta kebahagiaannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Penelitian ini dengan lancar dengan judul “ **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEJANGGIK 1 MATARAM** ”. Tak lupa kita panjatkan Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah melimpahkan syafaatnya. Proposal Penelitian ini disusun sebagai syarat guna menyelesaikan pendidikan untuk mendapatkan gelar Sarjana Administrasi Bisnis.

Penulis menyadari bahwa Proposal Penelitian ini masih banyak terdapat kekurangan. Serta penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberi doa, dukungan, bimbingan dan semangat untuk penulis. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan banyak-banyak terima kasih kepada :

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., M.M Selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram.

4. Bapak Drs. Mintasrihardi, M.H Selaku Dosen Pembimbing I di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
5. Ibu Selva, SE.,M.Sc. Selaku Dosen Pembimbing II di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Orang Tua Tercinta Bapak dan Ibu yang selalu memberikan doa, semangat, serta kasih sayang yang tiada hentinya agar saya dapat menyelesaikan Proposal Penelitian.
7. Teman-teman prodi Administrasi bisnis Angkatan 2020.

Walaupun telah berusaha menyelesaikan proposal ini dengan sebaik mungkin, saya menyadari bahwa proposal ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritikan maupun saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan proposal ini dan dapat berguna bagi saya dan pembaca sekalian.

Sekian, Wassalamualaikum..Wr..Wb.

Mataram, 25 September 2023

Penulis

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KC PEJANGGIK 1
MATARAM**

Ersa Wahyuliati¹, Drs. Mintasrihardi, M.H², Selva, SE.,M.Sc³

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kantor cabang pejanggik 1 Mataram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 responden nasabah Bank Syariah Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu probability sampling dengan teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang harus di penuhi. Metode pengumpulan data dengan kuesioner dan observasi. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS For Windows menunjukkan bahwa variabel empati ($X_5=0,416$) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan nasabah, kemudian bentuk fisik ($X_1=0,302$), sedangkan variabel reliabiliti ($X_2=0,163$), jaminan ($X_4=0,12$), dan ketanggapan ($X_3= -0,64$) menjadi faktor terrendah dan dapat dikatakan tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil koefisien determinasi menunjukkan 53,1% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Sisanya 46,9% disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam kualitas pelayanan. Dari hasil analisis dapat diketahui kelima variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah secara simultan dan yang berpengaruh secara parsial hanya variabel x_1 (bentuk fisik) dan x_5 (empati). Variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah adalah variabel empati.

Kata Kunci: kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION OF INDONESIA SYARIAH BANK BRANCH PEJANGGIK 1 MATARAM

Ersa Wahyuliati1, Drs. Mintasrihardi, M.H2, Selva, SE.,M.Sc3

ABSTRACT

The goal of this study is to ascertain how customer satisfaction at the PejanggiK 1 Mataram branch office is impacted by service quality. The quantitative research method was employed in this study. Eighty respondents who were customers of Indonesia Syariah Bank made up the sample for this study. This study used probability sampling in conjunction with purposive sampling, which is a method of selecting samples based on requirements that must be satisfied. Observations and questionnaires are used in this data collection strategy. The data analysis used is multiple linear regressions. The analysis results using SPSS for Windows showed that the empathy variable ($X5=0.416$) is the biggest factor influencing customer satisfaction, followed by physical evidence ($X1=0.302$), while reliability variable ($X2=0.163$), assurance ($X4=0.12$), and responsiveness ($X3=-0.64$) are the lowest factors and can be said to have less influence on customer satisfaction. The coefficient of determination results show that 53.1% of customer satisfaction can be explained by tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy variables. The remaining 46.9% is caused by other variables not included in service quality. From the analysis results, it can be seen that all five service quality variables have an influence on customer satisfaction simultaneously, and the variables that partially influence are only variable $x1$ (physical evidence) and $x5$ (empathy). The most dominant variable influencing customer satisfaction is the empathy variable.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Indonesia Syaria'h Bank

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	v
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
MOTO	vii
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSATAKA	7
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2 Pelayanan	11
2.2.1. Jenis pelayanan.....	13
2.2.2. Kualitas pelayanan	15
2.2.3. Pengertian nasabah.....	23

2.2.4. Kepuasan nasabah	26
2.3 Kerangka Berpikir	29
2.4 Hipotesis.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis penelitian.....	32
3.2 Lokasi Penelitian dan waktu penelitian.....	32
3.3 Jenis Dan Sumber Data	33
3.3.1. Primer.....	33
3.3.2. Sekunder.....	33
3.4 populasi dan sampel	33
3.4.1. Populasi	33
3.4.2. Sampel.....	34
3.5 Variabel penelitian dan Definisi operasional	36
3.5.1. Variabel penelitian	36
3.5.2. definisi operasional variabel.....	37
3.6 Skala pengukuran.....	40
3.7 Teknik pengumpulan data.....	41
3.7.1. <i>Coding</i>	42
3.7.2. <i>Tabulating</i>	42
3.7.3. <i>observasi</i>	42
3.7.4. <i>kuesioner</i>	42
3.8 Uji validitas dan Reliabilitas data	43
3.8.1. Uji Validitas	43

3.8.2. Uji reliabilitas.....	44
3.9 Teknik analisa data.....	44
3.9.1. Uji instrument.....	44
3.9.2. Analisis regresi berganda	46
3.9.3. Pengujian hipotesis.....	46
BAB IV	49
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	49
4.1.1. Profil Bank Syariah Indonesia.....	49
4.1.2. Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia.....	52
4.1.3. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia (KCP. MP 1).....	54
4.2 Karakteristik Responden	55
4.3 Analisis Hasil Penelitian	59
4.3.1. Uji Validitas dan Reabilitas.....	59
4.3.1.1 Uji Validitas.....	59
4.3.1.2 Uji Reabilitas	61
4.3.1.3 Uji Normalitas.....	62
4.4 Regresi Linear Berganda.....	63
4.4.1 Uji t.....	64
4.4.2 Uji f	67
4.4.3 Keofisien determinasi.....	68
4.5 Hasil Pembahasan	68
BAB V PENUTUP	71

5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	77



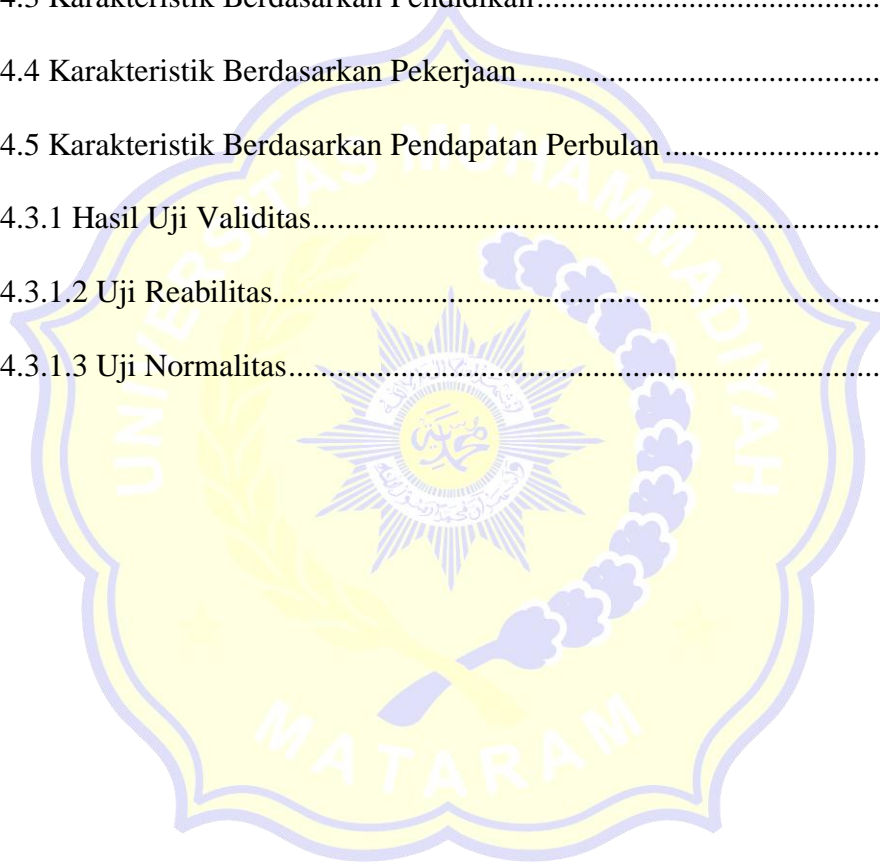
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	54



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 3.2 Skala Likert.....	41
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	56
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan.....	57
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	57
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	58
Tabel 4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.3.1.2 Uji Reabilitas.....	61
Tabel 4.3.1.3 Uji Normalitas.....	



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Bank adalah lembaga keuangan yang sangat penting dalam perekonomian nasional karena mereka menghimpun dan mengumpulkan dana dari masyarakat melalui intermediasi keuangan. Di era persaingan yang semakin kompetitif saat ini, setiap bisnis semakin menyadari bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci keberlangsungan bisnis. Seorang pelanggan yang setia adalah aset yang sangat berharga bagi perusahaan; mempertahankan pelanggan yang setia dapat mengurangi usaha untuk mencari pelanggan baru, yang berarti memberikan umpan balik positif. Perusahaan dapat menghemat lebih banyak biaya dengan mempertahankan pelanggan yang lama daripada mencari pelanggan baru, karena pelanggan mengharapkan semua yang diinginkan pemberi layanan. Oleh karena itu, baik perusahaan maupun badan usahanya dapat memperoleh keuntungan dari mempertahankan pelanggan yang setia. Kualitas pelayanan sangat penting, tidak hanya sekedar pelayanan saja, tapi harus ada karakteristik yang membedakan.

Pelayanan pelanggan dan kepuasan pelanggan semakin diakui bahwa sangat penting untuk bertahan di pasar dan memenangi persaingan. Meskipun demikian, mencapai kepuasan penuh nasabah atau konsumen bukanlah tugas yang mudah. Di mana pelanggan yang dihadapi saat ini tidak sama dengan pelanggan beberapa dekade sebelumnya. Nasabah sekarang lebih sadar akan hak-haknya. Oleh karena itu, anggapan bahwa suatu perusahaan mengharapkan tidak ada

pelanggan yang tidak puas adalah tidak realistis adalah sesuatu yang dapat dipahami oleh para pemasaran. Namun, tentu saja, setiap bisnis harus berusaha untuk mengurangi tingkat ketidakpuasan pelanggan dan memberikan pelayanan yang semakin baik setiap hari. Oleh karena itu, jelas bahwa kepuasan konsumen atau pelanggan dan kualitas layanan sangat terkait. Kualitas mendorong pelanggan atau konsumen untuk membangun hubungan yang kuat dan jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan jangka panjang ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan tepat apa yang diinginkan pelanggan atau konsumen dan apa yang mereka butuhkan, sehingga perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan atau konsumen dengan memastikan bahwa sebanyak mungkin orang memiliki pengalaman yang menyenangkan dan sesedikit mungkin menghindari masalah. Perusahaan yang tidak dapat memuaskan pelanggannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Pelanggan yang tidak puas biasanya akan memberi tahu orang lain tentang pengalaman mereka yang buruk, dan kerugian yang disebabkan oleh kegagalan suatu perusahaan untuk memuaskan pelanggannya sangat besar.

Kepuasan pelanggan adalah indikator utama kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu fasilitas. Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan, khususnya dalam konteks penelitian ini yang berfokus pada perusahaan jasa perbankan. Pelayanan yang baik sangat penting untuk membuat nasabah puas, dan kualitas pelayanan ini akan menunjukkan tingkat kepuasan nasabah, baik dalam bentuk kepuasan positif maupun negatif.

Bagi perusahaan perbankan, kepuasan nasabah sangat penting, terutama karena kelangsungan hidup bisnis mereka bergantung pada kepuasan nasabah.

Pelayanan berkualitas tinggi menghasilkan kepuasan pelanggan. Sampai saat ini, lima komponen yang digunakan untuk menilai dan membandingkan kualitas pelayanan adalah tangible, reliability, response, assurance, dan empathy (A. Parasuraman, 1988). Oleh karena itu, jika bisnis ingin mendapatkan kepuasan pelanggan, mereka harus mengelola kelima komponen tersebut dengan baik. Menurut Kotler (2002), Kepuasan pelanggan mengacu pada evaluasi subjektif individu terhadap kinerja suatu produk sehubungan dengan harapan mereka, yang mengarah pada rasa puas atau tidak puas.

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pejanggik 1 Mataram menghadapi beberapa masalah kualitas layanan yang mengganggu kepuasan nasabah, antara lain kualitas layanan fitur mobile banking Bank Syariah Indonesia yang sering mengalami gangguan atau tidak dapat diakses; gagal jaringan yang sering terjadi karena gangguan pada sistem layanan bank syariah Indonesia; kurangnya informasi tentang produk bank yang disampaikan kepada nasabah; dan kurangnya informasi tentang produk bank yang diberikan kepada nasabah.

Melihat ketatnya persaingan yang dilakukan oleh berbagai perusahaan perbankan saat ini, terutama PT. Bank Syariah Indonesia yang harus bersaing dan bertahan di pasar, PT. Bank Syariah Indonesia harus lebih peka untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan.

Dari penjelasan sebelumnya, peneliti tertarik untuk memahami perspektif nasabah terhadap bank syariah Indonesia. Mereka mendorong peneliti untuk mendapatkan wawasan tentang aktualitas dengan melakukan penelitian yang cermat dan metodis. Dengan demikian penulis menarik judul penelitian yang berjudul “ **pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia** ”.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah penelitian dapat di rumuskan sebagai berikut :

- 1.2.1 Apakah kepuasan nasabah secara simultan dipengaruhi oleh dimensi-dimensi kualitas pelayanan?
- 1.2.2 Apakah kualitas pelayanan dimensinya berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah ?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian dirumuskan sebagai berikut :

- a. ujuannya adalah untuk menilai dampak dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Untuk menilai dampak dimensi kualitas layanan nyata terhadap kepuasan pelanggan.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai pihak antara lain :

1.4.1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini hendaknya membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemahaman khususnya yang berkaitan dengan perbankan.

1.4.2. Manfaat praktis

Memberikan gambaran umum kepada banyak pemangku kepentingan peneliti.

1.4.2.1. Bagi Peneliti

Kajian ini dapat membantu peneliti untuk lebih memahami bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

1.4.2.2. Bagi Program Studi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber oleh penulis lain untuk penelitian berikutnya.

1.4.3. Manfaat Akademis

Penelitian ini berfungsi sebagai sumber berharga bagi peneliti masa depan yang menyelidiki dampak kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di bank syariah di Indonesia. Laporan

ini memberikan analisis komprehensif tentang konsep dan landasan penelitian, serta menawarkan wawasan yang dapat menjadi masukan bagi penelitian masa depan di bidang ini. (studi kasus masyarakat kota dan masyarakat desa kota mataram)’.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian ini memanfaatkan temuan-temuan penelitian terdahulu sebagai bahan perbandingan dalam merumuskan proposal penelitian. Matriks yang diperoleh dari beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini disajikan di bawah ini:

1. Skripsi Jumarianingsih, dengan judul “Pengaruh Relationship Quality Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. Bank BTN Syariah Mataram”. Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram, Mataram, 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis uji T menguatkan penerimaan H_0 yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan kualitas hubungan terhadap loyalitas nasabah pada bank BTN Syariah. Hasil uji F juga menunjukkan adanya pengaruh positif kualitas hubungan dan kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Secara spesifik variabel kualitas hubungan dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 46,5% terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 53,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian ini mempunyai kelebihan yaitu peneliti memfokuskan pembahasannya berdasarkan rumusan masalah yang ada. Salah satu keterbatasan penelitian ini adalah perlunya

memprioritaskan kualitas layanan, khususnya dalam hal Daya Tanggap dan Jaminan, karena faktor-faktor ini berdampak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, untuk menjaga kualitas hubungan, Bank BTN Syariah harus fokus pada penyampaian kesan dan nilai secara efektif. Penelitian ini berfokus pada kualitas hubungan dan dampaknya terhadap minat konsumen terhadap suatu merek atau produk.

2. Skripsi oleh Soniya Fransiska, dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Curup)”. Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN), Curup, 2019. Temuan penelitian menunjukkan bahwa responden menyatakan puas terhadap kualitas layanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri KCP Curup. Kesimpulan ini didasarkan pada penanda penelitian yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada responden. Penelitian ini menyoroti tingginya tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan Bank Syariah Mandiri KCP Curup. Hal ini menekankan dampak signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, terbukti dari indikator yang dilaporkan oleh responden. Salah satu keterbatasan penelitian ini adalah perlunya peneliti menguraikan lebih lanjut contoh dan subjek penelitian guna menjamin keakuratan informasi dan data yang diperoleh.
3. Skripsi Azka Al Afifah, dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah”. Program Studi Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah,

Palembang, 2017. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak penting dan menguntungkan terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan dipengaruhi secara positif oleh kepuasan. Penelitian ini mempunyai keunggulan dengan memanfaatkan jumlah populasi sebanyak 30.985 individu dari PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang. Berdasarkan data dapat diketahui bahwa pelanggan pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang telah konsisten selama lebih dari setahun. Selanjutnya, data yang dikumpulkan selama periode observasi menunjukkan distribusi yang seimbang. Keterbatasan dalam penyelidikan akademis. PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang berkomitmen menjaga dan meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan nasabah, memastikan nasabah merasa puas dengan kinerjanya. Selain itu, para karyawan memiliki keahlian tingkat tinggi dalam menyelesaikan masalah secara efektif, memenuhi kebutuhan pelanggan, dan menjunjung tinggi reputasi PT. Kantor Cabang Bank Syariah Mandiri berlokasi di Simpang Patal, Palembang.

4. Jurnal oleh Zakiy dan Evrita Putri Azzahroh, dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”. Program Studi Ekonomi dan Perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta telah menerbitkan jurnal akademik bertajuk “Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam”. Isu spesifiknya adalah Jilid 3 Nomor 1 Tahun 2017. Temuan

penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam pemberian pelayanan dan dapat sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini mempunyai keunggulan dalam menunjukkan bahwa kepuasan nasabah sepenuhnya memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah. Salah satu keterbatasan penelitian ini adalah ukuran sampel yang relatif kecil, sebagian besar terdiri dari mahasiswa dari 5 Bank Syariah. Akibatnya, temuan tersebut mungkin tidak sepenuhnya mewakili seluruh responden Bank Syariah. Selain itu, disarankan untuk meningkatkan ukuran sampel dengan memasukkan lebih banyak peserta dan memastikan distribusinya ke seluruh kelompok yang relevan. Hal ini akan memberikan kontribusi untuk memperoleh hasil yang lebih representatif.

5. Jurnal Kusuma Wijayanto, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah”. Program Studi Magister Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol. 17, No. 1 tahun 2015. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel fakta fisik dan daya tanggap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun variabel jaminan, keandalan, dan perhatian nampaknya tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel yang diidentifikasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan antara lain fakta, jaminan, daya tanggap, keandalan, perhatian, dan kepuasan. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tertentu, seperti fakta fisik dan

daya tanggap, mempunyai dampak penting terhadap kepuasan pelanggan. Namun variabel jaminan, keandalan, dan perhatian tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, variabel fakta fisik, jaminan, daya tanggap, keandalan, perhatian, dan kepuasan berperan penting dalam membentuk loyalitas pelanggan.

2.2. Pelayanan

Setiap tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan orang lain disebut pelayanan. Perusahaan sangat bergantung pada pelayanan pelanggan yang baik karena tanpanya, konsumen tidak akan mau membeli barang yang akan dijual. Menurut para ahli, jasa digambarkan sebagai tindakan atau penawaran tidak berwujud yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, tanpa menimbulkan kepemilikan. Sesuai definisi Kotler (Laksana, 2018:85), pelayanan mengacu pada penyediaan suatu produk atau layanan sesuai dengan standar lokasi yang relevan, memastikan bahwa pengiriman memenuhi atau melampaui harapan yang diinginkan. Berdasarkan definisi yang diberikan, dapat disimpulkan bahwa pelayanan mengacu pada suatu kegiatan yang dilakukan untuk individu sesuai dengan keinginan dan harapannya.

Moenir (1995: 16-17) mendefinisikan pelayanan sebagai proses pemenuhan kebutuhan melalui tindakan individu, yang dapat dipandang sebagai suatu organisasi atau lembaga yang melayani masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu. Senada dengan Ratminto dkk. (2005), layanan adalah suatu proses tidak berwujud yang timbul dari interaksi antara pelanggan dan karyawan atau sumber

daya lain yang disediakan oleh perusahaan penyedia layanan, dengan tujuan untuk menyelesaikan masalah pelanggan. Pelayanan mengacu pada interaksi antara individu atau mesin yang memberikan kepuasan, bahkan tanpa produk berwujud. Selain itu, pelayanan mencakup seluruh kegiatan yang berlangsung dalam suatu kelompok atau unit dan bertujuan untuk memberikan kepuasan pelanggan. Agar suatu layanan dapat dilaksanakan secara efektif dan memenuhi harapan, layanan tersebut harus didukung oleh sejumlah faktor penting:

1. Pemahaman antar pejabat, pimpinan, dan pelaksana
2. Terdapat peraturan yang memadai.
3. Organisasi mempunyai sistem yang dinamis dengan mekanisme yang efektif.
4. Pendapatan pekerja cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup pokoknya.
5. Menunjukkan bakat dan keahlian yang diperlukan untuk tugas atau tanggung jawab yang diberikan.
6. Ketersediaan fasilitas dan pelayanan ditentukan oleh jenis dan bentuk tugas pelayanan atau pekerjaan.

Selain itu, Moenir menawarkan empat kategori layanan yang umum dicari:

- 1) Menyederhanakan proses manajemen
- 2) Memperoleh pelayanan yang memuaskan
- 3) Menerima perlakuan yang sama tanpa adanya bias
- 4) Menerima pengobatan yang lugas dan jujur

Menurut pengertian di atas, suatu pelayanan pada dasarnya melibatkan dua pihak: organisasi yang memberikan layanan pada suatu pihak dan masyarakat yang menerima layanan pada pihak lain. Jika organisasi dapat memberikan layanan yang optimal dan memenuhi kebutuhan masyarakat, maka organisasi tersebut dapat dianggap mampu memberikan layanan yang memuaskan pada masyarakat.

2.2.1. Jenis Pelayanan

Menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (KEPMEN PAN) Nomor 58 Tahun 2002, ada tiga jenis pelayanan:

1. Pelayanan administrasi
2. Pelayanan barang
3. Pelayanan jasa

Informasi yang terdapat dalam KEPMEN PAN kini akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Pelayanan administrasi mengacu pada berbagai kegiatan yang ditawarkan oleh unit pelayanan, termasuk pencatatan, penelitian, pengambilan keputusan, dokumentasi, dan tugas administratif lainnya.
2. Pelayanan barang adalah kegiatan yang dilakukan oleh unit pelayanan untuk menyediakan dan mengolah bahan fisik, termasuk distribusi dan pengiriman langsung ke pelanggan.
3. Pelayanan: Yang dimaksud dengan penyediaan sarana, prasarana, dan

dukungan oleh unit pelayanan.

Moenir mengatakan bahwa jenis pelayanan umum dibagi menjadi tiga jenis: “1. layanan lisan, 2. layanan melalui tulisan, dan, 3. layanan dengan perbuatan”. Ketiga jenis layanan ini tidak selalu berdiri sendiri, tetapi seringkali bergabung satu sama lain. Berdasarkan pernyataan di atas, hal-hal berikut akan diuraikan:

1. Layanan dengan lisan

Pegawai di bidang hubungan masyarakat, layanan informasi, dan bidang lain memberikan layanan lisan kepada orang-orang yang membutuhkannya. Syarat-syarat berikut harus dipenuhi oleh pelaku layanan lisan agar layanan lisan berhasil sesuai dengan yang diharapkan: a) Memahami benar masalah yang terlibat dalam bidang tugasnya; b) Mampu memberikan penjelasan yang diperlukan dengan lancar, singkat tetapi cukup jelas; c) Bertingkah laku sopan dan ramah; dan d) Menjaga disiplin saat bekerja.

2. Layanan melalui tulisan

Layanan tulisan adalah jenis layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas, baik dari segi jumlah maupun fungsinya. Pada dasarnya, layanan melalui tulisan cukup efektif, terutama untuk layanan jarak jauh karena faktor biaya. Satu hal

yang harus diperhatikan adalah kecepatan agar layanan tulisan dapat memuaskan pelanggan. Dua bagian terdiri dari layanan tulisan: a) Layanan terdiri dari berkas tertulis untuk permohonan, laporan, keluhan, pemberian atau penyerahan, dan pemberitahuan; dan b) Layanan terdiri dari petunjuk, informasi, dan yang serupa yang ditujukan kepada orang yang berkepentingan untuk membantu mereka berurusan dengan lembaga.

3. Perbuatan dan pelayanan lisan sering digabungkan untuk menghasilkan berbagai pelayanan. Hal ini dapat dikaitkan dengan sifat hubungan pelayanan secara umum. Tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan layanan yang menghasilkan tindakan atau hasil nyata, bukan sekedar penjelasan.

2.2.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah faktor kunci yang dihargai pelanggan. Suatu perusahaan dianggap berkualitas tinggi jika tidak hanya memenuhi tetapi juga melampaui harapan pelanggan. Menurut para ahli, kualitas ditentukan oleh kombinasi sifat dan karakteristik yang menentukan seberapa baik keluaran dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Sederhananya, pelanggan mengevaluasi sejauh mana kualitas-kualitas ini memenuhi kebutuhan mereka.

Menurut Garvis dan Davis (Nasution, 2004:41), kualitas adalah keadaan dinamis yang berkaitan dengan berbagai aspek seperti produk, individu, tenaga kerja, prosedur, dan lingkungan. Hal ini bertujuan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan atau konsumen. Kualitas, menurut Crosby (Nasution, 2004:41), adalah kesesuaian dengan persyaratan, yaitu sesuai dengan yang diminta atau diatur. Apabila suatu produk sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, maka produk tersebut memiliki kualitas. Bahan baku, proses produksi, dan produk jadi adalah semua bagian dari standar kualitas.

Kualitas, menurut Deming (Nasution, 2004:41), adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar. Bertentangan dengan definisi Juran dan Crosby, Deming mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian dengan kebutuhan pasar. Perusahaan harus benar-benar memahami kebutuhan pelanggan untuk produk yang akan dibuat. Berdasarkan pemahaman di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah standar ukuran produk yang memenuhi harapan konsumen, bahkan melebihi yang diinginkan oleh konsumen. Pelanggan menilai dua jenis kualitas: kualitas baik mewakili kualitas yang memenuhi standar pelanggan, dan kualitas buruk mewakili kualitas yang di bawah standar pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah standar keunggulan yang diantisipasi dan kemampuan untuk mempertahankan standar tersebut guna memenuhi harapan pelanggan (Nasution, 2004:47). Sebaliknya, Zeithaml dkk. (Laksana, 2008:88) berpendapat bahwa kualitas pelayanan yang dialami pelanggan dapat diukur dari sejauh mana kesesuaiannya dengan harapan dan keinginan mereka.

Sebagaimana dikemukakan oleh Lupiyoadi (2014:217), studi tentang SERVQUAL (Kualitas Layanan) mengidentifikasi lima dimensi yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi kualitas layanan:

1. Berwujud (*tangibles*)

Kapasitas organisasi untuk membangun kehadirannya di hadapan individu eksternal. Sarana fisik, prasarana, dan lingkungan sekitar perusahaan mencerminkan pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Ini termasuk bangunan, gudang, teknologi, peralatan, dan penampilan karyawan.

2. Reliabilitas (*reliability*)

Organisasi harus secara konsisten memberikan layanan yang dijanjikan dengan akurat dan kredibel, sejalan dengan komitmennya. Kinerja harus selaras dengan harapan pelanggan,

mencakup ketepatan waktu, layanan yang setara untuk semua pelanggan, empati, dan akurasi.

3. Ketanggapan (*responsiveness*)

Daya tanggap adalah tindakan membantu pelanggan secara cepat dan akurat dengan menawarkan informasi yang jelas kepada mereka. Pelanggan yang tidak diberikan penjelasan yang jelas dapat menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas layanan.

4. Jaminan (*assurance*)

Jaminan mengacu pada keahlian, profesionalisme, dan kompetensi karyawan perusahaan dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Konsep tersebut terdiri dari berbagai elemen, seperti komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan.

5. Empati (*empathy*)

Empati mencakup pemberian perhatian yang tulus dan individual kepada pelanggan dengan memahami kebutuhan mereka. Sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk memiliki pemahaman menyeluruh tentang pelanggannya, mencakup kebutuhan mereka yang berbeda-beda, dan menjamin bahwa jam operasionalnya nyaman bagi mereka.

Fitzsimmons dalam Zaenal Mukarom dan Muhibudin (2015:108) mengemukakan lima indikator Kualitas Pelayanan:

1. Keandalan didefinisikan dengan memberikan tingkat kualitas layanan yang diperlukan dan akurat.
2. Tangibles ditentukan oleh alokasi sumber daya tambahan yang memadai.
3. Daya tanggap ditandai dengan kecenderungan untuk segera melayani konsumen.
4. Kepastian didefinisikan oleh tingginya tingkat pertimbangan etis dan moral dalam memberikan layanan terbaik.
5. Empati mengacu pada sejauh mana seseorang bersedia memahami dan memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Afandi (2018, hal. 43), penting untuk mempertimbangkan dimensi kualitas layanan berikut ketika ingin meningkatkannya.

1. Prosedur Pelayanan

Penyedia dan penerima layanan diharapkan mematuhi prosedur layanan standar, yang juga mencakup penanganan pengaduan.

2. Waktu Penyelesaian

Waktu penyelesaian dihitung sejak permohonan diajukan hingga diselesaikan, termasuk pengaduan terkait.

3. Biaya Pelayanan

Biaya layanan mencakup rincian spesifik yang ditetapkan selama proses pemberian layanan.

4. Produk Pelayanan

Penawaran layanan kami memastikan bahwa klien menerima hasil yang diharapkan sesuai dengan pedoman yang ditetapkan.

5. Sarana dan Prasarana

Penyedia layanan publik harus memastikan penyediaan sarana dan prasarana yang memadai.

6. Kompetensi Petugas Pemberi Pelayanan

Penting untuk menilai secara akurat kompetensi penyedia layanan dengan mengevaluasi pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku mereka.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan.

Ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam proses pelayanan yang dilakukan oleh karyawan. Prinsip-prinsip pelayanan yang dituangkan dalam Keputusan MENPAN Nomor 63 Tahun 2004 adalah sebagai berikut: Efisiensi merupakan kunci dalam prosedur pelayanan publik, memastikan prosedur tersebut lugas, mudah dipahami, dan praktis untuk dilaksanakan.

1. Perlunya kejelasan yang mencakup persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik. Entitas dan individu dengan wewenang dan tanggung jawab yang diperlukan untuk memberikan layanan dan mengatasi konflik dalam pelaksanaan layanan publik. Informasi mengenai biaya pelayanan publik dan proses pembayarannya.
2. Memastikan kepastian waktu penyelesaian pelayanan publik.
3. Keakuratan suatu produk pelayanan publik terjamin melalui penerimaan yang baik, ketaatan pada pedoman hukum dan menjaga ketelitian.
4. Keamanan adalah proses dan produk pelayanan publik yang menanamkan rasa aman dan kepastian hukum.
6. Tanggung jawab berada pada penanggung jawab penyelenggaraan pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk yang bertanggung jawab memberikan pelayanan dan menangani pengaduan atau permasalahan dalam penyelenggaraan pelayanan publik.
7. Evaluasi meliputi penilaian terhadap sarana dan prasarana, seperti ketersediaan sarana kerja, peralatan, dan sistem pendukung lain

yang diperlukan, termasuk teknologi, telekomunikasi, dan informatika (telematika).

8. Kemudahan akses meliputi faktor tempat dan lokasi, serta tersedianya fasilitas pelayanan yang mudah dijangkau oleh masyarakat.
7. Penyedia layanan diharapkan menjaga tingkat kedisiplinan, kesopanan, dan keramahan yang tinggi. Penting bagi mereka untuk bersikap sopan, ramah, dan memberikan pelayanan dengan tulus.
9. Untuk menjamin kenyamanan, lingkungan pelayanan harus ditata dengan baik dan dilengkapi dengan ruang tunggu yang bersih dan rapi. Selain itu juga harus menyediakan fasilitas pendukung pelayanan yang diperlukan seperti tempat parkir, toilet, dan tempat ibadah.

Adapun standar pelayanan publik meliputi:

- 1) Prosedur layanan mencakup proses yang dilakukan oleh penyedia dan penerima layanan, yang mungkin mencakup penanganan keluhan.
- 2) Waktu penyelesaian mengacu pada durasi antara pengajuan permohonan dan penyelesaian layanan.
- 3) Pengeluaran yang terkait dengan layanan, khususnya biaya dan tarif yang ditetapkan selama proses pemberian layanan.

- 4) Produk jasa adalah hasil jasa yang diberikan berdasarkan syarat dan ketentuan yang telah ditentukan.
- 5) Penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai merupakan hal yang krusial.
- 6) Kompetensi pemberi layanan, khususnya petugas, harus dinilai secara akurat dalam hal pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan.

2.2.3 Pengertian Nasabah

Para pelaku bisnis sering mengucapkan terima kasih dan kebanggaan kepada nasabah untuk menunjukkan betapa pentingnya peran nasabah bagi kelangsungan hidup perusahaan. Dimulai dari bisnis kecil hingga besar, dari industri rumah tangga hingga industri berskala internasional, dari perusahaan yang memproduksi barang hingga perusahaan yang menyediakan jasa, semua bisnis di Indonesia sangat memahami arti kata nasabah. Dalam hal ini, konsumen adalah "pihak yang memakai nilai, mereka membentuk harapan akan nilai".

Klien adalah klien perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Karena mereka adalah pengguna produk, nasabah adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, dalam dunia perbankan nasabah. Pelanggan biasanya dianggap sebagai fokus utama perusahaan. Mereka adalah individu yang mengunjungi tempat tertentu untuk melakukan pembelian atau memperoleh barang-barang yang diperlukan. Selain itu, pelanggan dapat digambarkan sebagai individu yang memanfaatkan atau mengonsumsi produk

atau layanan tertentu. Individu dapat disebut sebagai pelanggan meskipun mereka tidak melakukan pembelian, melainkan terlibat dalam konsumsi atau pemanfaatan suatu produk atau layanan.

Dalam setiap perselisihan dengan pelanggan, tidak ada pemenang karena pelanggan adalah individu yang mengandalkan kami untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pekerjaan kami semata-mata terfokus pada pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan kami, memastikan bahwa mereka tidak pernah diganggu atau dihalangi dengan cara apa pun. Kami berusaha keras untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan kami, karena merekalah yang memberi kami hak istimewa untuk melayani mereka. Kesuksesan kami bergantung pada kepuasan dan loyalitas pelanggan kami. Oleh karena itu, merupakan kewajiban kita untuk melayani pelanggan secara efektif dengan cara yang saling menguntungkan bagi pelanggan dan organisasi kita. Ada dua kelompok pelanggan yang berbeda:

1. Nasabah internal

Pelanggan internal mencakup individu yang terlibat dalam berbagai aspek penyediaan layanan dan produksi barang, termasuk perencanaan, manufaktur, pemasaran, penjualan, dan administrasi. Orang-orang yang termasuk dalam kategori ini adalah direktur, manajer, pimpinan bagian, penyelia, dan anggota staf yang bekerja di lembaga pemerintah.

2. Nasabah eksternal

Nasabah eksternal, juga disebut sebagai nasabah eksternal, adalah setiap individu yang tidak termasuk dalam organisasi komersil atau non-

komersial dan yang menerima layanan penyerahan barang atau jasa dari organisasi (perusahaan). Nasabah eksternal ini termasuk dalam dua kelompok berdasarkan kegiatan komersil dan non-komersial:

1) Segmentasi pelanggan dalam operasi komersial. Individu yang menerima layanan dan merupakan bagian dari kelompok pelanggan yang terlibat dalam kegiatan komersial tercantum di bawah ini:

- Pelanggan di pasar, khususnya sebagai pengguna akhir.
- Di pasar produsen/industri, secara khusus mengacu pada produsen yang membeli barang modal untuk keperluan pengolahan dan memperoleh bahan mentah untuk diolah kembali.
- Di pasar perantara, kami menemukan pedagang perantara yang membeli produk dengan tujuan untuk menjualnya kembali. Demikian pula di pasar pemerintah, lembaga pemerintah pusat dan daerah melakukan pengadaan produk untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka.

2) Kelompok pelanggan dalam kegiatan non-komersil: Penerima layanan dari penyedia layanan non-komersil yang memberikan layanan tanpa biaya atau dengan pembayaran yang sebanding dengan manfaat yang diperolehnya.

Pelanggan dari berbagai industri, termasuk perbankan, layanan kesehatan, penerbangan, ritel, perhotelan, dan bengkel, mungkin mengalami ketidakpuasan jika persyaratan dan harapan mereka tidak terpenuhi. Kepuasan pelanggan secara langsung dipengaruhi oleh apakah pengalaman mereka melebihi atau tidak memenuhi harapan mereka.

Dalam bidang jasa, pelanggan merupakan individu yang memanfaatkan jasa. Dalam ranah perbankan, individu dikategorikan sebagai nasabah. Menurut perspektif tradisional, pelanggan adalah individu yang terlibat dengan perusahaan pasca produksi karena merekalah yang memanfaatkan produk tersebut. Dalam konteks operasi perusahaan, individu atau entitas yang terlibat dengan organisasi sebelum dimulainya proses produksi diklasifikasikan sebagai pemasok.

Singkatnya, pelanggan adalah individu yang secara konsisten kembali ke suatu perusahaan tertentu untuk memenuhi kebutuhannya melalui pembelian produk atau layanan.

2.2.4 Kepuasan Nasabah

Kotler mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja yang diterima dari produk atau jasa dengan apa yang diharapkan. Tidak peduli berapa banyak penjualan yang mereka hasilkan selama upaya mereka, hasil penjualan yang baik akan

menghasilkan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:57), kepuasan pelanggan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan: kesetiaan pelanggan dan promosi (iklan) dari mulut ke mulut, atau gethok tular positif. Pelanggan mungkin mengalami salah satu tingkat kepuasan berikut:

1. Ketika kinerja tidak memenuhi harapan pelanggan, hal ini akan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Hal ini terjadi ketika penyedia layanan gagal memenuhi harapan pelanggan yang lebih tinggi.
2. Ketika kinerja memenuhi harapan pelanggan, hal ini akan menghasilkan kepuasan pelanggan karena harapan mereka sejalan dengan penyampaian penyedia layanan.
3. Ketika ekspektasi pelanggan terlampaui, tingkat kepuasan mereka meningkat secara signifikan. Hal ini terjadi ketika produk atau jasa yang diterima melebihi harapan awal mereka.

Defenisi kepuasan menurut Zeithaml dan Bitner adalah: “*Satisfaction is the customers evaluation of product or service in terms of whether that product or service has meet their needs and expectations*”. Salah satu kemungkinan interpretasi kepuasan adalah evaluasi yang dilakukan konsumen mengenai suatu produk atau layanan, yang menunjukkan bahwa mereka telah puas terhadapnya.

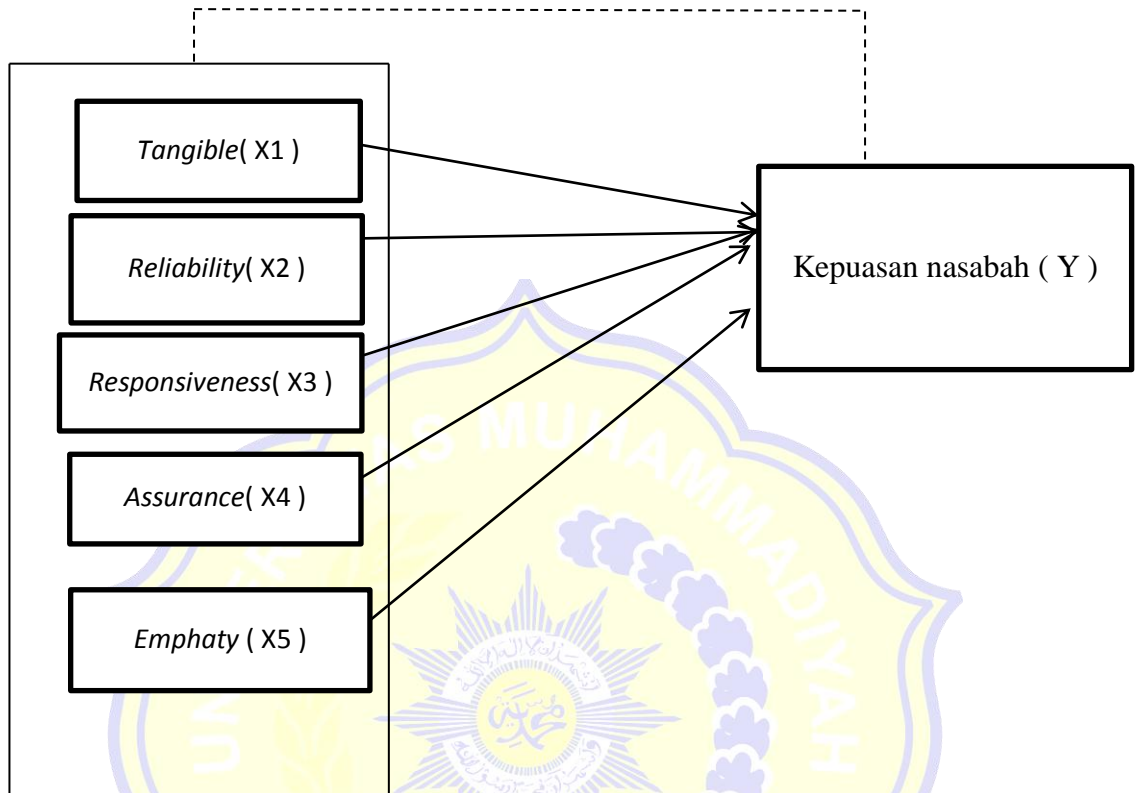
Setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka saat membeli barang atau jasa atau merasakan pelayanan yang diberikan oleh penyedia barang atau jasa dengan harapan mereka sendiri, kepuasan pelanggan dapat diukur. Pengalaman pertama pelanggan dengan layanan yang diberikan kepadanya menentukan harapan tersebut. Pemberi layanan jasa yang ingin unggul dalam persaingan harus memahami harapan pelanggan dan dapat memuaskan pelanggan.

Richard Oliver membuat definisi tambahan tentang kepuasan konsumen (Barnes, 2003: 64). Menurutnya, kepuasan konsumen merupakan hasil terpenuhinya kebutuhan pelanggan atau konsumen. Hal ini mengacu pada evaluasi aspek tertentu dari suatu produk atau layanan, atau produk atau layanan itu sendiri, dalam kaitannya dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan tingkat kenyamanan yang memuaskan, yang dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Definisi di atas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan atau konsumen adalah terpenuhinya harapan. Jika produk atau jasa suatu perusahaan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, hal itu dapat dianggap memuaskan. Kepuasan pelanggan dalam industri jasa ditentukan oleh keseluruhan pengalaman pelanggan dengan perusahaan. Pengukuran kepuasan nasabah pada suatu perusahaan perbankan didasarkan pada pengalaman pelayanan nasabah secara keseluruhan.

2.3 Kerangka Berfikir

Adapun kerangka berfikir sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka berfikir

Keterangan :

⊆ : pengaruh simultan

→ : pengaruh parsial

X1 : tangible

X2 : Reliability

X3 : Responsiveness

X4 : assurance

- X5 : emphaty
- Y : Kepuasan nasabah
- XY : Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

2.4 Hipotesis

Hipotesis penelitian akan menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh berbagai indikator, seperti aspek nyata, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Berikut penjelasan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

H1: kualitas pelayan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah

H₀1: kualitas pelayan tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah

H2: *Tangible* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSI

H₀2: *Tangible* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSI

H3: *Reliability* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSI

H₀3: *Reliability* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSI

H4: *Responsiveness* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSI

H₀₄: *Responsiveness* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSI

H₅: *Assurance* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSI

H₀₅: *Assurance* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSI

H₆: *Emphaty* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSI

H₀₆: *Emphaty* tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BSI



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian masalah so sial. Pendekatan ini didasarkan pada pengujian suatu teori yang melibatkan pengukuran dan analisis variabel dengan menggunakan metode statistik. Tujuannya adalah untuk memastikan keakuratan generalisasi prediktif teori tersebut, menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:39), adalah jenis penelitian yang menghasilkan (menghasilkan) temuan melalui penggunaan teknik kuantifikasi (pengukuran) atau prosedur statistik.

3.2 Lokasi dan waktu penelitian

Peneliti yang melakukan penelitian ini pernah melakukan magang di Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini berfokus pada karakteristik objek, yang merupakan inti dari masalah; tujuan dari penelitian ini adalah untuk menumbuhkan rasa ingin tahu lebih lanjut. Data yang dapat diambil di lokasi penelitian tersedia dan dapat dikumpulkan dalam waktu kurang lebih dua bulan setelah izin penelitian diberikan. Proses bimbingan berlangsung dan presentasi formulir skripsi adalah bagian dari pengolahannya.

3.3 jenis dan sumber data

3.3.1 Data Primer

Peneliti mengumpulkan data primer langsung dari sumber asli atau lokasi objek penelitian, seperti yang diungkapkan Sugiyono. (2018:456). Data utama dikumpulkan dari karyawan bank syariah Indonesia.

3.3.2 Data Sekunder

Sebagaimana diungkapkan Sugiyono (2019:193), data sekunder mengacu pada sumber yang tidak berkontribusi langsung dalam pengumpulan data. Kami mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber terpercaya seperti Google, dokumentasi, dan literatur untuk mendukung penelitian kami.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Dalam karyanya Sugiyono (2018: 130) menjelaskan bahwa populasi merujuk pada suatu kategori objek atau subjek yang luas dengan kualitas dan karakteristik tertentu. Atribut-atribut ini dipilih dengan cermat oleh para peneliti untuk tujuan penelitian, sehingga memungkinkan mereka menarik kesimpulan yang bermakna dari temuan mereka. Mengidentifikasi populasi yang diteliti

memerlukan pemahaman yang tepat tentang kelompok spesifik yang diteliti, yang dikenal sebagai populasi sasaran. Hal ini mengacu pada populasi yang akan menjadi fokus temuan penelitian. Jumlah populasi tidak diketahui.

3.4.1 Sampel

Sebagaimana diungkapkan Sugiyono pada tahun 2017, sampel merupakan representasi populasi ditinjau dari jumlah dan karakteristiknya (hlm. 33). Peneliti menggunakan purposive sampling sebagai teknik pengambilan sampel untuk mengumpulkan sampel dari populasi yang ukurannya tidak diketahui.

Penelitian ini melibatkan sampel sebanyak 80 responden yang merupakan orang tua dari anak tunagrahita di SLB-C YPLB Cipaganti Bandung. Besar sampel sebanyak 80 orang dipilih berdasarkan rekomendasi yang diberikan Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982: 253).

1. Ukuran sampel yang sesuai untuk penelitian biasanya berkisar antara 30 hingga 500.
2. Apabila sampel dibagi ke dalam kategori (misalnya: laki-laki-perempuan, PNS-swasta dan lain-lain)

maka jumlah minimal anggota sampel untuk setiap kategori adalah 30.

3. Saat melakukan analisis multivariat, penting untuk memastikan bahwa jumlah anggota sampel minimal 10 kali lipat jumlah variabel yang diteliti.
4. Dalam kasus penelitian eksperimental sederhana yang melibatkan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, biasanya disarankan untuk memiliki ukuran sampel sekitar 10-20 individu untuk setiap kelompok.

Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling, yaitu teknik yang tidak menjamin peluang pengambilan sampel yang sama bagi seluruh elemen atau anggota populasi terpilih. (Sugiyono, 2017:34).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sugiyono (2017:34) ditemukan bahwa Purposive Sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang melibatkan pertimbangan kriteria tertentu yang perlu dipenuhi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 responden dengan kondisi tertentu. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. mempunyai tabungan di Bank Syariah Indonesia
2. yang melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia
3. yang melakukan pembayaran di Bank Syariah Indonesia

3.5 Variabel penelitian dan Definisi operasional

3.5.1. Variable penelitian

Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2018:95), variabel penelitian dipilih oleh peneliti untuk mempelajari dan mengumpulkan informasi tentang aspek-aspek tertentu dari penelitian. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi dan memahami permasalahan yang dihadapi, sehingga berujung pada perumusan kesimpulan. Biasanya variabel penelitian dikategorikan menjadi dua jenis: variabel bebas (X) yang disebut juga variabel bebas, dan variabel terikat (Y) yang disebut variabel terikat. Penjelasan kedua variabel tersebut adalah sebagai berikut:

3.5.1.1. Variabel Independen (X)

Dari variabel independent dalam penelitian ini yaitu *Tangibles, reliability, respinsiveness, assurance, empathy*. Penjelasan mengenai variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

1. *Tangibles* (X1)
2. *Reliability* (X2)
3. *Responsiveness* (X3)
4. *Assurance* (X4)
5. *Empathy* (X5)

3.5.1.2. Variabel Dependen(Y)

- Kepuasan nasabah(Y)

3.5.2. Definisi operasional variabel

Definisi operasional dalam variabel penelitian mengacu pada atribut, karakteristik, atau nilai suatu objek atau aktivitas yang menunjukkan variasi tertentu, yang ditentukan oleh peneliti untuk tujuan studi dan penarikan kesimpulan. (Sugiyono, 2015).

3.5.2.1. Variabel Independen (X)

Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2018:96), variabel independen adalah faktor-faktor yang mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi atau memicu perubahan variabel dependen.

3.5.2.2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2018:97) variabel terikat atau variabel terikat adalah Variabel terikat dipengaruhi oleh adanya variabel bebas (respon). Penelitian ini berfokus pada kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen (Y). Penjelasan mengenai kepuasan pelanggan adalah

Tabel 3.1 Definisi operasional variabel

Dimensi variabel	Definisi operasional	Indikator
<i>Tangibles</i> (X1)	Kapasitas perusahaan untuk membangun kehadirannya di hadapan entitas eksternal. Sarana fisik, prasarana, dan lingkungan sekitar perusahaan menjadi indikator nyata atas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. Ini termasuk bangunan, gudang, peralatan, teknologi, dan penampilan karyawan.	1. penampilan petugas dalam melayani nasabah 2. kedisiplinan petugas dalam melakukan pelayanan
<i>Reliability</i> (X2)	Kapasitas perusahaan untuk memberikan layanan dengan	1. kecepatan petugas dalam melayani

	<p>presisi dan dapat diandalkan.</p> <p>Kinerja harus selaras dengan harapan pelanggan, mencakup ketepatan waktu, layanan bebas kesalahan yang konsisten untuk semua pelanggan, sikap penuh kasih, dan penekanan kuat pada akurasi.</p>	<p>nasabah</p> <p>2. kemampuan petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses kualitas pelayanan</p>
<p><i>Responsiveness</i>(X3)</p>	<p>Daya tanggap mengacu pada kesiediaan untuk membantu pelanggan secara cepat dan akurat dengan menyampaikan informasi yang jelas. Pelanggan yang dibiarkan menunggu tanpa penjelasan yang jelas dapat menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas pelayanan.</p>	<p>1. merespon setiap kebutuhan nasabah</p> <p>2. semua keluhan pelanggan direspon petugas</p>
<p><i>Assurance</i>(X4)</p>	<p>Jaminan mengacu pada keahlian, profesionalisme, dan kompetensi karyawan perusahaan dalam membangun kepercayaan pelanggan. Konsep tersebut terdiri dari berbagai elemen,</p>	<p>1. petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam kualitas pelayanan</p> <p>2. petugas</p>

	seperti komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan.	memberikan jaminan biaya dalam kualitas pelayanan
<i>Emphathy (X5)</i>	Empati melibatkan pemberian perhatian yang tulus dan personal kepada pelanggan dengan memahami keinginan mereka.	1. kualitas pelayanan yang baik 2. mendahulukan kepentingan pelanggan

3.6 Skala Pengukuran

Untuk menilai pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, peneliti akan menggunakan skala Likert. Kinneer (1998) mendefinisikan skala Likert sebagai alat yang digunakan untuk mengukur sikap individu terhadap suatu pertanyaan atau pernyataan. Terdiri dari serangkaian tanggapan, seperti sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju, sangat baik, baik, ragu-ragu, tidak baik, atau sangat buruk (Umar, 2009:70). Menurut Suliyanto (2009:83), bobot numerik tertinggi diberikan pada “sangat setuju” bila item pernyataan atau pertanyaan bernilai positif, begitu pula sebaliknya. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, dimana peneliti telah memberikan pilihan jawaban kepada responden untuk dipilih. (Suliyanto, 2009:141).

Tabel 3.2 Skala Likert

Pilihan	Keterangan	Bobot Jawaban
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu – Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Morrisan (2012:89)

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Tahap pengolahan data merupakan langkah tambahan dalam proses penelitian yang terjadi setelah data dikumpulkan dari lapangan. Pengolahan data dalam penelitian kuantitatif melibatkan dua tahap utama: identifikasi (coding) dan tabulasi.

3.7.1. Coding

Pengkodean melibatkan pemberian kode pada data yang diedit untuk memberikan makna pada analisis selanjutnya (Bungin, 2005: 173). Kode dapat direpresentasikan menggunakan huruf atau angka. (Suliyanto, 2009:165).

3.7.2. Tabulating

Bungin (2005:173) mengartikan tabulasi atau tabulasi sebagai tindakan memasukkan data ke dalam tabel. Setelah data dimasukkan ke

dalam tabel, peneliti akan melanjutkan menganalisisnya dengan bantuan program komputer khususnya SPSS versi 25.

3.7.3. *Observasi* (pengamatan)

Penelitian ini menggunakan metode observasi untuk mengumpulkan data melalui pengamatan langsung terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pengaruh penjualan online terhadap pilihan pembelian konsumen.

3.7.4. *Kuesioner* (online)

Yaitu teknik pengumpulan data melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan atau petunjuk tertulis untuk menjawab kepada responden (Sugiyono, 2013: 199). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini diberikan dalam format tertutup dan berfungsi sebagai alat tambahan untuk mengumpulkan data mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan pembelian konsumen. Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk menyajikan kepada responden daftar pertanyaan yang lengkap disertai dengan pilihan jawaban, antara lain: sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), tidak setuju dan tidak setuju (KS), dan setuju (S). Responden diminta untuk memilih jawaban yang paling sesuai dengan pertanyaan yang diberikan.

3.8 Uji validitas dan Reliabilitas Data

3.8.1. Uji Validitas

Menurut Nasution (1996:74), suatu instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut mampu mengukur sasaran yang diinginkan secara akurat. Menurut Umar (2009:166), uji validitas digunakan untuk menentukan relevansi suatu pertanyaan atau pernyataan, sehingga berpotensi untuk dibuang atau diganti. Pak Siregar. Menurut Umar (2009:166), teknik korelasi product moment Pearson dapat dimanfaatkan untuk menilai keabsahan instrumen penelitian data. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan menggunakan nilai signifikansi (α) sebesar 0,05.

- Apabila r hitung dari r tabel lebih besar dari nol dan positif, maka item pernyataan tersebut dianggap valid.
- Apabila r hitung lebih kecil dari nilai r tabel, maka pernyataan tersebut dianggap tidak sah.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai kesesuaian penggunaan kuesioner beberapa kali dengan responden yang sama. (Umar, 2009:168).

Hal yang harus diperhatikan dalam uji reliabilitas :

- Nilai uji reliabilitas diperoleh dari skor item pernyataan yang valid.

- Jika nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60 berarti item pertanyaan dalam kuesioner tersebut reliabel. Jika nilai Cronbach's Alpha turun di bawah 0,60, hal ini menunjukkan bahwa item pertanyaan dalam kuesioner kurang reliabilitas.

3.9 Teknik Analisa Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Berbagai teknik analisis data digunakan dalam penelitian ini, seperti:

3.9.1 Uji Instrumen Penelitian

3.9.1.1. Uji Validitas

Sebagaimana dikemukakan Sugiyono (2012:134), validitas mengacu pada tingkat keakuratan data yang dikumpulkan dari objek penelitian dan data yang dilaporkan oleh peneliti. Kuesioner yang valid adalah kuesioner yang secara efektif mengukur apa yang ingin dicapai, memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut secara akurat mengungkapkan informasi yang diinginkan.

Kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner tersebut valid.
- 2) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka kuesioner dapat dikatakan tidak valid.

3.9.1.2. Uji Reliabilitas

Sesuai penelitian Staindback (Sugiyono 2014: 245), reliabilitas mengacu pada tingkat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Sederhananya, kejelasan suatu pernyataan sangat penting dalam memastikan adanya pemahaman bersama di antara individu.

Salah satu cara untuk menentukan reliabilitas data adalah melalui penerapan rumus Alpha Cronbach. Sebuah kuesioner dianggap variabel jika nilai r Cronbach Alpha melebihi 0,6. Biasanya, skor reliabilitas di bawah 0,6 dianggap tidak dapat diandalkan, sedangkan skor antara 0,7 dan 0,8 dianggap dapat diterima. Skor 0,8 atau lebih tinggi dianggap dapat diandalkan. Perhitungan reliabilitasnya memanfaatkan bantuan program SPSS mandiri.

3.9.2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi dilakukan untuk menguji pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2014:270), regresi linier sederhana mengandalkan adanya hubungan fungsional atau sebab akibat antara variabel bebas dan variabel terikat. Rumus regresi linier sederhana dapat dinyatakan sebagai:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Di mana:

Y = Keputusan Nasabah

a = konstanta

X1 = Kualitas pelayanan

X2 = berwujud

X3 = reliabilitas

X4 = ketanggapan

X5 = jaminan

X6 = empati

b1, b2, b3, b4, b5 = Koefisien regresi

e = Error

3.9.3. Pengujian Hipotesis

Tujuan pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan positif antara dua variabel X dan Y. Hipotesis tentang statistik (H_a) diterima jika terdapat bukti adanya hubungan antar variabel.

3.9.3.1. Uji Parsial atau Uji t

Uji signifikansi nilai t umumnya digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan tingkat

signifikansi 5% untuk mengevaluasi dukungan terhadap hipotesis yang diselidiki. Jika tingkat signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan H_0 diterima. Ketika α diatur ke 0,05, hubungan yang signifikan secara statistik diamati antara variabel independen dan variabel dependen. (Ghozali, 2011:198).”

3.9.3.2. Koefisien Determinasi (R)

Koefisien determinasi biasanya digunakan untuk mengevaluasi kemampuan suatu model dalam memperhitungkan variasi variabel independen. Koefisien determinasi berkisar dari nol sampai satu. Nilai R yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai kemampuan yang terbatas dalam menjelaskan variasi variabel tersebut. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen. (Ghozali, 2013:97).

3.9.3.3. Uji Ketepatan Model (Uji F)

Uji Signifikan F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara kolektif mempunyai dampak terhadap variabel dependen. Menguji kesesuaian

model regresi untuk kebaikan. Berdasarkan uji signifikansi F terlihat bahwa bukti nyata, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati semuanya mempunyai pengaruh secara kolektif terhadap kepuasan pelanggan. Apabila tingkat signifikansi (sig) kurang dari 0,05 (α) maka hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen secara kolektif mempunyai hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen sehingga mendukung hipotesis. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi sudah sesuai. (Ghozali,2011:141).

