

Feb 15  
3 2019

**PENGARUH SERVICE EXCELLENCE TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH PADA BANK MANDIRI SYARIAH  
KANTOR CABANG PEMBANTU DAERAH PADANG BULAN .**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk melengkapai tugas-tugas dan memenuhi  
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh:

**NURHAYATI HUTAGALUNG**

**NPM: 1501270088**



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**

**PENGARUH SERVICE EXCELLENCE TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI  
KANTOR CABANG PEMBANTU DAERAH PADANG BULAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi  
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh:

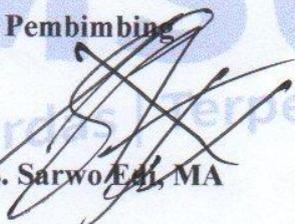
**NURHAYATI HUTAGALUNG**

**NPM: 1501270088**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**UMSU**

Pembimbing

  
**Dr. Sarwo Edhi, MA**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**

**BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

**NAMA MAHASISWA** : Nurhayati Hutagalung

**NPM** : 1501270088

**PROGRAM STUDI** : Perbankan Syariah

**HARI, TANGGAL** : Sabtu, 16 Maret 2019

**WAKTU** : 08.00 s.d selesai

**TIM PENGUJI**

**PENGUJI I** : Dr. Siti Mujaitun, SE, MM

**PENGUJI II** : Novien Rialdy, SE, MM

**PANITIA PENGUJI**

**Ketua**

**Sekretaris**

**Dr. Muhammad Qorib, MA**

**Zailani, S.PdI, MA**



**PERSETUJUAN**

**Skripsi berjudul**

**PENGARUH SERVICE EXCELLENCE TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR  
CABANG PEMBANTU DAERAH PADANG BULAN**

Oleh:

**NURHAYATI HUTAGALUNG**

**NPM: 1501270088**

*Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penelitian skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi*

**Medan, 12 Maret 2019**

**Pembimbing**

**Drs. Sarwo edi, MA**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2019**

Medan, 12 Maret 2019

Nomor : Istimewa  
Hal : Skripsi.n Nurhayati Hutagalung  
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam  
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Di  
Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Nurhayati Hutagalung** yang berjudul "**Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan.**" Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam UMSU.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

**Pembimbing Skripsi**

**Drs, Sarwo Edi, MA**

**UMSU**  
Unggul | Cerdas | Terpercaya



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya



**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

**Nama Mahasiswa** : Nurhayati Hutagalung  
**Npm** : 1501270088  
**Program Studi** : Perbankan Syariah  
**Jenjang** : S1 (Strata Satu)  
**Ketua Program Studi** : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
**Dosen Pembimbing** : Drs. Sarwo Edi, MA  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan.

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
09-03-2019	Perbaiki sejarah pendiri Bank Mandiri syariah		
11-03-2019	- Hasil data penelitian pakai Footnote - Besok diteliti lagi kamu baca berulang-ulang		
12-03-2019	Ada uji Hipotesis Tidak ada Hipotesis.		
12-03-2019	ECC		

Medan, 12 Maret 2019

**Diketahui/ Disetujui**  
**Dekan**

**Dr. Muhammad Qorib, MA**

**Diketahui/ Disetujui**  
**Ketua Program Studi**

**Selamat Pohan, S. Ag, MA**

**Pembimbing Skripsi**

**Drs. Sarwo Edi, MA**



Unggul, Cerdas & Terpercaya

# MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan  
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

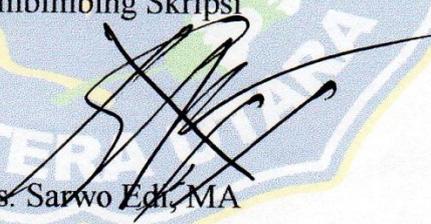
## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk mempertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama Mahasiswa	: Nurhayati Hutagalung
Npm	: 1501270088
Semester	: VIII (Delapan)
Program Studi	: Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang bulan.

Medan, 12 Maret 2019

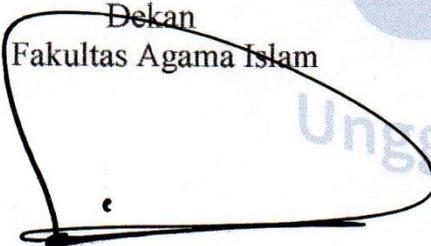
Pembimbing Skripsi

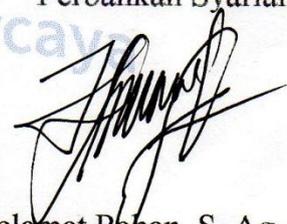
  
Drs. Sarwo Edi, MA

Disetujui oleh

Dekan  
Fakultas Agama Islam

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah

  
Dr. Muhammad Qorib, MA

  
Selamat Pohan, S. Ag, MA



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id)

E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

*Unggul, Cerdas & Terpercaya*

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini disusun oleh:

**Nama Mahasiswa** : Nurhayati Hutagalung

**Npm** : 1501270088

**Program Studi** : Perbankan Syariah

**Judul Skripsi** : Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan.

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 12 Maret 2019

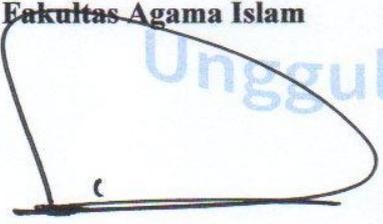
**Pembimbing Skripsi**

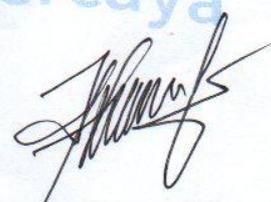
  
**Drs. Sarwo Edi, MA**

**UMSU**  
 Diketahui/ Disetujui  
 Oleh:

**Dekan  
 Fakultas Agama Islam**

**Ketua Program  
 Studi Perbankan Syariah**

  
**Dr. Muhammad Qorib, MA**

  
**Selamat Pohan, S. Ag, MA**

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN**  
**KEPUTUSAN BERSAMA**  
**MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN**  
**KEBUDAYAAN**  
**REPUBLIK INDONESIA**

**Nomor : 158 th. 1987**

**Nomor : 0543bJU/1987**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

**1. Konsonan**

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	de

ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	esdan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah )
ع	Ain	‘	Komentar
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamza	?	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong:

### a. Vokal tunggal

vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
□	fathah	A	A
□	Kasrah	I	I
و -	ḍammah	U	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabung Huruf	Nama
ي □	fathah dan ya	AI	a dan i
و □	fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

- kataba: كتب
- fa'ala: فعل
- kaifa: كيف

### c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا □	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي □	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و و	ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- qāla : قال
- ramā : رم
- qāla : قيل

### d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) Ta marbūtah hidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan ḍammah, transliterasinya (t).

2) Ta marbūtah mati

Ta marbūtah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h).

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- rauḍah al-aṭfāl - rauḍatul aṭfāl: لروضةالطفا
- al-Madīnah al-munawwarah : المدينة المنورة

- ṭalḥah: طلحة

#### e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda tasydid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- rabbanā : ربنا
- nazzala : نزل
- al-birr : البير
- al-hajj : الحج
- nu'ima : نعم

#### f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

##### 1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

##### 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu: الرجل
- as-sayyidatu: السيدة
- asy-syamsu: الشمس

- al-qalamu: القلم
- al-jalalu: الجلال

### **g. Hamzah**

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- *ta'khuzūna*: تاخذون
- *an-nau'*: النوع
- *syai'un*: شيء
- *inna*: ان
- *umirtu*: امرت
- *akala*: اكل

### **h. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

### **i. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasūl
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilallażibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laż<sup>3</sup>unzilafihi al-Qur'anu

- SyahruRamadanal-laziunzilafihil-Qur'an
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naṣrunminallahi wafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

#### **j. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

## ABSTRAK

*Nurhayati Hutagalung, 1501270088, Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan, Pembimbing Drs, Sarwo Edi, MA*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan serta untuk menganalisis variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah penabung. Untuk mencapai tujuan tersebut maka digunakan metode analisis deskriptif, uji kelayakan instrument penelitian (uji validitas dan reliabilitas), analisis regresi berganda, serta pengujian hipotesis (Uji f dan uji t).

Dari hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa keenam variabel yakni kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan terbukti kebenarannya. Dari keenam variabel yakni (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab) yang telah diuji maka variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan adalah perhatian. Hal ini disebabkan karena besarnya perhatian yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah maka akan memberikan kepuasan bagi nasabah penabung. Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan tidak terbukti kebenarannya.

**Kata kunci** : Kemampuan, Sikap, Penampilan, Perhatian, Tindakan dan Tanggungjawab serta Kepuasan Nasabah

## ABSTRACT

*Nurhayati Hutagalung, 1501270088, Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan, Pembimbing Drs, Sarwo Edi, MA*

*This study aimed to analyze the influence of excellent service to the customer satisfaction savers on Bank Syariah Mandiri Padang Bulan branch and to analyze where the most dominant variable affecting customer satisfaction savers. To achieve these objectives we used descriptive analysis method, due diligence research instrument (validity and reliabiiltas), multiple regression analysis, and hypothesis testing (Test f and t test).*

*From the results of the regression equation indicate that these six variables: the ability, attitude, appearance, attention, action and responsibility have a positive and significant effect. Thus the first hypothesis proposed unsubstantiated. Of the six variables (ability, attitude, appearance, attention, action and responsibility) that have been tested the most dominant variable influencing customer satisfaction in Bank Syariah Mandiri Padang Bulan branch is attention. This is because the amount of attention given by the employees to the customers it will give satisfaction to customers savers. Thus the second hypothesis put forward unsubstantiated.*

**Keywords:** *Ability, attitude, appearance, Attention, Action and Responsibility, and Customer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh*

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh *Service Excellence* Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan"**. Oleh karena itu tidak lupa penulis menyampaikan shalawat serta salam, semoga tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan petunjuk kepada umatnya. Skripsi ini merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syari'ah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa isi kandungan dalam skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan tetapi penulis sudah berusaha untuk mendekati kesempurnaan dalam penyusunan dan penulisan. Namun berkat rahmat dari Allah SWT serta bantuan dan partisipasi pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan meskipun banyak kekurangan, maka penulis dengan senang hati menerima kritikan, serta saran dan motivasi yang sifatnya membangun.

Penulis banyak mendapatkan bimbingan, bantuan dan pengarahan dari berbagai pihak selama menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orangtua tercinta Bapak Hotmar Bulung Hutagalung dan Ibu Siti Oli Nasution serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan perhatian dan kasih sayang serta doa maupun dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini;
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;
3. Bapak Dr. Muhammad Qorib, MA selaku dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;

4. Bapak Selamat Pohan, S.Ag, MA selaku ketua program studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;
5. Bapak Ryan Pradesa, SE.Sy, MEI selaku sekretaris program studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara;
6. Bapak Dr. Sarwo Edi, MA selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan arahan dan masukan kepada penulis;
7. Kepada seluruh dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang selama ini telah banyak memberi ilmu kepada penulis selama proses perkuliahan;
8. Seluruh staff biro Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang selama ini telah banyak membantu;
9. Terima kasih kepada sahabat-sahabatku MEGAWATI yaitu Mutia Ulfa, Esti Manora Nasution, Anbar Najihah Nasution, Warta Dedean Sari, Astri Annisa Pulungan, Tri Widayati, Izmi Hamdani yang selalu sama-sama berjuang dan saling membantu.
10. Kepada sahabat-sahabatku Siti Kholiza Sarumpaet, Anisa Putri Lubis, dan Putri Belinda Sari yang selalu memberikan dukungan dan do'a;
11. Seluruh teman-teman angkatan 2015 Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah kelas A2-Sore.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. *Amin Ya Rabbal'alamin.*

Medan, Maret 2019

Penulis

NURHAYATI HUTAGALUNG

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	2
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian .....	3
E. Manfaat Penelitian.....	3
F. SistematikaPenulisan.....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS .....</b>	<b>6</b>
A. DeskripsiTeoritis .....	6
1. Service Excellence .....	6
a. Pengertian Service Excellence.....	6
b. Manfaat Service Excellence .....	9
c. Penerapan Konsep Service Excellence .....	12
2. Kepuasan Nasabah.....	14
a. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	14
b. Pemasaran Dan Jasa .....	20
c. Pengertian Pemasaran .....	20
d. Pengertian Jasa .....	21
e. Karakteristik Jasa.....	21
B. Penelitian Terdahulu .....	22
C. Kerangka Berfikir .....	26
D. Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>

A. Metode Penelitian .....	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	28
C. Populasi Dan Sampel .....	29
D. Variabel Penelitian.....	30
E. Defenisi Operasional Variabel.....	30
F. Teknik Pengumpulan Data .....	33
G. Instrumen Penelitian .....	34
H. Teknik Analisis Data .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Deskripsi Instansi.....	38
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	52
C. Penyajian Data .....	55
D. Analisa Data .....	59
E. Interpretasi Hasil Analisis Data.....	68
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>69</b>
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar II.1 Daur <i>Service Excellence</i> .....	12
Gambar II.2 <i>Pillars Of Service Excellence</i> .....	14
Gambar II.3 Kerangka Berfikir.....	27
Gambar IV.1 Logo Bank Syariah Mandiri .....	40
Gambar IV.2 Struktur Organisasi .....	47

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel III.1 Pelaksanaan Waktu Penelitian .....	29
Tabel III.2 Operasional Variabel Penelitian .....	32
Tabel IV.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	51
Tabel IV.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel IV.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenjang pendidikan .....	53
Tabel IV.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel IV.5 Variabel Service Excellence .....	56
Tabel IV.6 Deskripsi Responden Variabel kepuasan Nasabah.....	62
Tabel IV.7 Hasil pengujian Validasi atas Butir Pertanyaan .....	64
Tabel IV.8 Hasil pengujian Reliabilitasi atas Butir Pertanyaan .....	65
Tabel IV.9 Uji Regresi Berganda Dengan SPSS .....	67
Tabel IV.10 Hasil Analisis Korelasi Berganda.....	68

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Kepuasan nasabah semakin diyakini sebagai kunci sukses pemasaran jasa bank. Oleh karena itu, upaya kalangan perbankan untuk memperoleh kepercayaan nasabah diwarnai oleh fenomena persaingan yang makin ketat dalam era kedaulatan konsumen ini. Pelayanan yang diberikan oleh bank haruslah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabah. Hal tersebut dilakukan dengan sikap menolong, bersahabat dan sikap professional yang memuaskan nasabah agar nasabah tersebut datang untuk berbisnis kembali.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pelayanan bank dalam hubungannya dengan kepuasan nasabah adalah pelayanan prima. Dimana menurut Atep bahwa layanan prima atau *service excellence* bertitik tolak pada pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada konsumen atau pelanggan. Dimana uraian definisi yang dilakukan oleh Atep maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima berkaitan dengan pelayanan yang optimal guna dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.<sup>1</sup>

Kualitas dan layanan pelanggan dapat juga menimbulkan rintangan masuk yang lebih tinggi bagi pesaing. Jadi, sekarang ini banyak perusahaan yang menawarkan suatu pelayanan prima bagi para pelanggannya. Kepuasan nasabah semakin diyakini sebagai kunci sukses pemasaran jasa bank. Oleh karena itu, upaya kalangan perbankan untuk memperoleh kepercayaan nasabah diwarnai oleh fenomena persaingan yang makin ketat dalam era kedaulatan konsumen.<sup>2</sup>

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang bergerak dalam menyediakan jasa layanan kepada nasabah dimana bank harus memberikan *service excellence* (pelayanan prima) yang terbaik kepada nasabah. Dengan memberikan *service excellen* nasabah akan merasa terpuaskan. Apabila nasabah merasa terpuaskan dengan pelayanan yang dilakukan bank maka tidak menutup kemungkinan nasabah akan loyal kepada bank. Karena loyalitas inilah yang

---

<sup>1</sup>Adya Atep, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Cetakan Ketiga, Alex Media Komputindo, Jakarta, 2006, hlm 25

<sup>2</sup>Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, P.T Bumi Aksara, Jakarta, 2002, hlm 95

menyebabkan nasabah akan menggunakan jasa bank syariah secara terus-menerus.<sup>3</sup>

Dalam hal ini setiap perusahaan dituntut untuk menciptakan strategi bersaing yang baik dan terpadu agar perusahaan mampu memahami dan mengerti apa yang menjadi keinginan dan harapan pelanggan bahkan mampu memberikan yang lebih dari sekedar apa yang menjadi keinginan dan harapan pelanggan. Kepuasan nasabah adalah kunci utama untuk memperoleh keberhasilan dalam dunia persaingan. Hal ini menyebabkan perbankan syariah harus dapat menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dimana bank sebagai mitra kepada nasabahnya untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal agar tercipta rasa kekeluargaan diantara keduanya. Dengan sistem kerja bank syariah yang seperti itu diharapkan bank syariah lebih unggul dari bank konvensional dalam hal pelayanan.

Sebagai objek penelitian dalam penulisan kali ini adalah PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan. Dimana PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan merupakan salah satu kantor cabang pembantu dan terdapat beberapa nasabah yang merasa kecewa dan melakukan protes karena kurang diperhatikan oleh karyawan PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan. Bukan hanya itu turunnya *self quality* dari PT Bank Syariah Mandiri Kantor Pusat juga merupakan alasan penulis tertarik melakukan penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema *service excellence* (pelayanan prima) dengan judul **“Pengaruh *Service Excellence* terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan”**.

---

<sup>3</sup>Adya Atep, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Cetakan Ketiga, Alex Media Komputindo, Jakarta, 2006, hlm 24

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka akan dapat disajikan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kepuasan nasabah merupakan kunci dari pemasaran jasa bank-bank syariah di Indonesia.,
2. *Service excellence* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada bank-bank syariah di Indonesia.,
3. Kualitas dan pelayanan nasabah merupakan prioritas dalam kinerja bank syariah.,
4. Bank-bank syariah harus memberikan *Service Excellence* kepada nasabahnya., Bank-bank syariah yang dituntut untuk menciptakan strategi bersaing dan terpadu.,

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Identifikasi masalah diatas, maka akan dapat disajikan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh *Service Excellence* (pelayanan prima) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan?

## **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang akan dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Service Excellence* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan.

## **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk menerapkan ilmu yang diperoleh diperkuliahan selama ini serta untuk menambah wawasan peneliti mengenai pengaruh *Service Excellence* terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini juga sebagai syarat untuk mendapatkan gelar strata 1 dari program studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

## 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini menjadi masukan bagi PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan dalam memformulasikan strategi pemasarannya. PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan dapat mengetahui bagaimana pendapat nasabah terhadap pelayanan perusahaan dan *image* perusahaan dibenak nasabah. Selain itu PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan juga dapat mengetahui sejauh mana pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

## 3. Bagi Akademis

Penelitian ini berguna untuk menjadi referensi peneliti lain dan menambah wawasan mengenai pengaruh *service excellence* (pelayanan prima) terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu penelitian ini juga berguna untuk menjadi bahan masukan bagi bank syariah dalam menentukan strategi yang tepat dan dapat diterima oleh masyarakat untuk kepuasan pelanggan.

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah penelitian ini maka penulis membagi ke dalam beberapa bab yang terdiri dari beberapa sub bab yang dapat diuraikan sebagai berikut:

Bab I yang merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab II tinjauan pustaka yang memuat mengenai landasan teori, kerangka pikir, dan hipotesis.

Bab III Metode penelitian yang memuat mengenai rancangan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, dan analisis data .

Bab IV Gambaran Umum Perusahaan menyangkut sejarah perusahaan, struktur organisasi dan pembagian tugas pada perusahaan yang diteliti. Serta hasil dan pembahasan, memuat tentang analisis dan pembahasan masalah yang diteliti.

Bab V kesimpulan dan saran, memuat tentang kesimpulan dan saran hasil penelitian.

## BAB II

### LANDASAN TEORITIS

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Service Excellence

###### a. Pengertian Service Excellence

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang di tawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki, sedangkan pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah *service excellence* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat terbaik, karena sesuai dengan standart pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan tersebut.

*Service excellence* yang berkaitan dengan jasa pelayanan yang dilaksanakan oleh perusahaan dan upaya untuk memberikan rasa kepuasan dan menumbuhkan rasa kepercayaan kepada pihak pelanggan. Pelayanan tersebut juga membuat para pelanggan merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan dengan baik dan wajar.<sup>4</sup>

Berikut merupakan defenisi *service excellence* (pelayana prima ) menurut dari beberapa ahli :

- a) Menurut Philip Kotler mengemukakan pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.<sup>5</sup>
- b) Menurut Malayu Hasibuan, bentuk-bentuk pelayanan prima yang baik adalah pelayanan yang dilakukan dengan ramah, cepat, tepat, dan nyaman sehingga memenuhi kepuasan nasabahnya.<sup>6</sup>
  - 1) Kecepatan, pelanggan sangat menginginkan pelayanan yang serba cepat dan tidak memakan waktu yang lama.

---

<sup>4</sup> Ruslan Rosady, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada Jakarta, 2007, hlm 278.

<sup>5</sup> Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ketiga, Erlangga, Jakarta, 1997, hlm 150

<sup>6</sup> Malayu Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2002, hlm 150

- 2) Keramahan, untuk menciptakan kerjasama yang baik keramahan merupakan kunci keberhasilan suatu pelayanan.
  - 3) Ketepatan, pelayanan yang cepat harus disertai dengan ketepatan sesuai dengan keinginan nasabah.
  - 4) Kenyamanan, suasana yang nyaman sangat berpengaruh dalam membangun kinerja karyawan serta menerapkan nasabah yang loyal.
- c) Sedangkan menurut Tjiptono *service excellence* (pelayanan prima) terdiri dari empat unsur pokok antara lain sebagai berikut :<sup>7</sup>
- 1) Kecepatan
  - 2) Ketepatan
  - 3) Kermahan
  - 4) Kenyamanan
- d) Dalam buku Atep Adya Barata “*Dasar-dasar Service excellence (Pelayanan Prima)*” terdapat A6 dimensi utama sebagai penentu pelayanan prima, yaitu:<sup>8</sup>
- 1) Kemampuan (*Ability*)
 

Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan *public relation* sebagai instrument dalam membawa hubungan kedalam dan keluar organisasi atau perusahaan.
  - 2) Sikap (*Attitude*)
 

Setiap insan mempunyai perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan nasabah.
  - 3) Penampilan (*Appearance*)

---

<sup>7</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Edisi Pertama*, Bayu Media Malang, 2005, hlm 58

<sup>8</sup> Atep Adya Batara, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Penerbit : Elex Media Komputindo, Jakarta, 2006, hlm 31

Penampilan adalah kemampuan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan deviden kredibilitas dari pihak lain.

4) Perhatian (*Attention*)

Curahan perhatian seseorang adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun peramahan atas saran dan kritikan seorang nasabah.

5) Tindakan (*Action*)

Melakukan sesuatu harus memerlukan tindakan. Tindakan adalah suatuperbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

6) Tanggung jawab (*Accountability*)

Melaksanakan kegiatan tentu mempunyai tanggung jawab, yaitu suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Dalam prinsip syariah pelayanan prima berhubungan dengan hubungan manusia dengan sesama atau sering disebut dengan istilah muamalah. Interaksi antara sesama manusia mempunyai dua nilai builtin yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain, pertama adalah interaksi itu harus selaras dengan hukum islam, dan kedua intraksi itu memiliki kandungan nilai-nilai akhlak mulia. Yang dimaksud dengan keselarasan hukum islam adalah setiap intraksi antara sesama manusia harus sejalan dengan syariat islam. Sedangka yang dimaksud dengan kandungan akhlak adalah bahwa semua interaksi yang mendapat legitimasi hukum islam pasti mempunyai nilai-nilai ahklak didalamnya.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Ibid, hlm 45

Allah SWT Berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah Ayat 5:2 sebagai berikut:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

شَدِيدُ الْعِقَابِ

*“...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya” Qs Al-Maidah Ayat 5:2.*

Setiap perusahaan memerlukan pelayanan prima, yang dimaksud dengan pelayanan prima adalah, suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.

#### **b. Manfaat Service Excellence**

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan prima dalam sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa “pelayanan adalah pemberdayaan”. Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi profit, sedangkan pelayanan prima pada sektor publik bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat secara sangat baik atau terbaik.

Perbaikan pelayanan sektor publik merupakan kebutuhan yang mendesak sebagai kunci keberhasilan reformasi administrasi negara. Pelayanan prima bertujuan memberdayakan masyarakat, bukan memperdayakan atau membebani, sehingga akan meningkatkan kepercayaan terhadap pemerintah. Kepercayaan adalah modal bagi kerjasama dan partisipasi masyarakat dalam program pembangunan.<sup>10</sup>

<sup>10</sup>Hani Handoko Dan Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Dan Analisis Perilaku Konsumen*, BPEE, Yogyakarta, 2000, hlm

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Dan sekarang tiba saatnya bagi kita untuk menelaah sebagian kecil ayat al-Qur'an dan hadits-hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Hasyr ayat 18 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ

حَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

*Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat) dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.*

Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Penyedia layanan pelanggan atau *stakeholder* dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu, tempat dan proses pelayanan yang seharusnya.

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dalam melaksanakan pelayanan prima yaitu : <sup>11</sup>

1) Meningkatkan citra perusahaan

Berawal dari tingkat persaingan yang semakin tajam di antara para pesaing. Maka perusahaan harus meningkatkan pelayanan terhadap nasabah dengan cara mengadakan pendidikan mengenai pelayanan prima.

<sup>11</sup>Adya Atep, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Cetakan Ketiga, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2006, hlm 54

2) Merupakan promosi bagi bank

Dengan memberikan pelayanan prima kepada nasabah dan merasa terpuaskan kebutuhannya, maka nasabah akan menceritakan kepada orang lain. Penyampaian informasi itu merupakan promosi gratis bagi perusahaan.

3) Menciptakan kesan pertama yang baik

Apabila kita terbiasa dengan pelayanan prima yang kita berikan pada setiap nasabah, terutama calon nasabah akan mendapatkan kesan pertama yang lebih mendalam, karena pelayanan yang kita berikan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

4) Meningkatkan daya saing perusahaan

Semakin tajamnya persaingan, biasanya perusahaan berlomba-lomba memberikan hadiah. Ada nasabah yang senang dengan hadiah, tetapi tidak semua nasabah akan tertarik dengan hal itu. Ada nasabah yang akan lebih senang lagi apabila memperoleh pelayanan yang prima.

5) Meningkatkan laba dalam jangka panjang

Pelayanan prima yang telah diberikan kepada para nasabah dan calon nasabah akan memberikan dampak kepuasan nasabah yang berkesinambungan. Artinya nasabah akan menjadi loyal sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang. Keuntungan jangka panjang tersebut akan memberikan posisi perusahaan semakin kuat dalam persaingan bank mencari nasabah.

Banyak bank selalu ingin dianggap yang terbaik di mata pelanggan atau nasabahnya karena nasabahnya akan menjadi pelanggan setia terhadap produk yang ditawarkan. Di samping itu, bank juga berharap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan akan dapat ditularkan kepada calon pelanggan lainnya.

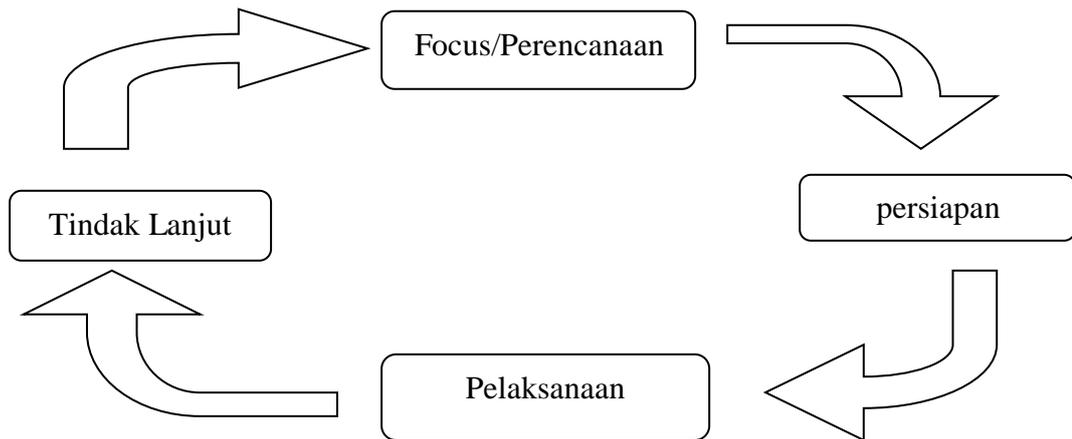
**c. Penerapan Konsep *Service Excellence***

Memahami hal pelayanan sebagai suatu cara untuk memenuhi kebutuhan seseorang atau sekelompok orang atau suatu badan yang tergabung dalam kepentingan umum sehingga arti pelayanan dan pelayanan umum pada dasarnya

tidak jauh berbeda, sehingga keduanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan orang lain baik individu maupun masyarakat.<sup>12</sup>

*Service* adalah segala sesuatu untuk memenuhi kebutuhan dan jika perlu memungkinkan melampaui harapan customer. Adapun daur *service excellence* adalah sebagai berikut :<sup>13</sup>

a) Daur *Service Excellence*



**Gambar II.1 Daur *Service Excellence***

1. Focus/perencanaan

Sebelum kita melakukan sesuatu tugas maka kita harus membuat perencanaan agar tujuan kita tercapai dan tidak sia-sia dalam bekerja.

2. Persiapan

Setelah melakukan perencanaan dengan matang, maka yang harus kita lakukan adalah persiapan apa-apa saja yang kita butuhkan dalam memberikan pelayanan. Contoh dalam sebuah toko adalah produk promosi, souvenir, hadiahhadiah, kertas struk, peralatan tulis, dan lain-lainnya. Jika disebuah bank maka yang yang kita butuhkan adalah aplikasi atau formulir pembukaan buku tabungan, formulir setoran atau penarikan setoran, peralatan tulis, souvenir, brosur, dan lain-lainnya yang mendukung dan mempermudah kita dalam memberikan pelayanan sehingga customer tidak

<sup>12</sup> Ibid, hlm 148

<sup>13</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, Kencana, Jakarta, 2005, hlm 78.

bingung dan cepat tanggap dalam menerima info mengenai produk yang kita jelaskan.

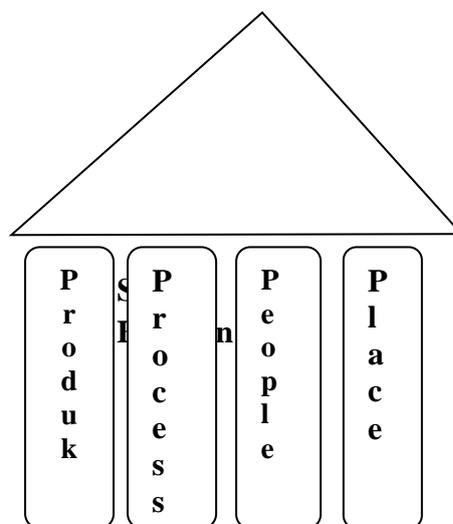
### 3. Pelaksanaan

Setelah semua persiapan, maka selanjutnya adalah pelaksanaan prakteknya. Jangan lupa kita menawarkan bantuan kepada customer sebelum customer memintanya, selain itu, jangan lupa kita tawarkan kepada customer produk yang sedang dibig eventkan. Jika sebuah toko maka yang kita tawarkan seperti barang-barang promo atau diskon, jika sebuah bank maka kita tawarkan produk yang sedangkan di galakan yang sedangkan di promokan.

### 4. Tindak lanjut

Jika kita telah melaksanakan semuanya dari perencanaan, persiapan, dan pelaksanaan yang akan terjadi adalah berhasil atau gagal. Jika berhasil maka, kita telah sukses dalam melakukan *service excellent* karna para customer akan puss pelayanan yang kita berikan yang sebelumnya telah kita rencanakan, persiapkan dan dilaksanakan. Jika gagal, maka kita harus evaluasi dari perencanaan, persiapan, dan pelaksanaan. Kenapa bisa gagal, dimana kesalahannya. Dari sans kita tabu apa yang menjadi kesalahan kita, setelah itu, kita cari solusinya. Lalu kita buat perencanaan barn dengan memperhatikan kesalahan yang telah terjadi agar tidak terjadi kembali.

#### b) *Pillars Of Service Excellence*



**Gambar II.2 Pillars Of Service Excellence**

- 1) *Product* : barang atau jasa yang akan diberikan kepada customer.
- 2) *Process* : dalam mendapatkan produk bagaimana cara customer mendapatkan
- 3) *People* : bagaimana kondisi atau keadaan (baik sikap, tingkah laku, penampilan) orang yang mempunyai barang atau jasa kepada customer.
- 4) *Place* : bagaimana kondisi tempat terjadi transaksi (apakah nyaman, bersih atau tidak)<sup>14</sup>

## 2. Kepuasan Nasabah

### a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Banyak perusahaan terutama perusahaan jasa menyatakan tujuan perusahaan adalah menjadi perusahaan terbaik dalam memuaskan pelanggannya. Dan cara pengungkapannya sangat beragam, ada yang merumuskan “pelanggan adalah raja”, “kepuasan pelanggan adalah tujuan kami”, “setia melayani anda”, “bagi kami anda yang utama”, dan lain sebagainya.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja hasil yang diharapkan. Jika hasil dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.<sup>15</sup>

Indikator yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk memantau dan mengukur kepuasa pelanggan yaitu :<sup>16</sup>

- 1) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overall customer satisfaction*)
- 2) Dimensi kepuasan pelanggan (*Dimensions of customer satisfaction*)
- 3) Konfirmasi harapan (*Confirmation of expectations*)
- 4) Minat pembeli ulang (*Repurchase intem*)
- 5) Kesiediaan untuk merekomendasi (*Willingness to recommend*)
- 6) Ketidakpuasan pelanggan ( *Customer dissatisfaction*)

---

<sup>14</sup> Ibid, hlm 80

<sup>15</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Manajemen 14th Edition*, Prentice Hall, 2012, hlm 128.

<sup>16</sup> Kashmir, *Manajemen Perbankan*, PT.Raja Grafindo, Jakarta, 2004, hlm 96

Dalam islam, kepuasan terjadi manakala telah terpenuhinya kebutuhan fisik maupun non fisik seseorang. Kebutuhan fisik pun bukan dalam arti keinginan semata, tetapi kebutuhan yang memiliki nilai manfaat tertentu berdasarkan pada tingkat kemaslahatan. Sedangkan kebutuhan non fosik berupa nilai ibadah yang didapati daripada yang dilakukan.<sup>17</sup>

Allah SWT Berfirman dalam Al-Qur'an surat Ali-Imran ayat :159

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ  
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ  
تُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

*Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.Qs Ali-Imran:159.*

Dari ayat tersebut, Allah mengajarkan kepada kita agar senantiasa bersikap lemah lembut terhadap orang lain dan bukan berarti kita tidak boleh kasar tegas dalam bertindak, namun dalam konteks pelayanan terhadap nasabah, maka perilaku lemah lembut tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam memberikan kepercayaan terhadap nasabah. Kepercayaan merupakan pondasi dari bisnis. Menurut Sugiyono, kepercayaan (*Trust*) adalah kesediaan (*willingness*) individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan (*confidence*) kepada pihak lain tersebut.<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Cetakan Ketiga*, Ekonosia, yogyakarta, 2004, hlm 168

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, CV Alfabeta, Bandung 2010, hlm 125

Fenomena ini tidak hanya terlihat di perusahaan swasta, bahkan di instansi pemerintah sekalipun banyak di jumpai slogan-slogan senada. Hal ini terjadi karena semakin disadari pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan kompetisi. Namun demikian untuk mewujudkan kepuasan nasabah secara menyeluruh bukanlah suatu pekerjaan yang mudah.

Pentingnya kepuasan nasabah berkaitan dengan persaingan yang makin ketat, serta tingkat kerugian dan keuntungan perusahaan. Khusus alasan yang terakhir, keuntungan, memang tidak selalu ditentukan oleh faktor kepuasan nasabah, tetapi juga oleh kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap suatu produk dan perusahaan. Beberapa faktor itu jelas saling mempengaruhi karena di tengah ketatnya persaingan, kesetiaan nasabah menjadi hal yang sangat sulit dipertahankan.<sup>19</sup>

Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan *value* dari pemasok, produsen, atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan pelanggan lain. Bahkan menurut penelitian, pelanggan yang puas akan berbagi pengalaman dengan 3 - 5 orang kawannya, tetapi jika mereka tidak puas maka mereka akan bercerita kepada 10 - 15 orang lainnya. Oleh karena itu penting sekali arti dari kepuasan pelanggan untuk referensi bagi perusahaan yang bersangkutan.<sup>20</sup>

Kepuasan nasabah adalah tanggapan pelanggan terhadap kebutuhan-kebutuhannya. Hal ini berarti bahwa penilaian terhadap suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa, memberikantingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah atau melebihi harapan pelanggan.

Berikut merupakan beberapa defenisi tentang kepuasan menurut para ahli:

---

<sup>19</sup>Ibid, hlm 130

<sup>20</sup> Ibid, hlm 132

- a) Menurut Kasmir kepuasan nasabah merupakan penilaian dari pelanggan atau penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.<sup>21</sup>
- b) Tjiptono mengemukakan bahwa Kepuasan nasabah adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.<sup>22</sup>
- c) Sumarwan mengemukakan bahwa Kepuasan dan ketidakpuasan nasabah merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.<sup>23</sup>

Ketika konsumen membeli suatu produk maka konsumen tersebut memiliki harapan tentang bagaimana produk tersebut berfungsi. Produk akan berfungsi sebagai berikut :

- 1) Produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi positif (*positive disconfirmation*). Jika ini terjadi, maka konsumen akan merasa puas.
- 2) Produk berfungsi seperti yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai konfirmasi sederhana (*simple confirmation*). Produk tersebut tidak memberikan rasa puas, dan produk tersebut pun tidak mengecewakan konsumen. Konsumen akan memiliki perasaan netral.
- 3) Produk berfungsi lebih buruk dari yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi negatif (*negative disconfirmation*). Produk yang berfungsi buruk, tidak sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan kekecewaan, sehingga konsumen merasa tidak puas.

Seorang nasabah yang puas adalah nasabah yang merasa mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Kalau nasabah mengatakan bahwa *value* adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi kalau

---

<sup>21</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, PT Kencana, Jakarta, 2005, hlm 328

<sup>22</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media, Malang, 2005, hlm349

<sup>23</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Cetakan Pertama*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2003, hlm 322

nasabah mendapatkan produk yang berkualitas. Kalau *value* bagi pelanggan adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman. Kalau *value* dari pelanggan adalah harga yang murah, maka nasabah akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif.

Nasabah yang dihadapi saat ini semakin menyadari hak-haknya, sehingga tidak realistis bila suatu perusahaan tidak mengharapkan tidak ada pelanggannya yang tidak puas, sebaliknya perusahaan harus meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik. Kepuasan nasabah ditentukan oleh persepsi nasabah atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan nasabah. Nasabah merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Banyak pakar memberikan definisi mengenai kepuasan nasabah.<sup>24</sup>

Secara sederhana, tingkat kepuasan seorang nasabah terhadap produk tertentu merupakan hasil dari perbandingan yang dilakukan oleh nasabah bersangkutan atas tingkat manfaat yang dipersepsikan telah diterimanya setelah mengkonsumsi atau menggunakan produk dan tingkat manfaat yang diharapkan sebelum pembelian jasa. Jika persepsi sama atau lebih besar dibandingkan harapan, maka nasabah akan merasa puas.

Kepuasan nasabah sangat bergantung pada persepsi dan harapan nasabah. faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan nasabah, adalah sebagai berikut :<sup>25</sup>

- a) Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan nasabah ketika sedang mencoba melakukan transaksi.
- b) Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c) Pengalaman dari teman-teman.

Komunikasi melalui iklan dan pemasaran mempengaruhi persepsi nasabah. Dari beragam pengertian kepuasan nasabah diatas, maka dapat

---

<sup>24</sup> Husain Umar, *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003,

hlm 156 Umar Husain, 2003

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, CV Alfabeta, Bandung 2010, hlm 170

disimpulkan bahwa kepuasan nasabah merupakan tanggapan perilaku, berupa evaluasi ataupunilaian nasabah terhadap penampilan, kinerja suatu barang atau jasa yang dirasakan konsumen dibandingkan dengan keinginan, kebutuhan, dan harapan terhadap produk atau jasa tersebut. Hal ini yang dapat menimbulkan kepuasan nasabah dan kepuasan nasabah ini sangat dipengaruhi oleh persepsi dan harapan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perbankan.

### **3. Pemasaran dan Jasa**

#### **a. Pengertian Pemasaran**

Pengertian pemasaran bagi setiap perusahaan tidak ada perbedaan, hanya yang menjadi masalah adalah penerapan pemasaran untuk setiap jenis perusahaan yang memiliki karakteristik tersendiri. Misalnya, pemasaran yang dijalankan untuk perusahaan yang menghasilkan produk berupa barang tertentu akan sangat berbeda dengan perusahaan yang memiliki produk jasa seperti perusahaan keuangan. Pada Bank sebagai perusahaan yang bergerak di bidang keuangan, produk yang diperjual belikan merupakan jasa keuangan. Oleh karena itu, perlakuan pemasaran terhadap dunia perbankan pun sedikit berbeda dengan perusahaan lainnya.<sup>26</sup>

Dalam konteks yang lebih luas, pemasaran adalah suatu upaya mengantar perusahaan mencapai tujuan melalui pemenuhan kebutuhan manusia. Sehingga dalam melakukan pemasaran maka manajer pemasaran sebagai salah satu fungsi perusahaan harus mengenali seluk beluk kebutuhan manusia dengan memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.<sup>27</sup>

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah proses saling berinteraksi antara individu baik kelompok ataupun tidak dalam memperoleh apa yang dibutuhkan dan diinginkannya dengan menciptakan dan

---

<sup>26</sup>Fandy Tjuptono, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media , Malang, 2005, hlm 120

<sup>27</sup>Kotler Dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ketiga, Erlangga, Jakarta 1997, hlm 78

menawarkan produk yang dianggap bernilai. semua ini dilakukan untuk memuaskan kebutuhan dan mendapat keuntungan yang mereka inginkan.

### **b. Pengertian Jasa**

Jasa atau layanan sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa atau layanan itu sendiri mempunyai banyak arti dari mulai layanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa.

Pengertian jasa sendiri menurut Kotler, jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.<sup>28</sup>

Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa jasa bisa dikatakan sebagai produk yang tidak berwujud dan tidak mengikat seseorang untuk memilikinya tetapi lebih menekankan pada bagaimana seseorang merasakannya. Dari pengertian di atas, pemasaran jasa dapat disimpulkan sebagai kegiatan proses sosial dan manajerial yang mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran yang pada dasarnya tidak berwujud fisik dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun, mempunyai nilai tambah yang tidak berwujud pula pada saat diberi.

### **c. Karakteristik Jasa**

Karakteristik pemasaran jasa pada umumnya sebagaimana dikemukakan oleh Kotler, maka karakteristik pemasaran jasa dapat digambarkan sebagai berikut:<sup>29</sup>

#### 1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Produk perbankan tidak berwujud, tidak seperti halnya produk-produk manufaktur. Produk perbankan tidak dapat dilihat, dirasakan, didengar atau dicium baunya. Hal yang tidak tampak secara fisik seperti persyaratan, prosedur dan sistem perlawanan justru sangat menentukan.

#### 2. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

---

<sup>28</sup> Ibid, hlm 94

<sup>29</sup> Ibid, hlm 124

Jasa perbankan pada umumnya memerlukan interaksi yang tidak dapat dipisahkan antara penjual dan pengguna jasa. Proses produksi dan konsumsi berlangsung secara bersamaan. Unsur *interpersonal relationship* antara karyawan dengan nasabahnya sangat menentukan.

### 3. Bervariasi (*Variability*)

Meskipun pada hakikatnya jasa perbankan adalah sama seperti giro, deposito atau tabungan, akan tetapi pendekatan pelayanan berbeda, tergantung kepada jasa apa yang ditawarkan dan kepada siapa yang dilayani.

### 4. Tidak dapat Disimpan (*Perishability*)

Produk manufaktur yang berwujud dapat disimpan dan dikelola sebagai persediaan. Akan tetapi tidak demikian dengan jasa perbankan. Secara operasional, proses produksi jasa perbankan berlangsung bersamaan dengan ketika jasa itu dinikmati nasabahnya.

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variable dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Yusuf Nalim	Analisis Komparatif dan Eksploratif Terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional di Kota Pekalongan <sup>30</sup>	Menggunakan analisis deskriptif dan komparatif (uji t)	Terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas pelayanan bank syariah dan konvensional, dimana indeks kualitas pelayanan bank syariah dan konvensional berturut-turut sebesar 3.53 dan 3.50.

<sup>30</sup> Yusuf Nalim, *Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam*, STAIN, Pekalongan, 2015

2	Supardi Nani dan Tineke Wolok	Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Sinarmas Cabang Gorontalo <sup>31</sup>	Menggunakan analisis Regresi Sederhana Berganda	Hasil uji t menunjukkan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Koefisien determinasi R <sup>2</sup> menunjukkan besarnya kontribusi 0,643 atau 64,3% dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan sisanya yaitu 52,8% berupa kontribusi dari faktor-faktor lain.
3	Septiana Dwi Exmawati	Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat	Uji normalitas data, uji regresi dan uji hipotesis	Dari hasil analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

<sup>31</sup> Supardi Nani dan TinekeWolok, *Jurusan Manajemen Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo*, 2015

		Tulungagung <sup>32</sup>		Selanjutnya variable keunggulan produk mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,02. Sedangkan dari hasil uji F ternyata Faktor pelayanan merupakan faktor yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dibandingkan keunggulan produk
4	Mugi Mardiatno	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit di bank BTN Cabang Bogor <sup>33</sup>	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) dengan menggunakan paket program LISREL	Analisis SEM diperoleh informasi bahwa 38 komponen atribut pembentuk dimensi kepuasan berpengaruh signifikan terhadap masing-masing dimensi yang dinyatakan dengan nilai t. Semua peubah laten eksogen ( <i>tangibles, reliability, responsiveness assurance dan empathy</i> )

<sup>32</sup> Septiana Dwi Exmawati, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2013

<sup>33</sup> Mugi Mardiatno, *Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Islam*, Institut Pertanian Bogor, 2013

				memiliki nilai positif terhadap kepuasan yang berarti semua peubah ini memberikan kontribusi terhadap peningkatan kepuasan
5	Affan Madjid Khabibullah	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah BMT Bukit Annur Kabupaten Kendal <sup>34</sup>	Uji Asumsi Klasik meliputi normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan Uji hipotesis meliputi Uji Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F dan Uji Koefisien Determinasi	Menunjukkan bahwa secara individu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel kepedulian merupakan variabel yang paling besar mempengaruhi kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan mampu menerangkan variabel kepuasan nasabah cukup besar

### C. Kerangka Berfikir

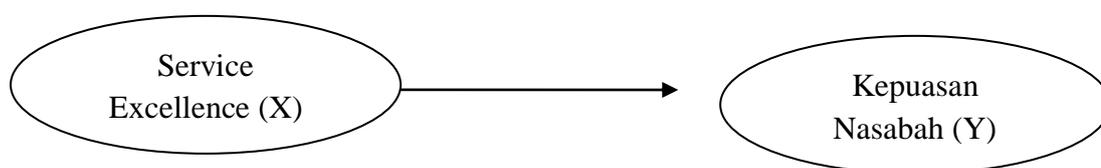
Salah satu upaya yang ingin dicapai oleh setiap bank dalam menjalankan aktivitas operasinya adalah peningkatan jumlah nasabah. Dimana dengan adanya peningkatan jumlah nasabah penabung maka akan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya. Oleh karena itulah maka salah satu cara yang dilakukan oleh setiap bank dalam memberikan kepuasan bagi nasabah adalah dengan

<sup>34</sup> Affan Madjid Khabibullah, *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Muhammadiyah, Surakarta, 2014*

menerapkan *service excellence* (pelayanan prima). Menurut Barata dalam Wahyu bahwa pelayanan prima merupakan pelayanan yang bermutu tinggi yang diberikan kepada konsumen, berdasarkan standar kualitas tertentu untuk memenuhi bahkan melebihi kebutuhan dan harapan konsumen, sehingga konsumen merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan.<sup>35</sup>

Kemudian Wahyu yang meneliti mengenai pelaksanaan pelayanan prima dan kepuasan nasabah bank yang menemukan bahwa pelayanan prima yang diukur dengan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah mengukur pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan.<sup>36</sup>

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka akan disajikan gambaran mengenai kerangka pikir dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :



**Gambar II.3 Kerangka Berpikir**

#### **D. Hipotesis**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat dikatakan bahwa *service excellence* (pelayanan prima) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah penabung, oleh karena itulah akan disajikan beberapa hipotesis yaitu sebagai berikut :

1. Diduga bahwa indikator kemampuan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan.

<sup>35</sup> Barata dan Wahyu, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, cetakan ketiga, Penerbit : Elex Media Komputindo, Jakarta, 2006, hlm 105

<sup>36</sup> Ibid, hlm 107

2. Diduga bahwa indikator sikap berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan.
3. Diduga bahwa indikator penampilan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan.
4. Diduga bahwa indikator perhatian berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan.
5. Diduga bahwa indikator tindakan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan.
6. Diduga bahwa indikator tanggungjawab berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat di artikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan meneliti pada populasi dan sampel tertentu, penggunaan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>37</sup>

Data yang diperoleh berupa keterangan-keterangan atau informasi secara tertulis, yang diberikan oleh Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan. Jenis penelitian ini bersifat studi kasus yang berusaha menggambarkan secara jelas obyek yang diteliti sehingga diperoleh suatu kesimpulan memadai. Adapun objek penelitian ini adalah respon nasabah penabung pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan mengenai kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggungjawab untuk kemudian dianalisis guna mengetahui signifikansi pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah penabung.

#### **B. Lokasi Dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan oleh penulis pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Daerah Padang Bulan yang berlokasi di Jalan Letjend Jamin, Komplek Delta No. 3 dan 4 Kota Medan, Sumatera Utara.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dari bulan November 2018 sampai bulan April 2019 dengan rencana penelitian sebagai berikut:

---

<sup>37</sup>Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, 2013), hlm. 18

**Tabel III.1**  
**Pelaksanaan Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan/Mingguan																							
		Nov 2018				Des 2018				Januari 2019				Feb 2019				Maret 2019				April 2019			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul			■																					
2	Penyusunan Proposal					■	■	■	■	■															
3	Bimbingan proposal											■	■												
4	Seminar proposal												■												
5	Pengumpulan Data													■	■										
6	Bimbingan skripsi															■	■	■	■						
7	Siding skripsi																		■	■	■	■	■	■	

### C. Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini ditekankan pada nasabah penabung pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan, dimana menurut data bahwa jumlah nasabah penabung pada bank tersebut sebanyak 4.047 orang, sehingga sampel penelitian dapat ditentukan dengan menggunakan rumus slovin, dimana menurut Husain yaitu :<sup>38</sup>

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d = Prestasi

1 = Angka konstan

Dari rumusan tersebut di atas maka jumlah penentuan sampel dapat dilakukan melalui perhitungan berikut ini :

<sup>38</sup>Umar Husain, *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Cetakan Ketiga, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003, hlm 146

$$n = \frac{4.047}{1 + 4.047 (0,10)^2}$$

$n = 99,98$  atau dibulatkan menjadi 100 responden

Sedangkan teknik penarikan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu berdasarkan *purposive sampling* yaitu penarikan sampel berdasarkan kriteria yaitu nasabah yang akan dijadikan responden adalah nasabah penabung di atas dari 1 tahun.

#### **D. Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono, variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai, objek, atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Terdapat dua variabel didalam penelitian ini, yaitu :<sup>39</sup>

1. Variabel independen (X) merupakan variabel bebas yang nantinya akan mempengaruhi variabel dependen yang terdiri dari kemampuan (X1), sikap (X2), penampilan (X3), perhatian (X4), tindakan (X5) dan tanggung jawab (X6).
2. Variabel dependen (Y) adalah variabel terikat yang keberadaannya dipengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kepuasan nasabah penabung.

#### **E. Defenisi Operasional Variabel**

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu di pahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian. Secara rinci operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut :

---

<sup>39</sup> Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, 2013), hlm. 59

**Tabel III.2**  
**Operasional Variabel Penelitian**

No	Indikator	Indikator
1	Kemampuan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Karyawan Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan memiliki kemampuan atau pengetahuan yang memadai mengenai produk-produk mandiri</li> <li>b. Karyawan Bank Mandiri Syariah mampu berkomunikasi baik dengan nasabah</li> <li>c. Karyawan Bank Mandiri Syariah memiliki kemampuan da-lam menjelaskan prospek dari Bank Mandiri</li> <li>d. Karyawan Bank Mandiri Syariah memiliki kompetensi me-ngenai sistem dalam perbankan.</li> </ul>
2	Sikap	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Sikap karyawan Bank Mandiri Syariah dapat membuat nasabah merasa aman</li> <li>b. Karyawan Bank Mandiri Syariah selalu bersikap ramah dan sopan terhadap nasabah.</li> <li>c. Karyawan Bank Mandiri Syariah selalu memberikan sambutan selamat datang pada saat anda datang ke bank</li> <li>d. Karyawan Bank Mandiri Syariah selalu memberikan perhatian penuh terhadap Karyawan Bank Mandiri Syariah ikhlas dalam membantu atau melayani kebutuhan informasi para nasabah</li> </ul>
3	Penampilan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Karyawan Bank Mandiri Syariah berpenampilan rapi dan sopan setiap bekerja.</li> <li>b. Karyawan Bank Mandiri Syariah tidak memakai aksesoris yang berlebihan saat bekerja</li> </ul>
4	Perhatian	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Karyawan Bank Mandiri Syariah selalu memberikan perhatian atas kebutuhan</li> </ul>

		<p>dankeperluan nasabah</p> <p>b. Karyawan Bank Mandiri Syariah selalu senantiasa mem-bantu nasabah yangmenghadapi masalah dalam bertransaksi</p> <p>c. Karyawan Bank Mandiri Syariah selalu menjalin hubungan dengan nasabah secara baik dan terus menerus.</p> <p>d. Karyawan Bank Mandiri Syariah selalu bersedia meluang-kan waktu menanggapi permintaan nasabah.</p>
5	Tindakan	<p>a. Karyawan Bank Mandiri Syariah memberikan tindakan yang cepat dan tanggap dalam merespon keluhan nasabah</p> <p>b. Karyawan Bank Mandiri Syariah tidak pernah menyatakan sibuk dalam melayanin nasabah.</p> <p>c. Karyawan Bank Mandiri Syariah memberikan solusi yang cepat dan tepat dalam memecahkan masalah nasabah.</p> <p>d. Karyawan Bank Mandiri Syariah memiliki tindakan yang luwes dan cekatan dalam melayani.</p> <p>e. Karyawan Bank Mandiri Syariah tidak memilih-milih nasa-bah yang akan dilayani.</p>
6	Tanggung Jawab	<p>a. Karyawan Bank Mandiri Syariah tidak istirahat saat sedang melayani nasabah.</p> <p>b. Karyawan Bank Mandiri Syariah memberikan kemudahan prosedur pelayanan kepadanasabah.</p> <p>c. Karyawan Bank Mandiri Syariah dapat dipercaya dalam mengelola uang danmenjamin keamanan nasabah.</p> <p>d. Karyawan Bank Mandiri Syariah berusaha</p>

		untuk tidak melakukan kesalahan
7	Kepuasan Nasabah	<p>a. Selama menabung di PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Padang Bulan saya merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh para karyawan</p> <p>b. Saya akan merekomendasikan Bank Mandiri kepada orang lain agar menabung di Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan</p> <p>c. Saya mempunyai keinginan untuk tidak pindah ke bank lainnya</p>

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Kusioner atau Angket

Kusioner atau angket adalah sebuah cara atau teknik yang digunakan seorang peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara menyebarkan sejumlah lembaran kertas yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh para responden. Dilakukan untuk mendapatkan data-data kuantitatif tentang variabel-variabel yang ingin diteliti.<sup>40</sup>

##### 2. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu, ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana dua orang atau lebih berhadap-hadapan secara fisik. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam metode survei melalui daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap responden. Teknik wawancara bisa dilakukan dengan tatap muka dan melalui saluran telepon.<sup>41</sup>

Pada teknik pengumpulan data ini peneliti terlibat langsung dengan narasumber sebagai pemberi informasi serta konfirmasi dalam penelitian ini.

<sup>40</sup> Ibid, hlm 25

<sup>41</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) hlm 32

Dimana data yang diperoleh akan dijadikan dasar dalam menginterpretasikan, menemukan dan menjawab permasalahan penelitian.

### 3. Studi Kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan melakukan penelusuran menggunakan referensi dari buku, jurnal, makalah dan perundang-undangan terkait objek penelitian untuk mendapatkan konsep dan data-data yang relevan dengan permasalahan yang dikaji sebagai penunjang penelitian.<sup>42</sup>

## G. Instrument Penelitian

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kusioner perlu dilakukan pengujian atas kusioner dengan menggunakan uji validitas dan reabilitas. Karena validitas dan reabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kusioner yang disebarkan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliabel, maka untuk itu, penulis juga akan melakukan uji ini untuk instrumen penelitian kusioner.

### 1. Uji validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kusioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang diteliti. Uji validitas ini diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel.<sup>43</sup>

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui keabsahan jawaban responden dalam kuesioner, dimana dalam pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan item pertanyaan dengan total score. Dalam penentuan keabsahan (valid) jawaban responden atas kuesioner, maka syarat minimum dikatakan suatu butir pertanyaan valid, apabila nilai  $r \geq 0,30$ .<sup>44</sup>

### 2. Uji reliabilitas

Uji reabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Untuk

---

<sup>42</sup> Ibid hlm 36

<sup>43</sup> Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, 2013), hlm124

<sup>44</sup>Ibid, hlm 126

uji reliabilitas digunakan Teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih. Pada penelitian ini perhitungan reliabilitas menggunakan rumus alpha Pada penelitian ini, uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program data SPSS.<sup>45</sup>

## H. Teknik Analisis Data

Sehubungan dengan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka akan dilakukan analisis berdasarkan data yang diperoleh dengan menggunakan analisis sebagai berikut:

### 1. Analisis Regresi Berganda

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda dengan program SPSS 17:00. Analisis regresi berganda untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah penabung pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan.

Analisis regresi menggunakan rumus persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut :<sup>46</sup>

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan nasabah penabung

X1 = Kemampuan

X2 = Sikap

X3 = Penampilan

X4 = Perhatian

X5 = Tindakan

X6 = Tanggungjawab

---

<sup>45</sup> Ibid, hlm 127

<sup>46</sup> Ibid, hlm 129

$\beta_0$ =Nilai Konstanta

$\beta$ =Koefisien regresi

$e$ =Kesalahan observasi atau pengganggu (merupakan bentuk variabel lainnya yang tidak diteliti oleh peneliti)

Teknik analisis yang digunakan sesuai model diatas adalah regresi berganda dimana nilai dari variabel dependen kepuasan nasabah dapat diperoleh dari hasil *survey* yang diperhitungkannya akan digunakan skala *Likert*. Menurut Umar, skala *Likert* berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya sangat setuju, tidak setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Responden kemudian diminta mengisi pernyataan dalam skala ordinal berbentuk verbal dalam jumlah kategori tertentu.<sup>47</sup>

Data yang berhasil dikumpulkan dari kusioner selanjutnya akan diukur dengan pengukuran data original dengan bobot sampai 5, dengan kategori :

- a. Sangat setuju dengan point 5
- b. Setuju dengan point 4
- c. Cukup setuju dengan point 3
- d. Tidak setuju dengan point 2
- e. Sangat Tidak setuju dengan point 1

## 2. Uji f ( Uji serempak)

Uji ini digunakan mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas secara signifikan terhadap variabel terikat . Dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak. Sebaliknya, apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka dapat dikatakan variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Untuk lebih mudahnya, dapat dengan melihat probabilitas dan membandingkannya dengan taraf kesalahan ( $\alpha$ ) yang digunakan yaitu 5% atau 0,05. Jika probabilitasnya < taraf kesalahan, maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak, begitu pula sebaliknya.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup>Umar Husain, Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, Cetakan Ketiga, Gramedia Pustaka, Jakarta, 2003, hlm 137

<sup>48</sup>Ibid, hlm 130

### 3. Uji t ( uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat dikatakan signifikan, yaitu terdapat pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikatnya. Sebaliknya, jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka dapat dikatakan tidak signifikan.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> Ibid, hlm 132

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai Pengaruh *Service Excellence* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan, maka dapat disajikan beberapa kesimpulan dari hasil analisis yaitu sebagai berikut :

1. Dari hasil persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel service excellence yakni (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Dengan demikian keenam hipotesis yang diajukan terbukti kebenarannya.
2. Dari variabel service excellence yakni (kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab) yang telah diuji maka indikator yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan adalah perhatian. Hal ini disebabkan karena besarnya perhatian yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah maka akan memberikan kepuasan bagi nasabah penabung. Dengan demikian hipotesis kedua yang diajukan tidak terbukti kebenarannya.

#### **A. SARAN**

Saran yang dapat penulis kemukakan sehubungan dengan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan adalah :

1. Disarankan agar perlunya perusahaan Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan lebih memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabahnya hal ini dimaksudkan agar nasabah dapat puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.
2. Mengingat bahwa indikator yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah perhatian, maka disarankan

agar karyawan Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan senantiasa memberikan perhatian atas kebutuhan dan keperluan nasabah, membantu nasabah yang menghadapi masalah, menjalin hubungan dengan nasabah secara baik dan terus menerus serta bersedia meluangkan waktu menanggapi permintaan nasabah penabung.

3. Untuk peneliti lanjutan menjadi bahan referensi atau acuan dalam melakukan penelitian mengenai pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan dalam objek penelitian yang lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Al-Kareem.  
Atep Adya, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Cetakan Ketiga, Jakarta: Alex Media Komputindo, 2006.
- Hasibuan Malayu, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: P.T Bumi Aksara, 2002.  
Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Kotler Philip, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Edisi Ketiga, Erlangga, 1997.
- Tjiptono Fandy, *Pemasaran Jasa Edisi Pertama*, Malang: Bayu Media, 2005.
- Handoko Hani Dan Swastha Basu, *Manajemen Pemasaran Dan Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: BPEE, 2000.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta, 2010.
- Umar Husain, *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Nalim Yusuf, *Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam*, STAIN, Pekalongan, 2015.
- Nani Supardi dan Wolok Tineke, *Jurusan Manajemen Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, Universitas Negeri Gorontalo, 2015.
- Dwi Exmawati Septiana, *Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung*, 2013.
- Mardiatno Mugi, *Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen Islam*, Institut Pertanian Bogor, 2013.
- Madjid Khabibullah Affan, *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, Universitas Muhammadiyah, Surakarta, 2014.
- Barata dan Wahyu, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, cetakan ketiga, Jakarta, Penerbit : Elex Media Komputindo, 2006.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung : Alfabeta, 2013).
- Dokumentasi PT. Bank Syariah Mandiri KCP Padang Bulan
- <http://www.syariahmandiri.co.id/category/info-perusahaan/visi-dan-misi/diakses> pada tanggal 12 Desember 2015.

Dokumentasi PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan  
2019

Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana. 2011, hlm. 39-40

[www.syariahmandiri.co.id](http://www.syariahmandiri.co.id) (diakses pada tanggal 6 Maret 2019)

Arikunto, S. *Manajemenn Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009, hlm 25





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Unggul, Berprestasi & Berkeadilan

Bila menjabar surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya



Hal : Permohonan Persetujuan Judul  
Kepada : Yth Bapak Dekan FAI UMSU  
Di  
Tempat

14 Rabi'ul Awwal 1440 H  
23 November 2018

Dengan Hormat  
Saya yang bertanda tangan dibawah ini



Nama : Nurhayati Hutagalung  
Npm : 1501270088  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Kredit Kumalatif : 3,48  
Megajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Analisis perbedaan etika kerja karyawan berdasarkan jenis kelamin pada Bank Mandiri Syariah			
2	Strategi keunggulan bersaing di Bank Mandiri Syariah cabang Medan dalam meningkatkan jumlah nasabah			
	Pengaruh Service Excellence terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan. ok. tpt	<i>Hee 14/11/2018</i>	<i>Drs Sarwa</i>	<i>MA</i>

Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam  
Hormat Saya

*Nurhayati Hutagalung*  
( Nurhayati Hutagalung )

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
  2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
  3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

\*\* Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setujui dan tanda silang pada judul yang di tolak



UMSU

Unggul! Cerdas! Terpercaya!  
la menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003  
Website : www.umsu.ac.id Email : rektor@umsu.ac.id

Nomor : 06/II.3/UMSU-01/F/2019  
Lamp : -  
Hal : Izin Riset

17 J. Akhir 1440 H  
22 Februari 2019 M

Kepada Yth : **Pimpinan Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang  
Pembantu Daerah Padang Bulan**  
Di

Tempat.

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan Skripsi Mahasiswa guna memperoleh Gelar Sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada Mahasiswa kami yang mengadakan Penelitian/Riset dan Pengumpulan Data dengan :

Nama : Nurhayati Hutagalung  
NPM : 1501270088  
Semester : VIII  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan

Demikianlah hal ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

A.n Dekan

Wakil Dekan I



Zahani, S.Pd.I, MA

CC. File

01 Maret 2019  
No. 21/666-3/RO I

Kepada  
PT Bank Syariah Mandiri  
KCP Medan Padang Bulan  
Jl. AH. Nasution , Komplek Metrolink No.A 20-21  
Medan

U.p.: Yth. Branch Manager

Perihal: **PELAKSANAAN RISET**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Saudara beserta seluruh staff dalam senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufiq serta hidayah dari Allah SWT.

Menunjuk perihal di atas, dengan ini kami sampaikan pelaksanaan Riset (Penelitian) mahasiswa di Cabang Saudara dengan keterangan sebagai berikut:

No	Nama	Universitas/ Jurusan	NIDN/NIM	Judul Penelitian	Tempat Riset
1	Nurhayati Hutagalung	UMSU	1501270088	Pengaruh service Excellence terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan	KCP Medan Padang Bulan
2	Mutia Ulfa	UMSU	1501270084	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menutup Rekening tabungan pada Bank Mandiri Syariah KCP Padang Bulan Medan	KCP Medan Padang Bulan
3	M. Luqman Lubis	UMSU	1501270039	Penentuan Nisbah bagi hasil dalam produk tabungan berencana melalui akad Mudharabah Mutaqah (studi Kasus BSM KC Padang Bulan Medan)	KCP Medan Padang Bulan

Kami sampaikan kembali bahwa selama pelaksanaan Riset Saudara harap memperhatikan dan mematuhi ketentuan, sebagai berikut:

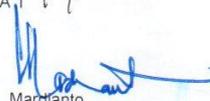
1. Peserta riset harus mematuhi UU Perbankan No 10 tahun 1998 serta ketentuan intern Bank Syariah Mandiri yang menyangkut prinsip-prinsip kerahasiaan bank.
2. Peserta riset harus mematuhi SE No. 5/007/DSI tanggal 5 Agustus 2003 perihal Riset, Survey, Penelitian Ilmiah, Pengisian Kuesioner bagi mahasiswa dalam rangka penyusunan skripsi; program studi S.1-S.2 dan praktek kerja lapangan/magang bagi siswa sekolah menengah kejuruan/diploma.
3. Peserta riset hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarkanluaskannya kepada pihak lain.
4. Peserta riset tidak diperkenankan menyalin (fotocopy) data dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi.
5. Peserta melaksanakan riset selama + 2 (dua) minggu, dan bila diperlukan, dapat diperpanjang dengan jangka waktu maksimal 1 (satu) bulan.
6. Peserta riset di bawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank.
7. Peserta riset menyerahkan 1 (satu) buah copy hasil riset yang telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing dan pejabat Bank Syariah Mandiri.
8. Peserta wajib menandatangani Surat Pernyataan bermaterai (terlampir).
9. Mohon untuk mengisi data pegawai magang oleh SDI/GSS Area/Cabang melalui Link: <https://goo.gl/X6Y1pM>

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama Saudara kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PT BANK SYARIAH MANDIRI  
REGION I/SUMATERA 1

  
Ahmad Zailani  
Regional Head

  
Mardianto  
RBS Manager

  
**mandiri**  
syariah

PT Bank Syariah Mandiri  
Region I / Sumatera 1  
Jl. A. Yani No.100 Lt.IV  
Medan-20111  
Telp. (061) 4534466 (Hunting)  
Fax. (061) 4534456  
[www.syariahamandiri.co.id](http://www.syariahamandiri.co.id)



Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

# MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
 Fakultas : Agama Islam  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
 Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi, MA

Nama Mahasiswa : Nurhayati Hutagalung  
 Npm : 1501270088  
 Semester : 7 (Tujuh)  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Judul Skripsi : Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
28-01-2019	1) Latar belakang masalah diperbaiki 2) Penelitian kedahulu pake catatan kaki 3) Penulisan ayat pake no surat.		

Diketahui/ Disetujui  
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S. Ag, MA

Medan, 28 Januari 2019

Pembimbing Proposal

Drs. Sarwo Edi, MA



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
 Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL**

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
 Fakultas : Agama Islam  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
 Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi, MA

Nama Mahasiswa : Nurhayati Hutagalung  
 Npm : 1501270088  
 Semester : 7 (Tujuh)  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Judul Skripsi : Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
24-01-2019	1) Aktu penelitian diperbaiki 2) Penelitian terdahulu di BAB II 3) Catatan kaki dari BAB II 4) Teknik Pengumpulan data diperbaiki		
	5) BAB III pake Catatan kaki		

Diketahui/ Disetujui  
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S. Ag, MA

Medan, 24 Januari 2019

Pembimbing Proposal

Drs. Sarwo Edi, MA



Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

# MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



## BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
 Fakultas : Agama Islam  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
 Dosen Pembimbing : Drs. Sarwo Edi, MA

Nama Mahasiswa : Nurhayati Hutagalung  
 Npm : 1501270088  
 Semester : 7 (Tujuh)  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Judul Skripsi : Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
21-01-2019	1) latar belakang masalah 6 alinea saja 2) Manfaat penelitian ditam bah 2 3) Pakai catatan kaki BAB I 4) Belum ada penelitian terdahulu		
	5) Lakukan penelitian pake tabel.		

Diketahui/ Disetujui  
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S. Ag, MA

Medan, 21 Januari 2019

Pembimbing Proposal

Drs. Sarwo Edi, MA



Unggul Berprestasi & Berkeadilan  
Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)  
Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



**BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI**  
**PERBANKAN SYARIAH**

Pada hari ini Sabtu 16 Februari 2019 telah diselenggarakan Seminar Program Studi **Perbankan Syariah** dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Nurhayati Hutagalung  
Npm : 1501270088  
Semester : VIII  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Proposal : Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	Revisi judul : Analisis penerapan Baku ...
Bab I	Penelitian Identifikasi Masalah, luas dan ...
Bab II	Penelitian kerangka berpikir.
Bab III	Penelitian Depewis Operan
Lainnya	
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/> <i>Penyaji 22/2-2019</i>

Medan, 16 Februari 2019

Tim Seminar

Ketua  
*[Signature]*  
Selamat Pohan, S.Ag, MA

Sekretaris  
*[Signature]*  
Riyan Pradesyah, SE.Sy, M.EI

Pembimbing  
*[Signature]*  
Drs. Sarwo/Edi, MA

Pembahas  
*[Signature]*  
Dr. Hj. Maya Sari, S. E., Ak., M. Si



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

*Unggul Berdo'a & Berprestasi*

Bila menjawab surat ini agar disebutkan  
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Pengesahan Proposal**

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Perbankan Syariah** yang diselenggarakan pada Hari Sabtu 16 Februari 2019 dengan ini menerangkan bahwa :

**Nama** : Nurhayati Hutagalung  
**Npm** : 1501270088  
**Semester** : VIII  
**Fakultas** : Agama Islam  
**Program Studi** : Perbankan Syariah  
**Judul Proposal** : Pengaruh Service Excellence Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Daerah Padang Bulan

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

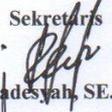
Medan, 16 Februari 2019

**Tim Seminar**

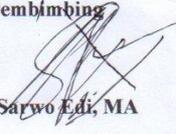
**Ketua**

  
Selamat Pohan, S.Ag, MA

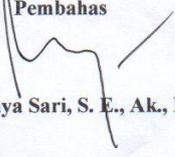
**Sekretaris**

  
Riyan Pradesyah, SE.Sy, M.EI

**Pembimbing**

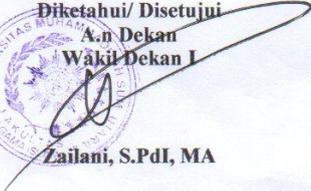
  
Drs. Sarwo Edi, MA

**Pembahas**

  
Dr. Hj. Maya Sari, S. E., Ak., M. Si

**Diketahui/ Disetujui**

**A.n Dekan**  
**Wakil Dekan I**

  
Zailani, S.PdI, MA

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

Nama : Nurhayati Hutagalung  
NPM : 1501270088  
Tempat, Tanggal Lahir : Pasar Ujung Batu, 24 November 96  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Jl. Kapten Muchtar Basri No 100  
Nama Orangtua  
a. Ayah : Hotmar Bulung Hutagalung  
b. Ibu : Siti Oli Nasution

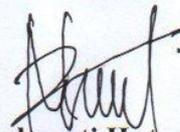
### B. Jenjang Pendidikan

SD Inpres Pasar Ujung Batu : Tamat Tahun 2009  
SMP Negeri 1 Sosa : Tamat Tahun 2012  
SMK Negeri 1 Sosa : Tamat Tahun 2015  
S1 UMSU : Tamat Tahun 2019

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya dengan rasa tanggung jawab.

Medan, 12 Maret 2019

Penulis



Nurhayati Hutagalung

NPM: 1501270086