

**PENGARUH PELAYANAN TELLER TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH BUKOPIN
CABANG MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE,Sy)
Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh :

**SELLA RATIH
1301270038**



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

ABSTRAK

SELLA RATIH, NPM: 1301270038, Penelitian ini berjudul, “**Pengaruh Pelayanan Teller Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan**”. Skripsi

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara pelayanan teller terhadap tingkat kepuasan nasabah bank syariah bukopin cabang medan. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan sistematis. Populasi penelitian ini adalah nasabah bank syariah bukopin cabang medan dan sampel yang memenuhi kriteria dalam penarikan untuk penelitian ini berjumlah 36 nasabah.

Variabel indenpenden yang di gunakan dalam penelitian ini adalah pelayanan teller, sedangkan variabel dependennya adalah kepuasan nasabah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji regresi sederhana, uji t dan uji r. Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan *microsoft excel 2007* dan program *softwere SPSS (statistic package for the social sciens) 22.0 for windows*.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan teller dan kepuasan nasabah. Besarnya pengaruh tersebut adalah 0,651 atau 56,1 %. Sedangkan sisanya sebesar 48,4% di pengaruhi faktor lain di luar penelitian atau di luar persamaan regresi.

Kata Kunci : Pelayanan Teller, Kepuasan Nasabah

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah, atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis serta tidak lupa juga Shalawat dan Salam penulis tujukkan kepada Nabi Muhammad SAW hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Pelayanan Teller terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Cabang Medan”**, skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis, khususnya kepada:

1. Kepada ayahanda Toto Sugiarto. SP dan Ibunda Kamsidah Hsb yang telah mendidik dan membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang dan harapan serta doa yang senantiasa mengiringi langkah kaki ini.
2. Bapak Dr. Agusani, M. AP sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qorib M.A sebagai Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Selamat Pohan S.Ag, MA selaku ketua program studi perbankan syariah
5. Ibu Dr. Hj. Siti Mujiatun SE,MM sebagai dosen pembimbing skripsi penulis, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan menyemangati penulis dalam menyusun skripsi ini.
6. Ibu Wilnuriyanti Rahma selaku karyawan dan seluruh staff PT. Bank Syariah Bukopin.

7. Kepada abangda Muhammad Helmi Nasution yang telah memberikan semangat dan dukungan moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
8. Kepada seluruh sahabat saya, Dea Nadilla, Gastia Adabi, , Fitria Ningsih, Dinda Sari, Arie Susmita, Fildzah Rayhana Sadidah, Al Anshori Manurung, Mahmudinsyah yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis agar skripsi ini menjadi sempurna dan bermanfaat bagi semua pihak dikemudian hari khususnya untuk adik-adik kelas dan kepada penulis sendiri.

Medan, 28 September 2017

Penulis

SELLA RATIH

NPM: 1301270038

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah	3
E. Tujuan Penelitian.....	3
F. Manfaat Penelitian.....	3
BAB II: LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori.....	4
B. Kerangka Pemikiran	21
C. Hipotesis	23
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	24
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
C. Defenisi Operasional	25
D. Sumber Data Penelitian	27
E. Populasi dan Sampel	27
F. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	28
G. Teknik Analisis Data.....	28
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	33

B. Analisis Data..... 41

C. Pembahasan 51

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan..... 52

B. Saran 53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Pelaksanaan waktu penelitian	25
Tabel III.2 Indikator variabel pelayanan teller	25
Tabel III.3 Indikator variabel kepuasan nasabah.....	26
Tabel IV.1 Skala Likert.....	33
Tabel IV.2 Persentase Jenis Kelamin.....	34
Tabel IV.3 Persentase Usia	35
Tabel IV.4 Persentase Pekerjaan	35
Tabel IV. 5 Skor Angket Pelayanan Teller	36
Tabel IV.6 Skor Angket Kepuasan Nasabah.....	39
Tabel IV.7 Item-Total Statistik Variabel X.....	42
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Variabel X	43
Tabel IV.9 Item Total Statistik Variabel Y	44
Tabel IV.10 Hasil Uji Validitas Variabel Y	45
Tabel IV.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	46
Tabel IV.12 Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel IV.13 Hasil Uji Regresi Sederhana	49
Tabel IV.14 Hasil Uji t Hitung	50
Tabel IV.15 Hasil Uji Determinasi (R).....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar IV.1 Normal P-P Plot Regresion Standardized Residual.....	46
Gambar IV.2 Grafik Histogram.....	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan salah satu badan usaha yang berusaha dalam bidang pelayanan jasa keuangan. Perbankan atau biasa disebut dengan bank menyediakan jasa keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat. Fungsi bank merupakan perantara diantara masyarakat yang membutuhkan dana dengan masyarakat yang kelebihan dana, disamping menyediakan jasa-jasa perbankan lainnya. Bank syariah memiliki peran sebagai lembaga perantara antara unit-unit ekonomi yang mengalami kelebihan dana dengan dengan unit-unit yang lain yang mengalami kekurangan dana. Melalui bank, kelebihan tersebut dapat disalurkan kepada pihak-pihak yang memerlukan sehingga memberikan manfaat kepada kedua belah pihak. Kualitas bank syariah sebagai lembaga perantara ditentukan oleh kemampuan manajemen untuk melaksanakan perannya.¹

Di dunia perbankan masalah pelayanan merupakan hal yang sangat penting karena pelayanan dianggap mampu mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank. Pelayanan merupakan suatu hal yang sangat menentukan kepuasan nasabah, karena pengukuran terhadap kualitas kepuasan maupun ketidakpuasan nasabah merupakan tolak ukur yang penting dari kepuasan nasabah itu sendiri, dan hal inilah yang harus menjadikan nilai tambah untuk bank syariah².

Kepuasan nasabah merupakan harapan setiap perbankan, kepuasan nasabah sangat menunjang kelangsungan perusahaan untuk perkembangan dalam jangka panjang. Kepuasan nasabah tergantung dari apa yang dilihat dan dirasakan oleh nasabah, sehingga nasabah dapat memberikan tanggapan yang positif dan negatif terhadap Bank Syariah Bukopin Cabang medan tersebut. Kualitas nasabah menjadi faktor pertimbangan bagi nasabah, untuk menentukan apakah nasabah

¹ Ismail. 2011. perbankan syariah , cet:1, Jakarta: kencana

² Hasibuan, Drs. H. Malayu S.P. 2011. *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.

akan puas atau tidak puas terhadap sistem pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Medan.

Peningkatan pelayanan kepada para nasabah adalah hal yang sangat penting dalam usaha meningkatkan kepuasan para nasabah, karena nasabah sangat besar peranannya dalam pendapatan sebuah bank, hal ini secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap eksistensi perbankan itu sendiri. Setiap bank memiliki masing-masing strategi dalam hal pelayanan nasabah, dengan memberikan pelayanan yang terbaik tentunya nasabah akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan sehingga akan tetap setia menggunakan produk-produk yang ditawarkan pihak perbankan dan pada akhirnya menjadi nasabah tetap di bank tersebut.

Salah satu bagian yang bertugas melayani para nasabah adalah Teller. Teller merupakan salah satu jabatan yang berfungsi sebagai pelaksanaan kegiatan transaksi keuangan tunai dengan nasabah di *counter money*. Dengan kata lain teller berhubungan langsung dengan para nasabah. Pelayanan yang diberikan oleh bagian ini tentunya akan berpengaruh pada terhadap kepuasan nasabah.

Pada dasarnya karyawan Bank Syariah Bukopin Cabang Medan telah bekerja sesuai dengan aturan yang berlaku. Akan tetapi, didalam pelayanan teller yang diberikan belum sepenuhnya menunjukkan terjadinya peningkatan kepuasan nasabah, padahal dengan adanya peningkatan pelayanan teller terhadap nasabah seharusnya dapat menumbuhkan kepuasan nasabah yang merupakan tujuan utama Bank Syariah Bukopin Cabang Medan. Mengapa hal itu belum mampu menumbuhkan kepuasan nasabah? Hal inilah yang akan diteliti dalam penelitian kali ini.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengambil judul penelitian tentang “pengaruh pelayanan teller terhadap tingkat kepuasan nasabah (studi kasus: Bank Syariah Bukopin Cabang Medan)”³.

³ <http://www.bukopinsyariah.co.id>

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh peneliti di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini adalah ketidak sesuaian pelayanan teller yang diharapkan oleh nasabah.

C. Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh pelayanan teller terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Medan.

D. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh pelayanan teller terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Bukopin Cabang Medan.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Sebagai suatu bahan informasi ilmiah untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis seputar tentang pelayanan teller terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan

2. Bagi peneliti

Diharapkan dapat memberikan informasi, masukan, bahan pertimbangan dalam menetapkan strategi di Bank Syaruah Bukopin

3. Bagi pembaca

Memberikan wawasan yang lebih luas sehingga tidak salah pengertian tentang adanya Bank Bukopin Syariah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan teori

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah suatu nilai perasan seseorang apakah memuaskan atau mengecewakan yang dihasilkan oleh suatu proses membandingkan keberadaan atau penampilan suatu produk diminati terhadap nilai-nilai yang diharapkan.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, pelanggan yang sangat puas akan kurang peka terhadap harga, akan tetapi tetap menjadi pelanggan untuk periode yang lebih lama, dan bercerita positif ke orang lain tentang perusahaan dan produknya⁴.

Menurut Tjiptono dan Chandra mendefinisikan kepuasan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai⁵.

b. Pengertian Nasabah

Nasabah atau konsumen adalah seseorang yang terbiasa membeli suatu produk. Kebiasaan tersebut terbentuk melalui pembelian dan interaksi yang sering dilakukan selama periode waktu tertentu.

Menurut Kasmir mengemukakan bahwa nasabah adalah raja artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan harus seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat bank atau derajat CS itu sendiri⁶.

Menurut Henry R. Meyer nasabah masa depan terbaik adalah nasabah nasabah terdahulu anda, dan jika anda menjaga mereka dengan baik, mereka akan terus kembali ke anda. Dengan kata lain, nasabah adalah orang-orang atau pembeli yang tidak tergantung pada suatu produk, tetapi produk yang tergantung pada

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. (Jakarta; Indeks).

⁵ Tjiptono dan Chandra, 2012. Pemasaran Strategi. Yogyakarta, ANDI.

⁶ Kasmir. 2005. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

orang tersebut. Oleh karena nasabah ini pembeli atau pengguna suatu produk maka harus diberi kepuasan.

c. Konsep dan Definisi Kepuasan Nasabah

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan bisnis, semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap kepuasan dan ketidakpuasan nasabah Pihak-pihak yang berhubungan langsung dengan kepuasan atau ketidakpuasan nasabah adalah pemasar, konsumen, dan peneliti konsumen. Kotler mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidakesesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian⁷.

Lovelock menjelaskan bahwa kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan atau kesenangan. Tidak mengherankan bahwa perusahaan telah menjadi terobsesi dengan kepuasan pelanggan, mengingat hubungannya yang langsung dengan kesetiaan pelanggan, pangsa pasar dan keuntungan⁸.

Westbrook & Reilly dalam Tjiptono mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli⁹. Gaspers mengatakan bahwa kepuasan konsumen sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain :

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk.
2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.

⁷ Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.

⁸ Lovelock, Christopher.H dan Wright,Lauren.K.2005.Manajemen Pemasaran Jasa.Indeks.Hal 102

⁹ Tjiptono, Westbrook & Reilly, 2006. Pemasaran Jasa (Malang : Bayumedia)

3. Pengalaman dari teman-teman¹⁰.

Band dalam Nasution mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya¹¹. Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan definisi kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya.

Menurut Fandy Tjiptono ada 2 model kepuasan nasabah yaitu:

1. Model Kognitif

Berdasarkan model ini maka kepuasan nasabah dapat dicapai dengan 2 cara yang utama, yaitu :

- a. Mengubah penawaran perusahaan agar sesuai dengan yang ideal.
- b. Meyakinkan nasabah bahwa yang bideal tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya

2. Model Afektif

Mengatakan bahwa penilaian nasabah individual terhadap suatu produk tidak semata-mata berdasarkan perhitungan regional saja tetapi juga berdasarkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar, emosi perasaan spesifik (kepuasan, keengganan), suasana hati (mood) dan lain-lain¹².

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah

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

¹⁰ Gaspersz, Vincent, 2003. Manajemen Bisnis Total - Total Quality Management. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

¹¹ Band (dalam Nasution).2005, Total Quality Management, PT Gramedia Pustaka Utama:Jakarta

¹² Fandy Tjiptono, 2004, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta.

1. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
2. Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
3. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
4. Faktor situasi, yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen.
5. Faktor pribadi dari konsumen, yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi¹³.

e. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah mengenai kualitas jasa yang berfokus pada dimensi jasa. Selain itu juga dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat sesaat. Pengukuran terhadap kepuasan nasabah telah menjadi sesuatu yang sangat penting bagi perusahaan. Hal ini dapat disebabkan karena kepuasan nasabah dapat menjadi umpan balik dan masukan bagi pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan nasabah.

Beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan nasabah, Kotler dan Tjiptono mengemukakan ada 4 metode yang hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan nasabah, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada nasabah akan memberikan kesempatan yang luas pada para nasabahnya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari para nasabah ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan

¹³ Zeithaml, Valerie A and Bitner, 2005. Mary Jo. Service Marketing. McGraw Hill Inc, Int'l Edition, New York.

tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para nasabahnya dan segera memperbaikinya.

2. Ghost Shopping

Sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing. Kemudian mereka akan melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga bisa mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada, baik oleh perusahaan yang bersangkutan maupun dari pesaingnya.

3. Lost Customer Analysis

Perusahaan akan menghubungi nasabahnya atau setidaknya mencari tahu nasabahnya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar diketahui penyebab mengapa nasabah tersebut kabur. Dengan adanya peningkatan customer lost rate maka menunjukkan adanya kegagalan dari pihak perusahaan untuk dapat memuaskan nasabahnya.

4. Survei Kepuasan Nasabah

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan nasabah dilakukan dengan mengadakan survei melalui berbagai media baik melalui telepon, pos, ataupun dengan wawancara secara langsung. Dengan dilakukannya survei kepada nasabah oleh pihak perusahaan, maka perusahaan akan memperoleh tanggapan dan (feedback) secara langsung dari nasabah dan juga akan memberikan tanda bahwa perusahaan menaruh perhatian yang besar terhadap para nasabahnya¹⁴.

Menurut Husein Umar ada 6 konsep untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu:

1. Kepuasan Nasabah Keseluruhan

¹⁴ Tjiptono, Fandy dan Kotler 2003. Total Quality Manajemen. Edisi Revisi. Andy: Yogyakarta

Caranya dengan menanyakan nasabah mengenai tingkat kepuasan atas jasa yang bersangkutan serta nilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan nasabah keseluruhan atas jasa yang mereka terima dari pesaing.

2. Dimensi Kepuasan Nasabah

Prosesnya melalui empat langkah . pertama mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan nasabah. Kedua, meminta nasabah menilai jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan atau keramahan staf pelayanan terhadap nasabah. Ketiga, meminta nasabah menilai jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Keempat, meminta nasabah menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka ada dikelompok penting dalam menilai kepuasan nasabah keseluruhan.

3. Konfirmasi Harapan

Pada cara ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian anatara harapan nasabah dengan kinerja actual jasa yang dijual perusahaan.

4. Minat Pembelian Ulang

Kepuasan nasabah diukur berdasarkan apakah mereka akan mengadakan pembelian ulang atas jasa yang sama yang dia konsumsi.

5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi

Cara ini merupakan ukuran yang penting, apalagi bagi jasa yang pembelian ulangnya relative lama, seperti jasa pendidikan garansi.

6. Ketidakpuasan Nasabah

Dapat dikaji misalnya dalam hal komplain, biaya garansi¹⁵.

f. Nilai Nasabah

Konsep nilai nasabah memberikan gambaran tentang nasabah suatu perusahaan, mempertimbangkan apa yang mereka inginkan, dan percaya bahwa mereka memperoleh manfaat dari suatu produk. William A. Band melihat perlunya lintas fungsional dalam sebuah perusahaan, yaitu pemasaran, operasi dan

¹⁵ Husein Umar, 2005, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, (Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama)

sumber daya manusia sebagai prasyarat dalam mengelola nilai nasabah. Elemen mengelola hubungan dengan pelanggan dan mengelola persepsi nilai adalah tugas dari fungsi pemasaran, elemen meningkatkan kemampuan para karyawan sebagai *value creator* adalah tugas dari manajemen sumber daya manusia, sedangkan elemen meningkatkan kinerja kualitas adalah tugas dari fungsi operasi. Dari beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti diperoleh definisi tentang nilai nasabah. Nilai nasabah merupakan keseluruhan penilaian pelanggan tentang kegunaan suatu produk yang berdasar pada persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan. Persepsi pembeli tentang nilai yang menggambarkan sebuah perbandingan antara kualitas atau keuntungan yang mereka rasakan dalam produk dengan pengorbanan yang mereka rasakan ketika membayar harga produk. Dari konsep dan beberapa definisi tentang nilai nasabah diatas dapatlah kita kembangkan secara komprehensif, bahwa secara garis besar nilai nasabah merupakan perbandingan antara manfaat (*benefits*) yang dirasakan oleh nasabah dengan apa yang nasabah korbankan (*costs*) untuk mendapatkan atau mengkonsumsi produk tersebut. Sehingga nilai nasabah merupakan suatu preferensi yang dirasakan oleh nasabah dan evaluasi terhadap atribut-atribut produk serta berbagai konsekuensi yang timbul dari penggunaan suatu produk untuk mencapai tujuan dan maksud nasabah. Konsep nilai nasabah mengindikasikan suatu hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen atau nasabah. Dimana konsep tersebut menggambarkan pertimbangan yang evaluatif pelanggan tentang produk yang mereka konsumsi. Nilai yang diinginkan nasabah terbentuk ketika mereka membentuk persepsi bagaimana baik buruknya suatu produk dimainkan dalam situasi penggunaan. Mereka mengevaluasi pengalaman penggunaan pada atribut yang sama, seperti telah dijelaskan diatas bahwa atribut yang dimaksud disini adalah merk dan kualitas pelayanan atas produk. Nilai yang diterima bisa mengarahkan secara langsung pada formasi perasaan-perasaan kepuasan secara keseluruhan. Kepuasan secara menyeluruh merupakan perasaan-perasaan nasabah dalam respon untuk evaluasi dari satu atau lebih pengalaman konsumen dalam penggunaan suatu produk. Dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang

optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di bank nasabah yang merasa puas tadi¹⁶.

g. Karakteristik Kepuasan Nasabah

M. Nur Rianto dan Al Alif, salah satu pendekatan kepuasan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran sebagai berikut:

1. Relationship Marketing Strategy (Strategi Pemasaran Berkesinambungan)

Menjalin hubungan yang baik secara terus menerus dengan nasabah bukan hanya puas tetapi juga royal pada bank. Oleh karena itu bank harus terus memelihara dan meningkatkan pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah. Bank harus menjalin tali silaturahmi yang baik dengan nasabah, agar nasabah bank sebagai rumah kedua bagi nasabah. Hal ini akan mampu meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank atau menimbulkan word of mouth yang positif.

2. Strategi Pelayanan Prima

Menawarkan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. usaha ini biasanya membentuk biaya yang cukup besar, tetapi juga memberikan dampak yang besar (positif) kepada nasabah. Secara rinci strategi pelayanan prima sebagai berikut :

- a. Semua transaksi dilayani/dilaksanakan dengan cermat dan cepat.
- b. Melayani kebutuhan nasabah diluar produk yang dijual oleh bank.
- c. Berlaku ramah, sopan dan selalu membantu nasabah.
- d. Selalu berusaha mengerti keinginan nasabah.
- e. Selalu melayani nasabah dengan tepat waktu.

3. Strategi Penanganan Keluhan yang Efisien dan Efektif

Keluhan nasabah itu berupa :

- a. Nasabah tidak memperoleh apa yang dijanjikan bank.
- b. Mendapat pelayanan yang kasar/kurang baik.
- c. Tidak/kurang diacuhkan oleh petugas bank¹⁷.

¹⁶ Winardi 2005. Marketing dan perilaku konsumen Mundur maju. Bandung Kamus Ekonomi. Alumni Bandung

h. Konsep Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam

Dalam aktivitas ekonomi dan bisnis Hermawan Kartajaya, Presiden Mark Plus & Co, dalam bukunya marketing syariah menegaskan bahwa seorang pemimpin harus jujur, baik kepada company (pesaing), costumers (nasabah), competitor (pesaing), maupun kepada people (karyawan sendiri). Perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Karena jika seorang pegawai yang tidak jujur dalam perkataan terhadap seorang nasabah itu akan menyebabkan seorang nasabah tidak akan percaya dan tidak akan menjadi nasabah yang setia nantinya¹⁸.

Menurut pendapat Qardhawi, sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:

1. Sifat jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW, yang artinya : "Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya." (HR. Ahmad dan Thobrani).

2. Sifat amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah "menjual dengan amanah", artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan

¹⁷ M. Nur Rianto Al Arif. 2010. Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung. Alfabeta.

¹⁸ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, 2006. Syariah Marketing, Bandung : Mizan

demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

3. Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas Nama Allah. Dalam hadits mutafaq'alah dari hakim bin Hazm yang artinya : "Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu¹⁹.

Tafsir mengenai ayat-ayat dan perilaku konsumen

1. Al- Baqarah: 168

يَأْيَهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”²⁰.

2. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan dalam hal ini sangat erat kaitannya dengan hal pemberian kepuasan terhadap pelanggan, pelayanan dengan mutu yang baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula bagi pelanggannya, sehingga pelanggan dapat lebih merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak perusahaan. Dalam bukunya yang bertajuk Hubungan Masyarakat Membina Hubungan Baik Dengan Publik, Loina beranggapan bahwa: Pelayanan merupakan suatu proses keseluruhan dari pembentukan citra perusahaan, baik melalui media berita,

¹⁹ Al-Qardhawi, Yusuf. 2003. Daur al-Qiyam wa al-Akhlak fi al-Iqtishadi al-Islam, Maktabah Wahbah, Kairo

²⁰ Ahmad Hatta, Tafsir Quran per kata: dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan terjemahannya, Jakarta: Maghfirah Pustaka

membentuk budaya perusahaan secara internal, maupun melakukan komunikasi tentang pandangan perusahaan kepada para pemimpin pemerintahan serta publik lainnya yang berkepentingan. Menurut Moenir dalam bukunya Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia, mengatakan bahwa : ” Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung”. Penekanan terhadap definisi pelayanan diatas adalah pelayanan yang diberikan menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan guna untuk mendapatkan kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan²¹.

Adapun Kotler menyebutkan bahwa pelayanan (Service) dapat didefinisikan sebagai suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain. Pelayanan atau lebih dikenal dengan service dapat diklasifikasikan menjadi:

- a) High contact service, yaitu klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak antara konsumen dan penyedia jasa yang sangat tinggi, konsumen selalu terlibat dalam proses dari layanan jasa tersebut.
- b) Low contact service, yaitu klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak antara konsumen dengan penyedia jasa tidak terlalu tinggi. Physical contact dengan konsumen hanya terjadi di front desk adalah termasuk dalam klasifikasi low contact service. Contohnya adalah lembaga keuangan²².

b. Macam-Macam Pelayanan

Menurut Sutopo dan Adi Suryanto pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok.

1. Core service

Adalah pelayanan yang ditawarkan kepada nasabah yang merupakan produk utamanya.

2. Facilitating service

²¹ Moenir. 2005. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia, Bumi Aksara, Jakarta.

²² Kotler, P. & Keller, K.L. 2008. Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jilid 2. Alih Bahasa Benyamin Molan. Penerbit PT Indeks: Jakarta.

Adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada nasabah.

3. *Supporting service*

Adalah pelayanan tambahan (pendukung) untuk meningkatkan nilai pelayanan atau membedakan dengan pelayanan dari pihak “pesaingnya”. Misalkan fasilitas mobile banking dan internet banking²³.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

Menurut Parasuraman, dkk untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah sebagai berikut:

a) Tangibles (Bukti Fisik)

Meliputi penampilan fisik seperti gedung, ruang tunggu, tempat parkir, kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan.

b) Realibility (keandalan)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji ditawarkan.

c) Responsiveness (daya tanggap)

Respon atau kesiagapan karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesiagapan karyawan dalam melayani nasabah, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan nasabah.

d) Assurance (jaminan)

Kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan.

²³ Sutopo dan Adi Suryanto.2005. Pelayanan Prima, Modul Pendidikan dan pelatihan Prajabatan Golongan III, edisi revisi III. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara RI.

e) Empati

Perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada nasabah. Meliputi usaha perusahaan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan nasabah²⁴.

d. Pengukuran Kualitas Pelayanan

1. Mendapatkan Umpan Balik dari Pelanggan

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan feedback dari nasabah, diantaranya seperti mengadakan survei kepada nasabah, dan follow up kepada nasabah setelah memberikan pelayanan, cara ini dilakukan melalui email. Cara lainnya adalah uji coba produk kepada nasabah, aktif disosial media, memberikan diskon, serta memanfaatkan teknologi untuk memantau perkembangan usaha seperti melalui website.

2. Melakukan Evaluasi Perusahaan

Cara-cara yang dapat dilakukan untuk melakukan evaluasi diantaranya adalah melalui survei dengan cara berfokus pada hal-hal yang paling penting untuk diketahui. Survei dapat dilakukan untuk mengetahui rasa empati atau kepedulian kepada pelanggan, mengukur tingkat kemampuan suatu perusahaan terkait kehandalan dan cepat tanggap, serta mengetahui pelayanan dan kualitas produk berdasarkan pengalaman konsumen secara langsung seperti fungsi produk, tingkat kebersihan, penampilan karyawan, dan lain sebagainya.

3. Memperbaiki Pelayanan Perusahaan

Memperbaiki kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara memberikan standar pelayanan perusahaan yang jelas kepada karyawan, melatih karyawan agar menjadi seseorang yang bertanggung jawab, cepat tanggap, dan memiliki etos kerja yang

²⁴ Parasuraman dkk.2005. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Journal of Retailing.

tinggi. Jika memungkinkan, dapat dengan memberikan bonus kepada karyawan yang berprestasi. Selain itu, memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam menyampaikan masukannya adalah hal yang perlu untuk dilakukan. Namun akan lebih baik apabila semua usaha perbaikan kualitas pelayanan perusahaan ini agar dilakukan secara berkelanjutan²⁵.

e. Karakteristik Kualitas Pelayanan

Pelayanan memiliki sejumlah karakteristik yang membedakan dengan aspek-aspek lainnya. Terkait dengan hal tersebut, Fitzsimmons menyebutkan adanya empat karakteristik pelayanan, yaitu:

1. Artispasi pelanggan dalam proses pelayanan

Kehadiran pelanggan sebagai partisipan dalam proses pelayanan membutuhkan sebuah perhatian untuk mendesain fasilitas. Kondisi yang demikian tidak ditemukan pada perusahaan manufaktur yang tradisional. Kehadiran secara fisik pelanggan di sekitar fasilitas pelayanan tidak dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan manufaktur.

2. Kejadian pada waktu yang bersamaan

Fakta bahwa pelayanan dibuat untuk digunakan secara bersamaan, sehingga pelayanan tidak disimpan. Ketidakmampuan untuk menyimpan pelayanan ini menghalangi penggunaan strategi manufaktur tradisional dalam melakukan penyimpanan untuk mengantisipasi fluktuasi permintaan.

3. Pelayanan langsung digunakan dan habis (service perishability)

Pelayanan merupakan komoditas yang cepat habis. Hal ini dapat dilihat pada tempat duduk pesawat yang habis, tidak muatnya ruangan rumah sakit atau hotel. Pada masing-masing kasus telah menyebabkan kehilangan peluang.

²⁵ Zeithmal Valerie, A, M.J. Bitner.2013. Servie marketing.

4. Tidak berwujud (intangibility)

Kombinasi dari sifat tidak berwujud pelayanan dan pelanggan sebagai partisipan dalam penyampaian sistem pelayanan menghasilkan pelayanan yang beragam dari konsumen ke konsumen. Interaksi antara konsumen dan pegawai yang memberikan pelayanan menciptakan kemungkinan pengalaman kerja manusia yang lebih lengkap²⁶.

f. Konsep Pelayanan menurut Islam

Menurut Ismail dalam bukunya “Perbankan Syariah” pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya. Setiap muslim bekerja/memberikan pelayanan yang didasarkan iman, etika kerja, dan akhlak. Nilai dalam pelayanan lebih ditekankan pada nilai akhlaknya. Ia harus dapat member nilai tambahan bagi lingkungannya. Buruknya perilaku bisnis para pengusaha para pengusaha menenrukan sukses gagalnya bisnis yang dijalankan, maka kita diperintah oleh Allah swt untuk berlaku lemah lembuh dalam menjalankan bisnis. Sesuai firman Allah sw dalam Al Qur’an surat Ali Imran ayat 159 yaitu:

فَبِمَا 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 يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “maka disebabkan rahmat dari allah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya²⁷.”

²⁶ Fitzsimmons, James A. dan Mona J. Fitzsimmons. 2006. Service Manajemen International Edition NewYork. The McGraw-Hill.

²⁷ Ahmad Hatta, Tafsir Quran Per Kata: dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Terjemahannya, Jakarta: Maghfirah Pustaka.

Dalam firmannya “maka disebabkan rahmat dari Allah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka”. Artinya, dan tidak ada sesuatu yang menjadikan kamu bersikap lemah lembut kepada mereka kalau bukan rahmat Allah yang diberikan kepadamu dan kepada mereka. Qatadah berkata : “karena rahmat Allah engkau (Muhammad) bersikap lemah lembut kepada mereka”²⁸

3. Teller

a. Pengertian Teller

Teller merupakan petugas Bank yang pekerjaannya sehari-harinya yang berhubungan langsung dengan nasabah dan masyarakat umum. Bank harus menyeleksi petugas yang akan ditunjuk sebagai Teller karena cara kerja, sikap dan sifat serta cara pelayanannya kepada nasabah dan masyarakat umum, secara tidak langsung akan mencerminkan keadaan dan reputasi Bank. Sikap dan sifat serta pelayanan Teller dimaksud, harus diawasi secara rutin oleh manajemen terutama Head Teller dan/atau Cash Officer. Tugas Teller secara umum yakni untuk menangani, membantu, dan memberikan solusi bagi semua nasabah yang ingin melakukan sebuah transaksi perbankan termasuk di dalamnya nanti memberikan jasa layanan uang tunai ataupun non tunai²⁹.

b. Fungsi Teller

Sesuai dengan pengertian teller di atas bahwa fungsi seorang teller yaitu untuk memberikan layanan perbankan bagi nasabah dan atau calon nasabah di sebuah Bank. Fungsi teller menjadi sangat krusial karena setiap hari petugas teller lah yang langsung berhadapan dengan nasabah, hal ini tentunya harus di tunjang dengan penampilan yang sempurna setiap saat bagi semua Teller Bank³⁰.

²⁸ Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman Ali Syaikh, Tafsir Ibnu Katsir. 2008. Jilid 2, penerjemah, M. Abdul Ghofar, penerjemah, M. Yunus Harun, Tim Pustaka Imam Asy-syafi'i, Jakarta: Pustaka Ima Asy-syafi'i.

²⁹ <http://www.auditinternal.blogspot.co.id/2011/04/kas-dan-teller.html>

³⁰ <http://www.jobdesc.net/job-desc/pengertian-dan-tugas-teller-bank.html>

c. Tugas Teller

1. Seorang Teller yang baik harus datang tepat waktu sesuai dengan jam masuk, harus memastikan semua perlengkapan berfungsi baik (alat penghitung uang, alat pengecek uang palsu bulpen, dan lain sebagainya).
2. Bila ada nasabah maka harus bersikap ramah, memberi greeting (selamat pagi/siang/sore, mengucapkan terima kasih bila sudah selesai), selalu memberi senyum di awal dan akhir pertemuan.
3. Harus menjaga penampilan berbusana sesuai standar bank (meja kerja, baju rapi, rambut rapi, mengenakan ID card, dan lain sebagainya.)
4. Bila ada nasabah ingin setor/tarik tunai maka teller wajib untuk menghitung uang, mengkonfirmasi jumlah uang kepada nasabah, melakukan sebuah perhitungan uang di depan nasabah
5. Untuk melakukan pembayaran non tunai/tunai kepada nasabah yang bertransaksi non tunai/tunai di counter bank, dan melakukan update data transaksi di sebuah sistem komputer bank.
6. Sesudah selesai proses setor/tarik tunai teller wajib untuk memberikan slip kwitansi kepada nasabah yang sudah menandatangani sebagai tanda tangan pengesahan.
7. Bertanggungjawab terhadap kesesuaian antara jumlah kas di sebuah sistem dengan kas di terminalnya³¹.

d. Syarat menjadi seorang Teller

1. Ramah dan Sopan

Merupakan hal dasar yang harus diterapkan kepada semua teller bank. Akan tetapi lebih baik bila semua pegawai bank ramah kepada semuanya, karena dengan ramah pembawaan orang yang berinteraksi dengan kita akan merasa di hargai dan akan memicu orang tersebut untuk ramah kepada kita juga.

³¹ <http://wwwauditinternal.blogspot.co.id/2011/04/kas-dan-teller.html>

2. Sabar dan Teliti

Sabar adalah suatu sikap menahan emosi dan keinginan serta bertahan dalam situasi sulit dengan tidak mengeluh. Teliti merupakan point penting bagi seorang officer, terlebih seorang teller yang setiap harinya bekerja dengan angka dan uang, bila anda melakukan kesalahan sedikit saja berarti anda harus menggantinya.

3. Berpenampilan menarik

Seorang teller harus dituntut tampil dengan sempurna, baik dari sisi fisik, pakaian, dan kelakuan anda. Seorang teller juga harus berpenampilan rapi, bersih, dan enak untuk dilihat, jika seorang teller berpakaian tidak menarik maka nasabah kurang semangat bertransaksi di bank tersebut.

4. Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses dalam mana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Komunikasi sangat penting bagi seorang teller untuk menyampaikan informasi ke nasabahnya. Sebagai orang yang nantinya banyak bertemu dengan nasabah, anda diharuskan menyapa dan tersenyum dalam kondisi apapun supaya nasabah tidak kabur dan tentunya merasa nyaman³².

B. Kerangka Pemikiran

Untuk memahami suatu masalah yang akan dibahas maka diperlukan sebuah kerangka pemikiran yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti sehingga masalah yang ada menjadi jelas dan relevan antara dasar teori dengan permasalahannya.

Untuk menghindari terjadinya duplikat penelitian terhadap objek yang sama serta yang telah ada, penelitian yang berkaitan dengan pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah bukan memang bukan untuk yang pertama kali, sebelumnya

³² <http://wwwauditinternal.blogspot.co.id/2011/04/kas-dan-teller.html>

sudah ada penelitian yang berkaitan dengan hal tersebut, berikut adalah jurnal yang sudah pernah dilakukan:

Penelitian yang dilakukan oleh Esra Sembiring dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah”, menyatakan bahwa Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh nasabah bank atas pelayanan teller. Ada hal yang menyebabkan teller kurang mendapat tempat dihati nasabah. Dari hal tersebut bahwa pelayanan yang kurang baik menjadi penyebab ketidakpuasan bagi nasabah bank³³.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Nita Ambariki dengan judul “Analisis tingkat kepuasan nasabah atas pelayanan teller Bank Muamalat KCP GajahMada Medan”, menyatakan bahwa Bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kepuasan dengan kepentingan nasabah pada pelayanan teller. Mengetahui tingkat kepuasan nasabah pelayanan teller bank muamalat terhadap nasabah dan mengetahui unsur-unsur pelayanan mana yang perlu mendapatkan prioritas untuk diperhatikan atau diperbaiki serta bagaimana tanggapan nasabah apakah unsur-unsur pelayanan sudah sesuai dengan harapan nasabah³⁴.

Penelitian yang dilakukan oleh Lovenia dengan judul “Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu BPD card bank Jateng Cabang Semarang”, menyatakan bahwa Penelitian ini mengukur kualitas pelayanan yang diproyeksikan dalam 5 komponen, yaitu: sikap pelanggan, tanggapan penyedia jasa dalam menanggapi keluhan pelanggan, jasa pembayaran, fasilitas tambahan, dan ketepatan waktu pelayanan. Hasil temuan dari penelitian tersebut menyatakan bahwa sikap pelanggan dan tanggapan penyedia jasa dalam menghadapi keluhan pelanggan mampu memuaskan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan, yang belum memuaskan pelanggan adalah jasa pembayaran, fasilitas tambahan dan ketepatan waktu³⁵.

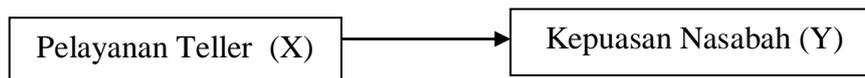
³³ Esra Sembiring, ” Pengaruh kualitas pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah di kota medan”, (skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2011)

³⁴ Nita Ambariki dengan judul “Analisis tingkat kepuasan nasabah atas pelayanan teller Bank Muamalat KCP GajahMada Medan”, (skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2008)

³⁵ Lovenia dengan judul “Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu BPD card bank Jateng Cabang Semarang”, (skripsi, Universitas Diponegoro, 2011).

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar II.1
Kerangka Pemikiran



C. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori dan belum menggunakan fakta. Oleh karena itu, setiap penelitian yang dilakukan memiliki suatu hipotesis atau jawaban sementara terhadap penelitian yang akan dilakukan. Dari hipotesis tersebut akan dilakukan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan apakah hipotesis tersebut benar adanya atau tidak benar.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, peneliti dapat mengambil hipotesis atau dugaan sementara adalah tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan cara dalam usaha memahami objek penelitian yang bertujuan untuk memandu peneliti tentang urutan-urutan bagaimana penelitian dilakukan guna menemukan, mengembangkan dan menuju kebenaran suatu pengetahuan. Dalam melakukan penelitian diperlukan suatu pengelompokan data dan penyajian data yang telah diperoleh kemudian melakukan perumusan dari penelitian dalam bentuk kesimpulan. Kesimpulan ini harus merupakan suatu jawaban yang benar sistematis dari suatu permasalahan, sehingga tidak menghamburkan tujuan baku dari penelitian. Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah kuantitatif, yaitu suatu metode yang menggambarkan fakta yang kemudian dianalisa untuk mendapatkan sebuah kesimpulan dari data yang diolah. Kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Defenisi lain menyebutkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian pula pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar, tabel, grafik, atau tampilan lainnya³⁶.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Bukopin Cabang Medan jalan S.Parman No 77, Medan.

2. Waktu penelitian

Penelitian dilakukan bulan Desember 2016 sampai Februari 2017

³⁶ Azhari Akmal Tarigan, etal. 2013. Pedoman penulisan proposal dan skripsi ekonomi islam. Medan Wal Asri Publishing.

Tabel III. 1.
Pelaksanaan Waktu Penelitian

No	Proses Penelitian	Bulan																			
		Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		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					■	■	■	■												
3	Bimbingan Proposal									■	■	■	■								
4	Seminar Proposal													■	■	■	■				
5	Pengumpulan data																	■	■	■	■
6	Bimbingan Skripsi																	■	■	■	■
7	Sidang Skripsi																				■

C. Definisi Operasioanal

1. Pelayanan teller adalah kegiatan yang ditawarkan Bank Syariah Bukopin Cab. Medan kepada nasabah yang ingin bertransaksi diteller seperti tarik tunai, transfer, setoran tunai, dan lain-lain.

Tabel. III.2
Indikator variabel pelayanan teller

Variabel	Indikator	Item pernyataan
	a. Tangible (bukti fisik)	1. Tersedia ruang tunggu untuk nasabah yang nyaman 2. Tersedianya kartu antrian
	b. Responsive (daya tanggap)	3. Kesigapan petugas teller bank dalam melayani nasabah 4. Kecepatan petugas teller bank dalam menangani transaksi 5. Kesigapan petugas teller bank dalam penanganan keluhan nasabah

	c. Assurance (jaminan)	6. Keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki petugas teller bank dalam melayani nasabah 7. Keramahan, perhatian petugas teller dalam melayani nasabah
	d. Reliabilitas (kehandalan)	8. Kemampuan petugas teller dalam melayani secara cepat dan tepat 9. Jika terjadi kesalahan, petugas teller bertanggung jawab kepada nasabah
	e. Empati	10. Perhatian khusus petugas teller bank kepada nasabah untuk mempercepat pelayanan jika keadaan terlihat tidak baik

2. Kepuasan nasabah, untuk mengetahui tingkat kepuasan seorang nasabah, nasabah tersebut harus telah mendapatkan pelayanan teller bank terdahulu, sehingga nasabah tersebut bisa mengukur kinerja pelayanan teller bank syariah bukopin cab. Medan yang dirasakannya sesuai dengan harapannya atau tidak.

Tabel. III.3

Indikator variabel kepuasan nasabah

Varibel	Indikator	Item pernyataan
Kepuasan nasabah (Y)	a. Relationship marketing (hubungan pemasaran pengembangan strategi)	1. Petugas teller bicara dengan cara yang menyenangkan 2. Petugas teller bank menanyakan kabar anda sebelum bertransaksi
	b. Strategi pelayanan prima	3. Petugas teller sangat ramah, sopan dan selalu membantu nasabah 4. Semua transaksi dilaksanakan dengan cepat dan cermat

	c. Strategi penanganan keluhan yang efisien dan efektif	5. Saran nasabah didengarkan dengan baik oleh petugas teller bank 6. Terdapat kotak saran bagi nasabah yang ingin menyalurkan sarannya kepada bank.
--	---	--

D. Sumber Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder³⁷.

1. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya
2. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain seperti dokumentasi, jurnal, buku referensi, website dan lain-lain).

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh nasabah Bank Syariah Bukopin cabang Medan, yaitu sebanyak 200 nasabah³⁸.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.

Peneliti mengambil sampel sebesar 15% misalnya jumlah jumlah nasabah Bank Syariah Bukopin 200 orang dikali 15%, maka jumlah sampelnya sebanyak 30 orang responden. Dalam menentukan sampel, digunakan metode pengambilan sampel dengan *Simple Random Sampling* yaitu salah satu metode sampel probabilitas dilakukan dengan cara acak sederhana,

³⁷ Anwar Sanusi, Metodologi Penelitian Bisnis (Jakarta: Salemba Empat, 2012)

³⁸ Prof. Dr. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif dan R%D (Bandung: Alfabeta 2013)

sehingga setiap populasi memiliki kemungkinan yang sama untuk dipilih sebagai sampel³⁹.

F. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pertanyaan yang akan digunakan bisa melalui surat. Pertanyaan yang diajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu suatu metode yang digunakan untuk mencari data berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, agenda dan sebagainya⁴⁰.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis Regresi Linear Sederhana.

1. Uji validasi

Validitas memiliki nama lain seperti sah, tepat, benar. Menguji validitas berarti menguji sejauh mana ketetapan atau kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel penelitian⁴¹. Uji validitas item atau butir akan digunakan Uji Korelasi Pearson Product Moment. Dalam uji ini, setiap item akan diuji relasinya dengan skor total variabel tersebut.

Namun ada cara lain yang dapat digunakan untuk uji validitas menurut Saifuddin berdasarkan Rumus Koefisien *Product Moment Pearson*, yaitu :

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

³⁹ Anwar Sanusi.2012. Metodologi Penelitian Bisnis Jakarta: Salemba Empat.

⁴⁰ Ibid, h. 114.

⁴¹ Ibid,hal 76.

Keterangan

- r_{xy} : koefisien korelasi *Product Moment*
 X : nilai dari item (pertanyaan)
 Y : nilai dari total item
 N : banyaknya responden atau sample penelitian

Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Untuk menentukan valid atau tidaknya suatu data maka akan dibandingkan nilai r hitung (*Corrected Item Total Correlation*) dengan nilai r tabel. Kriteria penilaian uji validitas, adalah :

- Apabila r hitung $>$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- Apabila r hitung $<$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas memiliki berbagai nama lain seperti keterpercayaan kehandalan, kestabilan. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrumen penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrumen yang handal dan cepat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat keterpercayaan yang tinggi.

Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan rumus Koefisien *Cronbach Alpha*, yaitu :

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - r)r}$$

Dimana

α : koefisien *Cronbach Alpha*

k : jumlah item valid

r : rerata korelasi anatar item

1 : konstanta

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, devenden variabel dan indevenden variabel keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi dan data normal atau mendekati normal.

Mendeteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik *normal P-P Plot*. Adapun pengambilan keputusan didasarkan kepada :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, atau garfik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

4. Model Regresi Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif. Dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel in dependen mengalami kenaikan atau penurunan.

Rumus regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

a = intersep

b = koefisien regresi/slop

Dalam analisis regresi terdapat 2 jenis criteria ketetapan sebagai berikut:

5. Uji Hipotesis

a. Uji signifikan parsial (t)

Uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara parsial dalam menerangkan variasi variabel terikat. Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sebaliknya, apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_a ditolak dan H_o diterima. Kriteria pengambilan keputusan dapat disimpulkan sebagai berikut :

H_a diterima dan H_o ditolak jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}

H_a ditolak dan H_o diterima jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel}

b. Uji koefisien determinasi (R^2)

Uji ini mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dikatakan baik jika diatas 0.5. Jika (R^2) semakin besar atau mendekati satu maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas yang (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y) hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika koefisien determinasi (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini berarti modal yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel (Y).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 12 item pernyataan untuk variabel pelayanan teller (x), dan 9 pernyataan untuk kepuasan nasabah (y). Angket yang disebarkan ini diberikan kepada 30 orang nasabah PT. Bank Syariah Bukopin cabang Medan sebagai sampel penelitian. Sistem penelitian dengan menggunakan skala likert yang terdiri dari 5 opsi pernyataan dan bobot penilaian sebagai berikut:

Tabel IV-1
Skala Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidk Setuju	1

Berdasarkan ketentuan penelitian skala likert pada tabel diatas dapat dipahami bahwa ketentuan diatas berlaku baik di dalam menghitung variabel Pelayanan Teller (X) dan Kepuasan Nasabah (Y), dengan demikian untuk setiap responden yang menjawab angket penelitian, maka skor tertinggi diberikan bobot nilai 5 dan skor terendah diberikan bobot nilai 1.

2. Karakteristik Responden

Untuk mengetahui identitas responden, maka dapat di dilihat dari karakteristik responden berikut:

a. Jenis kelamin

Untuk mengetahui tingkat persentase berdasarkan jenis kelamin dari 30 responden, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV-2
Persentase Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	13	43.3	43.3	43.3
perempuan	17	56.7	56.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

sumber : Data diolah dari SPSS 22,0

Berdasarkan data tabel responden jenis kelamin menunjukkan dari 30 sampel penelitian, yang lebih mendominasi adalah jenis kelamin perempuan sebanyak 17 orang atau sebesar 56,7%,sedangkan yang terkecil adalah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 13 orang atau 43,3%%. Dengan kata lain responden yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak jika dibandingkan dari responden laki-laki yang terdapat pada PT. Bank Syariah Bukopin Syariah Cabang Medan.

b. Usia

Untuk mengetahui tingkat persentase berdasarkan usia dari 30 responden , maka dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel VI-3
Persentase Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 15-30	18	60.0	60.0	60.0
31-40	4	13.3	13.3	73.3
41-50	6	20.0	20.0	93.3
51 tahun keatas	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Sumber: Data dioalah dari SPSS 22,0

Dari tabel diatas, diketahui bahwa mayoritas usia responden yaitu pada 15-30 tahun yaitu sebanyak 18 orang atau 60%, usia antara 41-50 tahun yaitu sebanyak 6 orang atau 20%, usia 31-40 tahun yaitu sebanyak 4 orang 13,3%, dan usia 51 tahun keatas sebanyak 2 orang atau 6,7%.

c. Pekerjaan

Untuk mengetahui tingkat persentase berdasarkan pekerjaan dari 30 responden, dapa dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV-4
Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PEDAGANG	6	20.0	20.0	20.0
PEGAWAI NEGRI	3	10.0	10.0	30.0
PEGAWAI SWASTA	5	16.7	16.7	46.7
PELAJAR/MAHASISWA	10	33.3	33.3	80.0
IBU RUMAH TANGGA	3	10.0	10.0	90.0
TNI/POLRI	2	6.7	6.7	96.7
LAINNYA	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Sumber: Data Dioalah dari SPSS 22,0

Berdasarkan dari tabel di atas yang dijadikan sampel dalam penelitian ini diketahui responden yang bekerja sebagai pedagang sebanyak 6 orang atau 20%, responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 3 orang atau 10%, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 5 orang atau 16,7%, responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 10 orang atau 33,3%, responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 3 orang atau 10%, responden yang bekerja sebagai TNI/Polri sebanyak 2 orang atau 6,7%, dan responden yang lainnya sebanyak 1 orang atau 3,3%.

3. Hasil Analisis Variabel Penelitian

Berikut ini penulis akan menyajikan tabel Frekuensi hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebar. Diantaranya dapat dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Deskripsi hasil analisis persentase jawaban responden pada Variabel Pelayanan Teller (X)

Tabel IV-5
Skor Angket Pelayanan Teller

No	Alternatif jawaban									
	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	4	13.33	13	43.33	13	43.33	0	0	0	0
2	2	6.66	6	20	20	66.66	1	3.33	1	3.33
3	4	13.33	10	33.33	16	53.33	0	0	0	0
4	6	20	11	36.66	11	36.66	2	6.66	0	0
5	6	20	8	26.66	14	46.66	1	3.33	0	0
6	6	20	11	36.66	13	43.33	0	0	0	0
7	0	0	16	53.33	14	46.66	0	0	0	0
8	3	10	15	50	12	40	0	0	0	0
9	6	20	6	20	18	60	0	0	0	0
10	6	20	14	46.66	10	33.33	0	0	0	0

11	5	16.66	13	43.33	11	36.66	1	3.33	0	0
12	1	3.33	15	50	14	46.66	0	0	0	0

Sumber: Data Penelitian (Diolah), 2017

- a. Untuk item pernyataan 1, yaitu ketersediaan browsur yang menarik dan memuat informasi yang lengkap, sebanyak 4 orang (13.33%) menjawab sangat setuju, 13 orang (43.33%) menjawab setuju, sebanyak 13 orang (43.33%) menjawab kurang setuju.
- b. Untuk item pernyataan 2, yaitu penampilan teller, staff, karyawan, bank yang bersih, rapi, tidak berlebihan dan menggunakan pakaian kerja (seragam yang sesuai), sebanyak 2 orang (6.66%) menjawab sangat setuju, sebanyak 6 orang (20%) menjawab setuju, sebanyak 20 orang (66.66%) menjawab kurang setuju, sebanyak 1 orang (3.33%) menjawab tidak setuju, dan 1 orang (3.33%) menjawab sangat tidak setuju.
- c. Untuk item pernyataan 3, yaitu karyawan memiliki kemampuan untuk menciptakan hubungan yang baik dengan nasabah, sebanyak 4 orang (13.33%) menjawab sangat setuju, sebanyak 10 orang (33.33%) menjawab setuju, dan sebanyak 16 orang (53.33%) menjawab kurang setuju.
- d. Untuk item pernyataan 4, yaitu karyawan menciptakan suasana nyaman & menyenangkan dengan memberi senyum dan salam, sebanyak 6 orang (20%) menjawab sangat setuju, sebanyak 11 orang (36.33%) menjawab setuju, dan sebanyak 11 orang (36.33%).
- e. Untuk item pernyataan 5, yaitu keterampilan & pengetahuan yang dimiliki petugas teller dalam melayani nasabah, sebanyak 6 orang (20%) menjawab sangat setuju, sebanyak 8 orang (26.66%) menjawab setuju, sebanyak 14 orang (46.66%) menjawab kurang setuju, dan 2 orang (3.33%) menjawab tidak setuju.
- f. Untuk item pernyataan 6, yaitu teller melayani nasabah dengan urutan kedatangan dengan tidak membedakan, sebanyak 6 orang (20%) menjawab sangat setuju, sebanyak 11 orang (36.33%) menjawab setuju, sebanyak 13 orang (43.33%) menjawab kurang setuju.

- g. Untuk item pernyataan 7, yaitu keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani nasabah, sebanyak 16 orang (53.33%) menjawab setuju, sebanyak 14 orang (46.66%) menjawab kurang setuju.
- h. Untuk item pernyataan 8, yaitu karyawan cepat dan tanggap terhadap permintaan konsumen, sebanyak 3 orang (10%) menjawab sangat setuju, sebanyak 15 orang (50%) menjawab setuju, dan sebanyak 12 orang (40%) menjawab kurang setuju.
- i. Untuk item pernyataan 9, yaitu karyawan menunjukkan rasa percaya diri dan bersikap siap melayani/membantu nasabah, sebanyak 6 orang (20%) menjawab sangat setuju, sebanyak 6 orang (20%) menjawab setuju, dan 18 orang (60%) menjawab kurang setuju.
- j. Untuk item pernyataan 10, yaitu teller memberikan pelayanan kepada nasabah hingga tuntas, sebanyak 6 orang (20%) menjawab sangat setuju, sebanyak 14 orang (33.33%) menjawab setuju, dan sebanyak 10 orang (26.66%) menjawab kurang setuju.
- k. Untuk item pernyataan 11, yaitu jika terjadi kesalahan dalam bertransaksi, petugas teller bertanggung jawab kepada nasabah dan memperbaikinya, sebanyak 15 orang (37.5%) menjawab sangat setuju, sebanyak 13 orang (32.5%) menjawab setuju, sebanyak 11 orang (27.5%) menjawab kurang setuju, dan sebanyak 1 orang (2.5%) menjawab tidak setuju.
- l. Untuk item pernyataan 12, yaitu kemampuan petugas teller dalam melayani nasabah secara cepat dan tepat saat bertransaksi, sebanyak 1 orang (2.5%) menjawab sangat setuju, sebanyak 15 orang (37.5%) menjawab setuju, dan sebanyak 14 orang (35%) menjawab kurang setuju.

- 2) Deskripsi hasil analisis persentase jawaban responden pada variabel kepuasan nasabah (Y)

Tabel IV-6
Skor Angket Kepuasan Nasabah

No	Alternatif jawaban									
	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	3	10	18	60	8	26.66	1	3.33	0	0
2	4	13.33	6	20	18	60	1	3.33	1	3.33
3	3	10	11	36.66	16	53.33	0	0	0	0
4	6	20	11	36.66	13	43.33	0	0	0	0
5	9	30	11	36.66	10	33.33	0	0	0	0
6	9	30	12	40	9	30	0	0	0	0
7	7	23.33	6	20	17	56.66	0	0	0	0
8	3	10	20	66.66	6	20	1	33.33	0	0
9	5	16.66	11	36.66	14	46.66	0	0	0	0

Sumber: data penelitian (diolah), 2017

- a. Untuk item pernyataan 1, yaitu pegawai bank baik dalam melayani nasabah, sebanyak orang 3 orang (10%) menjawab sangat setuju, 18 orang (60%) menjawab setuju, 8 orang (26.66%) menjawab kurang setuju, 1 orang (3.33%) menjawab tidak setuju.
- b. Untuk item pernyataan 2, yaitu pegawai bank terampil dalam melayani nasabah, sebanyak 4 orang (13.33%) menjawab sangat setuju, dan sebanyak 6 orang (20%) menjawab setuju, 18 orang (60%) menjawab kurang setuju, 1 orang (3.33%) menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- c. Untuk item pernyataan 3, yaitu fasilitas yang diberikan bank seperti ac, kursi, mushola, dan toilet bersih dan bagus sehingga nasabah merasa nyaman saat berada didalam bank saat melakukan transaksi, sebanyak 3 orang (10%) menjawab sangat setuju, sebanyak 11 orang

(36.33%) menjawab setuju, 16 orang (53.33%) menjawab kurang setuju.

- d. Untuk item pernyataan 4, yaitu petugas teller bicara dengan sopan dan lembut kepada nasabah, sebanyak 6 orang (20%) menjawab sangat setuju, sebanyak 11 orang (36.33%) menjawab setuju, dan 13 orang (43.33%) menjawab kurang setuju.
- e. Untuk item pernyataan 5, yaitu semua transaksi dilaksanakan dengan cepat dan cermat, sebanyak 9 orang (30%) menjawab sangat setuju, sebanyak 11 orang (36.33%) menjawab setuju, 10 orang (33.33%) menjawab kurang setuju.
- f. Untuk item pernyataan 6, yaitu petugas teller sangat ramah, sopan dan selalu membantu nasabah, sebanyak 9 orang (30%) menjawab sangat setuju, sebanyak 12 orang (40%) menjawab setuju, 9 orang (30%) menjawab kurang setuju.
- g. Untuk item pernyataan 7, yaitu saran dan keluhan nasabah didengarkan dengan baik oleh petugas teller bank, sebanyak 7 orang (23.33%) menjawab sangat setuju, sebanyak 6 orang (20%) menjawab setuju, 17 orang (56.66%) menjawab kurang setuju.
- h. Untuk item pernyataan 8, yaitu kebersihan didalam bank sangat diperhatikan sehingga nasabah merasa nyaman saat beradadi dalam bank, sebanyak 3 orang (10%) menjawab sangat setuju, sebanyak 20 orang (66.66%) menjawab setuju., 6 orang (20%) menjawab kurang setuju, 1 orang (3.33%) menjawab tidak setuju.
- i. Untuk pernyataan item 9, yaitu ketersediaan tempat parkir yang aman rapi sehingga nasabah merasa nyaman, sebanyak 5 orang (16.66%) menjawab sangat setuju, sebanyak 11 orang (36.33%) menjawab setuju, 14 orang (46.66%) menjawab kurang setuju.

B. Analisis Data

a. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Untuk mengetahui validitas, maka pengujian validitas item menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan SPSS 22,0.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevaliditasan atau kepatuhan sesuai instrument penelitian, sebab suatu instrument penelitian yang valid mempengaruhi validitas tinggi, sebaliknya suatu instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dengan jumlah responden sebanyak 30 orang, nilai r_{hitung} dibandingkan r_{tabel} dengan derajat bebas (degree of freedom) yaitu $df = n-2$, maka $df = 30-2 = 28$, dan diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Maka dalam penelitian ini, item pernyataan yang valid untuk setiap variabel dapat dilihat sebagai berikut.

Berdasarkan data yang terkumpul, maka terdapat 12 butir pernyataan untuk variabel pelayanan teller dan 9 pernyataan kepuasan nasabah.

Tabel IV-7
Item-Total Statistics variabel X

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item 1	86.2000	137.476	.703	.753
item 2	86.6667	142.437	.362	.766
item 3	86.3000	137.183	.698	.753
item 4	86.2000	132.648	.798	.743
item 5	86.3000	132.424	.793	.743
item 6	86.1333	134.947	.778	.748
item 7	86.3667	143.757	.454	.766
item 8	86.2333	140.185	.626	.759
item 9	86.3000	132.217	.890	.741
item 10	86.1667	134.144	.813	.746
item 11	86.1667	138.764	.549	.758
item 12	86.3333	142.437	.500	.764
Total	43.4333	39.357	.975	.907

Sumber : Data diolah dari SPSS 22,0

Untuk output item total statistic nilai uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05 diperoleh r_{tabel} sebesar 0,361. Dengan mengikuti persyaratan bahwa sebuah pernyataan dinyatakan valid apabila $alpha$ dari tiap pernyataan di atas harus lebih besar dari 0,361. Berdasarkan tabel diatas, maka hasil analisis output diatas adalah sebagai berikut.

Tabel IV-8
Hasil Uji Validitas Variabel X

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Pernyataan 1	0.703	0.361	Valid
2	Pernyataan 2	0.362	0.361	Valid
3	Pernyataan 3	0.698	0.361	Valid
4	Pernyataan 4	0.798	0.361	Valid
5	Pernyataan 5	0.793	0.361	Valid
6	Pernyataan 6	0.778	0.361	Valid
7	Pernyataan 7	0.454	0.361	Valid
8	Pernyataan 8	0.626	0.361	Valid
9	Pernyataan 9	0.890	0.361	Valid
10	Pernyataan 10	0.813	0.361	Valid
11	Pernyataan 11	0.549	0.361	Valid
12	Pernyataan 12	0.500	0.361	Valid

Sumber : kuesioner (data diolah peneliti, 2017)

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk variabel pelayanan teller valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Table IV-9
Item-Total Statistics variabel y

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item 1	63.0000	93.034	.527	.757
item 2	63.4000	91.007	.506	.753
item 3	63.2000	91.269	.668	.750
item 4	63.0000	88.552	.772	.741
item 5	62.9000	88.438	.778	.740
item 6	62.8667	88.671	.780	.741
item 7	63.1000	86.162	.863	.731
item 8	62.9333	93.306	.533	.758
item 9	63.0667	88.892	.774	.742
Total	33.4333	24.668	.994	.889

Sumber : Data diolah dari SPSS 22,0

Untuk output item total statistic nilai uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05 dioeroleh r_{tabel} sebesar 0,361. Dengan mengikuti persyaratan bahwa sebuah pernyataan dinyatakan valid apabila $alpha$ dari tiap pernyataan di atas harus lebih besar dari 0,361. Berdasarkan tabel diatas, maka hasil analisis output diatas adalah sebagai berikut:

Tabel IV-10
Hasil Uji Validitas Variabel Y

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Pernyataan 1	0.527	0.361	Valid
2	Pernyataan 2	0.506	0.361	Valid
3	Pernyataan 3	0.668	0.361	Valid
4	Pernyataan 4	0.772	0.361	Valid
5	Pernyataan 5	0.778	0.361	Valid
6	Pernyataan 6	0.780	0.361	Valid
7	Pernyataan 7	0.863	0.361	Valid
8	Pernyataan 8	0.533	0.361	Valid
9	Pernyataan 9	0.774	0.361	Valid

Sumber : kuesioner (data diolah peneliti, 2017)

2) Uji Realibilitas

Selanjutnya item instrument yang valid diatas diuji reliabilitasnya untuk mengetahui apakah seluruh item pernyataan dan tiap variabel sudah menerangkan tentang variabel yang diteliti. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Kriteria penilaian dalam menguji reliabilitas instrument adalah apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$, maka penelitian tersebut dianggap reliabel . hasilnya seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut :

Tabel IV-11
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Nilai Reliabilitas	Status
Pelayanan teller (x)	0.772	Reliabel
Kepuasan nasabah (y)	0.770	Reliabel

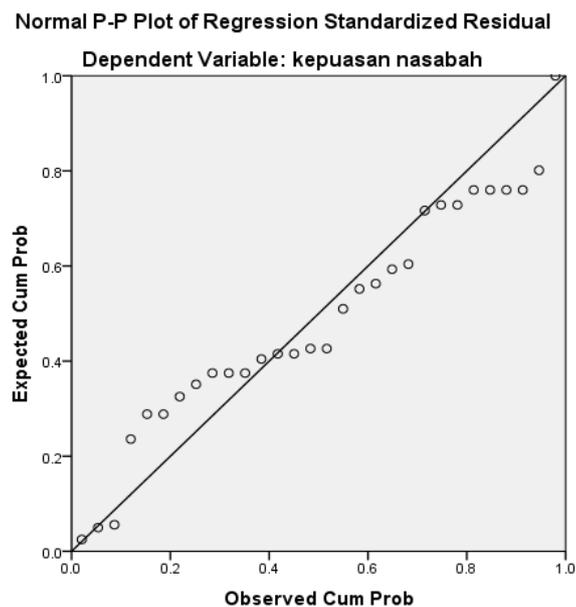
Sumber: Diolah dari SPSS 22,0

Nilai reabilitas instrument diatas menunjukkan tingkat reliabilitas instrument sudah memadai karena mendekati 1(>0,6), dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan maing-masing variabel sudah menjelaskan atau memberikan gambaran tentang variabel yang diteliti.

b. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah model regresi variabel dependen dengan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Data menyebar disekitar garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

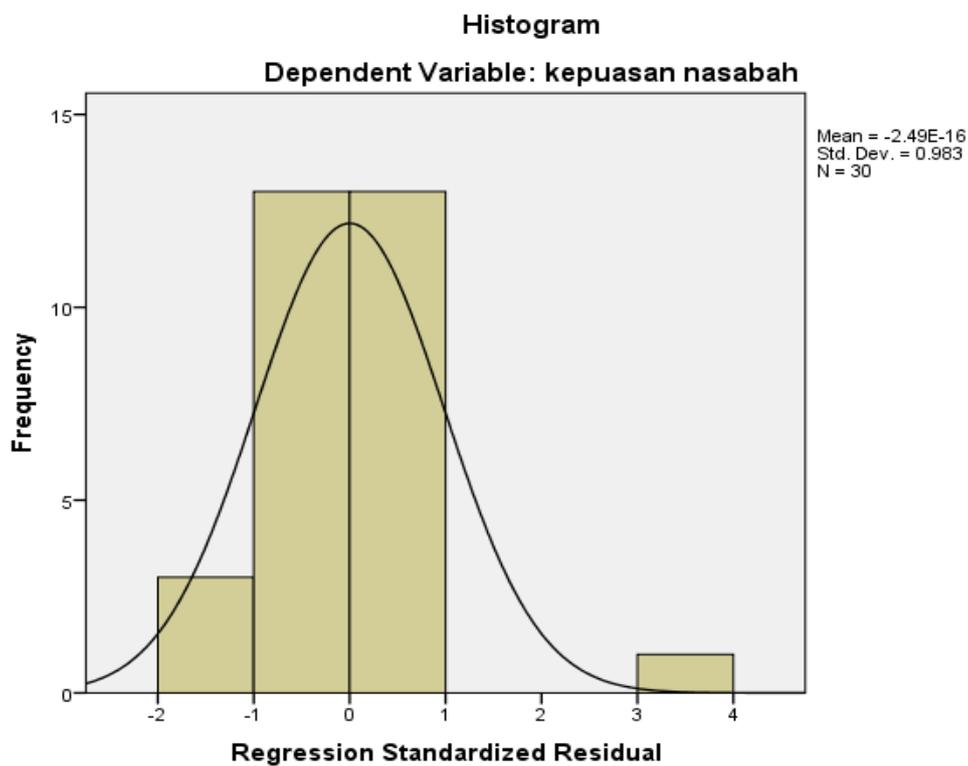
Gambar IV-1
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Diolah dari SPSS 22,0

Gambar diatas mengemukakan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi yang telah ditemukan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi penelitian cenderung normal.

Gambar IV-2
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Diolah dari SPSS 22,0

Berdasarkan pengujian distribusi normal, maka data diatas dapat dikatakan telah berdistribusi normal karena distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan.

Tabel IV-12
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		pelayanan teller	kepuasan nasabah
N		30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	46.4667	33.3333
	Std. Deviation	6.03286	5.06736
Most Extreme Differences	Absolute	.263	.293
	Positive	.263	.293
	Negative	-.182	-.156
Test Statistic		.263	.293
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Diolah SPSS 22.0

Dengan melihat tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi > 0.05. hal ini menunjukkan bahwa data adalah normal karena nilai *kolmogrow smirnov* adalah tidak signifikan (Asymp. Siq (2-Tailed)> α 0,05)

c. Uji Regresi Sederhana

Hasil pengolahan data dengan SPSS tentang pengaruh variabel pelayanan teller terhadap variabel kepuasan nasabah dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV-13
Hasil Uji Regresi Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.093	4.191		.261	.796
pelayanan teller	.694	.089	.826	7.756	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Diolah dari SPSS 22,0

Dari tabel diatas maka model persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 1.093 + 0.694x$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

B x = Pelayanan Teller

Berdasarkan persamaan diatas dianalisis pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependent. Maka pelayanan teller berpengaruh sebesar 0.694.

d. Uji Hipotesis

1. Uji parsial t hitung (Uji t)

Nilai perhitungan koefisien (r_{xy}) akan diuji tingkat signifikannya dengan uji t hipotesis parsialnya adalah sebagai berikut:

Jika t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial.

Jika t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial.

Tabel IV-14
Hasil Uji t Hitung

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.093	4.191		.261	.796
pelayanan teller	.694	.089	.826	7.756	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber: Diolah dari SPSS 22,0

Hasil pengujian data diatas terlihat bahwa nilai sig probability $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 7.756 > 2.048 t_{tabel}$, maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terkait, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya adalah pelayanan teller berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

2. Uji Determinasi

Mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase pengaruh pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah dalam, maka dapat diketahui uji determinasi yaitu sebagai berikut:

Tabel IV-15
Hasil Uji Determinasi (R)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.826 ^a	.682	.671	2.90651

a. Predictors: (Constant), pelayanan teller

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

sumber : diolah dari SPSS 22.0

Nilai R square diatas diketahui 0.682 atau 68,2% menunjukkan sekitar 68,2% variabel kepuasan nasabah(Y) dipengaruhi oleh pelayanan teller(X). Sementara sisanya sebesar 31,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Penelitian ini menguji pengaruh pelayanan teller terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan. Adapun pengujian dilakukan secara dua kali, dimana yang pertama untuk menguji variabel independen yaitu pelayanan teller secara parsial terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Pengaruh pelayanan teller terhadap tingkat kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh pelayanan teller terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan yang menyatakan bahwa nilai dari tabel uji t yang telah dilakukan pada variabel pelayanan teller, diperoleh nilai sig $0.000 < 0,05$ dengan $t_{hitung} = 7.756$ sedangkan $t_{tabel} = 2.048$, dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} , ini artinya terdapat hubungan yang sangat signifikan antara pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan teller berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Bukopin cabang Medan.

Menurut Moenir dalam bukunya Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia, mengatakan bahwa : ” Pelayanan adalah menolong untuk menyediakan segala sesuatu yang diperlukan oleh orang lain diantaranya adalah pembeli. Teller merupakan petugas Bank yang pekerjaan sehari-harinya berhubungan langsung dengan nasabah dan masyarakat umum.

Pelayanan Teller adalah seorang petugas bank yang pekerjaan sehari-harinya melayani kebutuhan nasabah ketika sedang bertransaksi. Artinya semakin bagus tingkat pelayanan teller maka semakin banyak nasabah yang menggunakan produk yang ada di Bank Bukopin Syariah Cabang Medan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Uji Regresi linier sederhana

Berdasarkan uji regresi linier sederhana diperoleh hasil:

Dari tabel diatas maka model persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 1.093 + 0.694$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

B x = Pelayanan Teller

Berdasarkan persamaan diatas dianalisis pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependent. Maka pelayanan teller berpengaruh sebesar 0.694.

2. Uji t hitung

Hasil pengujian data diatas terlihat bahwa nilai sig probability $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 7.756 > 2.048 t_{tabel}$, maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terkait, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulannya adalah pelayanan teller berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

3. Uji Determinasi (R)

Nilai R square diatas diketahui 0.682 atau 68,2% menunjukkan sekitar 68,2% variabel kepuasan nasabah(Y) dipengaruhi oleh pelayanan teller(X). Sementara sisanya sebesar 31,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diujikan maka selanjutnya penulis memberikan saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Adapun saran yang disampaikan adalah:

1. Kepada Bank Syariah Bukopin Cabang Medan agar selalu memberikan pelayanan yang baik dan ramah untuk dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi para nasabah sehingga pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.
2. Kepada seluruh karyawan Bank Syariah Bukopin cabang Medan hendaknya lebih meningkatkan pelayanan kepada nasabah agar nasabah merasa puas.
3. Kepada peneliti selanjutnya untuk menjadikan penelitian ini sebagai tinjauan terhadap penelitian yang sejenis dan sebagai referensi teori terkait pelayanan teller dan kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman Ali Syaikh, Tafsir Ibnu Katsir.2008. Jilid 2, penerjemah, M. Abdul Ghofar, pengedit Isi, M. Yunus Harun, Tim Pustaka Imam Asy-syafi'I, Jakarta: Pustaka Ima Asy-syafi'I.
- Ahmad Hatta, Tafsir Quran Per Kata: dilengkapi dengan Asbabun Nuzul dan Terjemahannya, Jakarta: Maghfirah Pustaka.
- Anwar Sanusi,2012. Metodologi Penelitian Bisnis .Jakarta: Salemba Empat.
- Al-Qardhawi, Yusuf. 2003.Daur al-Qiyam wa al-Akhlak fi al-Iqtishadi al-Islam, Maktabah Wahbah, Kairo.
- Azhari Akmal Tarigan, etal.2013. Pedoman penulisan proposal dan skripsi ekonomi islam, Medan: Wal Asri Publising.
- Band (dalam Nasution).2005, Total Quality Management, PT Gramedia Pustaka Utama:Jakarta.
- Fandy Tjiptono, 2004, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Fitzsimmons, James A. dan Mona J. Fitzsimmons. 2006. Service Manajemen International Edition NewYork. The McGraw-Hill.
- Gaspersz, Vincent, 2003. Manajemen Bisnis Total - Total Quality Management. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hasibuan, Drs. H. Malayu S.P. 2011. *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, 2006. Syariah Marketing, Bandung : Mizan

Husein Umar, 2005, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, (Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama)

Ismail. 2011. perbankan syariah , cet:1, Jakarta: kencana.

Ibid, h. 114.

Kasmir. 2005. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.

Kotler, P. & Keller, K.L.2008. Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jilid 2. Alih Bahasa Benyamin Molan. Penerbit PT Indeks: Jakarta.

Lovelock,Christopher.H dan Wright,Lauren.K.2005.Manajemen Pemasaran Jasa.Indeks.Hal 102

Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2005. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta.

M. Nur Rianto Al Arif. 2010. Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. Bandung. Alfabeta.

Moenir. 2005. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia, Bumi Aksara,Jakarta.

Parasuraman dkk.2005. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Journal of Retailing.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas. (Jakarta; Indeks).

Sutopo dan Adi Suryanto.2005. Pelayanan Prima, Modul Pendidikan dan pelatihan Prajabatan Golongan III, edisi revisi III. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara RI.

Tjiptono dan Chandra, 2012. Pemasaran Strategi. Yogyakarta, ANDI.

Tjiptono, Westbrool & Reilly, 2006. Pemasaran Jasa (Malang : Bayumedia).

Winardi 2005. Marketing dan perilaku konsumen Mundur maju. Bandung Kamus Ekonomi. Alumni Bandung.

Zeithaml, Valarie A and Bitner, 2005.Mary Jo. Service Marketing. McGraw Hill Inc, Int'l Edition, New York.

Zeithmal Valerie, A, M.J. Bitner.2013. Servie marketing.

<http://www.bukopinsyariah.co.id>

<http://wwwauditinternal.blogspot.co.id/2011/04/kas-dan-teller.html>

<http://www.jobdesc.net/job-desc/pengertian-dan-tugas-teller-bank.html>

Sumber Jurnal

Esra Sembiring,” Pengaruh kualitas pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah di kota medan”, (skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2011)

Nita Ambariki dengan judul “Analisis tinngkat kepuasan nasabah atas pelayanan teller Bank Muamalat KCP GajahMada Medan”, (skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2008)

Lovenia dengan judul “Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu BPD card bank Jateng Cabang Semarang”, (skripsi, Universitas Diponegoro, 2011).