

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN SDI (SUMBER DAYA  
INSANI) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BPRS  
AL WASHLIYAH MEDAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)  
Pada Program Studi Perbankan Syariah*

Disusun Oleh :

**TRI KARTIKA**

**1301270104**

**Program Studi Perbankan Syariah**



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

## KATA PENGANTAR



**Assalamu'alaikum Wr.Wb.,**

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, serta shalawat dan salam kepada nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Judul yang penulis ajukan adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan SDI Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPRS Al Washliyah Medan”**.

Penulis sangat bersyukur dengan karunia Allah SWT, karena skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun, sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, untuk itu penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yaitu ayahanda Sutarmadi dan Ibunda saya Ngatinem yang selalu memberikan dukungan berupa do'a, motivasi dan juga dukungan moril maupun materil kepada penulis.
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 Zailani, S.Pd.I , MA selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Munawir Pasaribu, S.Pd.I , MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Selamat Pohan, S.Ag, MA selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Dr. Hj. Maya Sari, SE. Ak, M. Si selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Dr. Hj. Siti Mujjiatun, SE, M.M selaku Dosen pembimbing skripsi.
9. Bapak H.R. Bambang Risbagio, SE selaku manager PT. BPRS Al Washliyah Medan.
10. Bapak Syainun Asputra selaku supervisor PT. BPRS Al Washliyah Medan.
11. Abang, kakak dan adik kandungku yang selalu memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Terimakasih sahabat terbaikku Evi dayanti dan dewi paramita kalian yang sudah menemani aku saat menulis skripsi ini, juga tak lupa kepada teman-teman yang diluar sana sudah memberi semangat dan keceriaan kepada penulis. Kalian adalah pengobat kebosananku.
13. Teman-teman di kelas Perbankan Syariah atas kebersamaan, keceriaan dan kekompakkan kalian selama ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan semua pihak yang telah membantu skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dalam hal ini penulis sangat mengharapkan saran, kritik serta masukan dari berbagai pihak guna kesempurnaan skripsi ini kedepannya.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb.**

Medan, 2017

Penulis,

**Tri Kartika**

## ABSTRAK

**TRI KARTIKA. NPM 1301270104. *Pengaruh Kualitas Pelayanan SDI Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPRS Al Washliyah Medan, 2017. Skripsi.***

Kepuasan nasabah adalah perasaan seseorang setelah membandingkan antara hasil yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan SDI terhadap kepuasan nasabah.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. BPRS Al Washliyah Medan. Pemilihan sampel menggunakan metode Simple Random Sampling. Dengan jumlah responden 25 nasabah pada PT. BPRS Al Washliyah Medan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan Analisis Regresi Sederhana, Uji Normalitas dan Uji Hipotesis yaitu Uji F dan Koefisien Determinasi.

Berdasarkan simultan hasil uji F menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $21.361 > 4.28$ ). Nilai Koefisien Regresi Sederhana bisa dilihat dalam bentuk persamaan berikut,  $Y = 16.491 + 0,580X$ .

Nilai R Square sebesar 0,482 menunjukkan bahwa 48,2% variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sisanya sebesar 51,8% dipengaruhi variabel lain.

***Kata kunci: Kualitas Pelayanan SDI, Kepuasan Nasabah***

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Rumusan Masalah .....	4
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
A. Uraian Teori .....	6
1. Kepuasan Nasabah .....	6
a. Pengertian Kepuasan Nasabah .....	6
b. Aspek-aspek Kepuasan Nasabah .....	7
c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah....	9
d. Tipe-tipe Kepuasan Nasabah .....	10
e. Peran Penting Kepuasan Nasabah .....	10
f. Konsep Kepuasan Nasabah Dalam Pandangan Syariah ....	11
g. Indikator Kepuasan Nasabah.....	12
2. Kualitas Pelayanan SDI Bank Syariah .....	14
a. Pengertian Kualitas Pelayanan SDI .....	14
b. Peran Penting Kualitas Pelayanan SDI.....	16
c. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan SDI .....	16
d. Unsur-unsur Kualitas Pelayanan SDI .....	18
e. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan SDI...	20
f. Konsep Kualitas Pelayanan SDI Dalam Pandangan Syariah....	20
e. Indikator Kualitas Pelayanan SDI .....	25

B. Penelitian Terdahulu .....	27
C. Kerangka Konseptual .....	30
D. Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	33
B. Tempat Dan Waktu Penelitian .....	33
C. Populasi Dan Sampel .....	34
D. Jenis dan Sumber Data .....	35
E. Defini Operasional .....	36
F. Teknik Pengumpulan Data.....	37
a. Uji Validitas .....	38
b. Uji Reliabilitas .....	40
G. Teknik Analisis Data .....	42
1. Uji Normalitas .....	42
2. Analisis Regresi Sederhana .....	42
3. Uji F .....	42
4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
A. Hasil Penelitian .....	44
1. Deskripsi Data .....	44
2. Karakteristik Responden .....	45
a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
b. Responden Berdasarkan Usia .....	45
c. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	46
d. Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan .....	47
3. Deskripsi Data Variabel Penelitian .....	48
B. Hasil Analisis Data .....	54
1. Uji Normalitas .....	54
2. Regresi Linear Sederhana .....	55
3. Uji F .....	56
4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	57

C. Pembahasan .....	58
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>61</b>
A. Kesimpulan .....	61
B. Saran .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel II-1	Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel III-1	Pelaksanaan Waktu Penelitian .....	34
Tabel III-2	Matriks Pengembangan Instrumen .....	36
Tabel III-3	Skala Likert .....	37
Tabel III-4	Validitas Variabel Kepuasan Nasabah .....	39
Tabel III-5	Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	39
Tabel III-6	Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah .....	41
Tabel III-7	Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	41
Tabel IV-1	Skala Likert .....	44
Tabel IV-2	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel IV-3	Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	45
Tabel IV-4	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan .....	46
Tabel IV-5	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
Tabel IV-6	Distribusi Data Variabel Kepuasan Nasabah .....	48
Tabel IV-7	Distribusi Data Variabel Kualitas Pelayanan .....	51
Tabel IV-8	Uji Regresi Linear Sederhana .....	55
Tabel IV-9	Uji F .....	56
Tabel IV-10	Koefisien Determinasi .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Pengaruh Kualitas Pelayanan SDI terhadap Kepuasan Nasabah .....	31
Gambar IV-1 Hasil Uji Normalitas .....	54

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Gambaran Umum Perusahaan
- Lampiran 2 : Angket Penelitian
- Lampiran3 : Hasil Angket Variabel Kepuasan Nasabah
- Lampiran 4 : Hasil Angket Variabel Kualitas Pelayanan
- Lampiran 5 : Hasil Output SPSS Validitas dan Reliabilitas Kualitas Pelayanan
- Lampiran 6 : Hasil Output Validitas Kepuasan Nasabah
- Lampiran 7 : Hasil Output Distribusi Data Variabel Kualitas Pelayanan
- Lampiran 8 : Hasil Output Distribusi Data Variabel Kepuasan Nasabah
- Lampiran 9 : Hasil Output SPSS Regresi Linear Sederhana

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada prinsipnya setiap perusahaan tatkala menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap nasabah. Kualitas pelayanan yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan nasabah/ pelanggan. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi nasabah, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Demikianlah sebagaimana yang disampaikan oleh banyak pakar ekonomi yang memberikan definisi mengenai kepuasan nasabah. Pada dasarnya kepuasan nasabah mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan<sup>1</sup>. Dan hakikatnya kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan nasabah.

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan maka nasabah merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka niscaya nasabah merasa puas. Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka nasabah akan merasa sangat puas.

Adapun SDI (Sumber Daya Insani) sebagai penataan dan pengelolaan tenaga kerja sebagai sumber daya organisasi secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya insani merupakan kegiatan yang harus dilaksanakan organisasi, agar pengetahuan (*knowledge*), kemampuan (*ability*), dan keterampilan (*skill*) mereka sesuai dengan tuntutan pekerjaan yang mereka

---

<sup>1</sup> Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2000), hal.23

lakukan<sup>2</sup>. Sebagai seseorang yang siap, mau dan mampu memberi sumbangan terhadap usaha pencapaian tujuan organisasi. Kata insan dan manusia sebenarnya memiliki arti yang sama. Jika dalam tulisan ini digunakan kata Sumber Daya Insani dan bukan Sumber Daya Manusia, hal ini untuk mengingatkan bahwa dalam islam dikenal adanya konsep Insan Kamil. Insan kamil adalah mukmin yang dalam dirinya terdapat kekuatan wawasan, perbuatan, dan kebijaksanaan. Sifat-sifat ini tergambar dengan jelas pada pribadi Nabi SAW.<sup>3</sup> Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh nasabah yaitu<sup>4</sup>: *Responsivness*, *Reliability*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangibles*.

*Responsivness* (daya tanggap / kesigapan) adalah suatu respon / kesigapan karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. *Reliability* (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan nasabah/ pelanggan terhadap perusahaan. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para nasabah. *Tangibles* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada nasabah/ pelanggan, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

---

<sup>2</sup> Gouzali, *manajemen pengembangan sumber daya manusia*, cet.2 (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), h. 5

<sup>3</sup> Teuku agusti ramadhan, <https://plus.google.com/Diposkan> (18th November 2015)

<sup>4</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2003), hal.44.

PT. BPRS Al Washliyah merupakan salah satu Bank yang menjalankan operasinya berdasarkan Syariah Islam, dengan menjauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung riba. Selaku perusahaan yang bergerak di bidang perbankan syariah, bank ini melakukan agar nasabah tidak berpindah ke bank lainnya dengan alasan masih adanya kekurangan dalam memberikan pelayanan. Adapun produk dalam menghimpun dana yang ditawarkan kepada nasabah yaitu, tabungan wadi'ah, tabungan mudharabah, deposito mudharabah. Dengan penyaluran pembiayaan yang meliputi, pembiayaan mudharabah, pembiayaan murabahah, transaksi multi jasa. Berdasarkan pengamatan yang penulis lakukan terhadap kualitas pelayanan pada BPRS Al Washliyah terdapat indikasi masalah ketika memberikan pelayanan kepada nasabah, diantaranya masih adanya karyawan yang kurang ramah terhadap nasabah dan pelayanan yang lambat ketika melayani nasabah sehingga sering terjadi keluhan dari para nasabah.

Kualitas Pelayanan SDI dan Kepuasan Nasabah dibutuhkan dalam suatu organisasi perusahaan untuk dapat meningkatkan harapan nasabah dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan SDI Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPRS Al Washliyah Medan”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas pelayanan yang kurang diperhatikan perlu didukung oleh sistem pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama sehingga dapat menimbulkan hal-hal yang merugikan bagi perusahaan karena sifatnya yang sangat sensitif.
2. Kepuasan nasabah yang belum merasakan tingkat kepuasan pada pelayanan sehingga nasabah merasakan di bawah harapan maka dapat menimbulkan nasabah tidak loyal pada perusahaan.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah penelitiannya ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan SDI berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al Washliyah?

## **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat baik atau buruknya suatu produk yang dihasilkan apakah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan ataupun kesesuaiannya terhadap kepuasan nasabah atau tidak dengan pelayanan yang diberikan pada PT. BPRS Al Washliyah.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan SDI Bank Syariah terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Al Washliyah.

## **E. Manfaat Penelitian**

### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan penulis dalam bidang perbankan syariah, khususnya yang menyangkut kualitas pelayanan SDI Bank Syariah dan kepuasan nasabah.

### 2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan guna menambah pengetahuan dan informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan SDI Bank Syariah terhadap kepuasan nasabah BPRS Al Washliyah, sehingga hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam mengambil kebijakan perusahaan.

### 3. Bagi Universitas

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan referensi dan perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti masalah yang sama dimasa yang akan datang, khususnya bagaimana aplikasi dari Kualitas Pelayanan SDI terhadap Kepuasan Nasabah.

2. Sebagai penambah, pelengkap, sekaligus pembanding hasil-hasil penelitian menyangkut topik yang sama.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Uraian Teori**

##### **1. Kepuasan Nasabah**

###### **a. Pengertian Kepuasan Nasabah**

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang disarankan. Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan para nasabah sangatlah perlu, walaupun hal tersebut tidak semudah mengukur berat badan atau tinggi badan nasabah yang bersangkutan.<sup>1</sup>

Menurut Kotler kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi, kepuasan nasabah adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectation*). Nasabah bisa mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja dibawah harapan, nasabah tidak akan puas, kalau kinerja sesuai dengan harapan, nasabah akan puas. Apabila kinerja melampaui harapan, nasabah akan sangat puas, senang atau bahagia.<sup>2</sup>

Menurut Richard F. Gerson kepuasan nasabah adalah dapat dilakukan dengan pengukuran suatu persepsi nasabah terhadap jasa yang ditawarkan dengan menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan nasabah. Untuk menutup segala kesenjangan yang ada dilakukan dengan cara memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan nasabah sesuai harapan atau tidak.<sup>3</sup>

Menurut Kotler dan Armstrong kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) adalah tingkatan dimana anggapan kinerja produk akan sesuai dengan harapan seorang pembeli. Apabila kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan

---

<sup>1</sup> Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, cet.2 (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 192

<sup>2</sup> Philip Kotler, *et.al.*, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, (Yogyakarta: ANDI, 2006), h.50

<sup>3</sup> Richard F. Gerson, *Manajemen Perbankan Syariah* (Jakarta: Kasmir, 2012), h.266

nasabah, pembeli tidak puas. Sebaliknya apabila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, pembeli merasa puas atau merasa amat gembira.<sup>4</sup>

Berdasarkan beberapa kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah merupakan perasaan seseorang setelah membandingkan antara hasil yang dirasakan dengan harapannya. Harapan nasabah dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya.

Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, nasabah akan tidak puas. Nasabah yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap jasa yang ditawarkan dan memberikan komentar baik tentang perusahaan. Maka kepuasan dan ketidakpuasan dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan bagi perusahaan.

#### **b. Aspek-aspek Kepuasan Nasabah**

Menurut Tjiptono ada beberapa metode untuk mengevaluasi kepuasan, meliputi:<sup>5</sup>

- 1) Kinerja (*Performance*), karakteristik pokok dari suatu produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan nasabah dalam membeli suatu produk.
- 2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*), dari fungsi dasar berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya, yaitu karakteristik skunder atau pelengkap.
- 3) Keandalan (*Realibility*), kecilnya kemungkinan suatu barang atau jasa rusak atau gagal fungsi dalam periode waktu tertentu dan kondisi tertentu.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Confomance to specification*), sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan nasabah.

---

<sup>4</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 2007), h. 10

<sup>5</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012) hal. 24

- 5) Daya tahan (*Durability*), berkaitan dengan umur teknis dan umur produk.
- 6) Mudah diperbaiki (*Serviceability*), meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- 7) Estetika (*Aesthetics*), daya tarik produk menurut penginderaan nasabah, misalnya model desain dan warna.

Menurut Kotler mengemukakan pendapat tentang aspek-aspek kepuasan nasabah meliputi:<sup>6</sup>

- a) *Expectation* (harapan)  
Hal yang mempengaruhi kepuasan nasabah diawali pada tahap sebelum pembelian.
- b) *Performance* (kinerja)  
Selama kegiatan konsumsi, nasabah merasakan kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dari kepentingan nasabah.
- c) *Comparisme* (kesesuaian)  
Setelah mengkonsumsi, baik harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja actual dibandingkan oleh nasabah.
- d) *Confirmation* atau *Disconfirmation* (penegasan)  
Penegasan dari harapan nasabah, apakah harapan pra-pembelian dengan persepsi pembelian sama atau tidak.

---

<sup>6</sup> Philip Kotler, *et.al.*, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, (Yogyakarta: ANDI, 2012), h. 82

### **c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Dalam mengevaluasi kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa perusahaan tertentu, terdapat beberapa faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam meningkatkan kepuasan nasabah yaitu:<sup>7</sup>

- 1) Memperhatikan kualitas pelayanan dari staf bank yang melayani nasabah dengan keramahan, sopan santun serta pelayanan cepat dan efisien. Staf bank di sini mulai dari staf paling bawah sampai dengan pimpinan tertinggi di bank tersebut.
- 2) Faktor pendekatan dan kedekatan untuk berinteraksi dengan staf bank tersebut. Nasabah diperlakukan seperti teman lama, sehingga timbul keakraban dan kenyamanan selama berhubungan dengan bank.
- 3) Harga yang ditawarkan. Pengertian harga di sini untuk bank, yaitu baik bunga simpanan, maupun bunga pinjaman atau bagi hasil dan biaya administrasi yang ditawarkan kompetitif dengan bank lain.
- 4) Kenyamanan dan keamanan lokasi bank, sebagai tempat bertransaksi, dalam hal ini nasabah selalu merasakan adanya kenyamanan baik di luar bank maupun di dalam bank. Nasabah juga tidak merasa was-was bila berhubungan dengan bank.
- 5) Kemudahan memperoleh produk bank. Artinya jenis produk yang ditawarkan lengkap dan tidak memerlukan prosedur yang berbelit-belit atau persyaratan yang memberatkan seperti misalnya dalam hal permohonan kredit.
- 6) Penanganan komplain atau keluhan. Artinya setiap ada keluhan atau komplain yang dilakukan nasabah harus ditanggapi dan ditangani secara cepat dan tepat.
- 7) Kelengkapan dan kegunaan produk termasuk kelengkapan fasilitas dan produk yang ditawarkan, misalnya tersedianya fasilitas ATM di berbagai lokasi-lokasi strategis.
- 8) Perhatian terhadap nasabah di masa mendatang terutama terhadap pelayanan purna jualnya.

---

<sup>7</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Jakarta: 2012)

#### **d. Tipe-tipe Kepuasan Nasabah**

Menurut Tjiptono membedakan tiga tipe kepuasan dan dua tipe ketidakpuasan, yakni:<sup>8</sup>

- 1) *Demanding customer satisfaction*, tipe ini merupakan tipe kepuasan yang aktif. Adanya emosi positif dari nasabah, yakni optimisme dan kepercayaan.
- 2) *Stable customer satisfaction*, nasabah dengan tipe ini memiliki tingkat aspirasi pasif dan perilaku yang menuntut. Emosi positifnya terhadap penyedia jasa bercirikan *steadiness* dan trust dalam relasi yang terbina saat ini. Nasabah menginginkan segala sesuatunya tetap sama.
- 3) *Resigned customer satisfaction*, nasabah dalam tipe ini juga merasa puas. Namun, kepuasannya bukan disebabkan oleh pemenuhan harapan, namun lebih didasarkan pada kesan bahwa tidak realistis untuk berharap lebih.
- 4) *Stable customer dissatisfaction*, nasabah dalam tipe ini tidak puas terhadap kinerjanya, namun mereka cenderung tidak melakukan apa-apa.
- 5) *Demanding dissatisfaction*, tipe ini bercirikan tingkat aspirasi aktif dan perilaku menuntut. Pada tingkat emosi, ketidakpuasannya menimbulkan protes dan oposisi.

#### **e. Peran Penting Kepuasan Nasabah**

Produk jasa berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan nasabah. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh nasabah semakin tinggi. Bila kepuasan nasabah semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha atau organisasi pemberi layanan tersebut. Nasabah yang puas akan terus melakukan pembelian pada badan usaha tersebut. Demikian pula sebaliknya jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan nasabah pindah pada produk lain.

---

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012) hal. 229

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan nasabah atas produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Apabila nasabah merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang sama. Nasabah yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain.<sup>9</sup>

#### **f. Konsep Kepuasan Nasabah Dalam Pandangan Syariah**

Dalam pandangan syariah kepuasan nasabah merupakan tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.<sup>10</sup>

Konsep kepuasan nasabah dari Zeithaml dan Bitner ini di gunakan dalam penelitian karena dimensi-dimensi yang mempengaruhi kepuasan nasabah mewakili objek penelitian. Lovelock, menjelaskan bahwa kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan atau kesenangan. Tidak mengherankan bahwa perusahaan telah menjadi terobsesi dengan kepuasan nasabah, mengingat hubungannya yang langsung dengan kesetiaan pelanggan, pangsa pasar dan keuntungan. Schiffman dan Kanuk, menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja dari suatu produk yang dirasakan dan diharapkannya.<sup>11</sup>

Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, 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 perusahaantersebut. Dengan sifat jujur dari personel perusahaan, diharapkan dapat memberikan perasaan senang dan percaya kepada para nasabah sehingga nasabah dapat puas dari kinerja perusahaan yang jujur.

---

<sup>9</sup> Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *op, cit.*, h. 194

<sup>10</sup> Haris Faulidi Asnawih dan Sarkiah, *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Produk*

*Dana*

<sup>11</sup> Andrierni, makalah-riiset-operasi-analisis, <http://andrianierni.blogspot.com.html>, (2012/01)

## 2) 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. Oleh karena itu, perusahaan harus memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada nasabah. Dengan demikian nasabah dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

## 3) Menepati janji

Islam adalah agama yang sangat menganjurkan penganutnya untuk menepati janji apabila ia berjanji. Dan juga semua bentuk komitmen yang telah disepakati dalam hubungan muammalah antar manusia. Bagi perusahaan anjuran tersebut merupakan keharusan untuk ditegakkan dan dilakukan kepada seluruh karyawan di dalam perusahaan<sup>12</sup>. Dengan demikian nasabah akan merasa puas dan akan loyal terhadap perusahaan yang selalu menepati janji-janjinya.

Jadi dari definisi – definisi diatas artinya adalah jika perasaan seseorang tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapannya maka seseorang tersebut dapat dikatakan puas.

### **g. Indikator Kepuasan Nasabah**

Untuk menciptakan kepuasan nasabah, produk yang ditawarkan perusahaan harus berkualitas. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan. Mengukur kepuasan nasabah sangat bermanfaat bagi perusahaan, hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana seorang nasabah dapat dikatakan puas, serta menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan.

---

<sup>12</sup> Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014) h.

Menurut Tjiptono ada 6 (enam) konsep inti mengenai objek pengukuran yaitu:<sup>13</sup>

- 1) Kepuasan nasabah keseluruhan
- 2) Dimensi kepuasan nasabah
- 3) Konfirmasi harapan
- 4) Minat membeli ulang
- 5) Kesiediaan untuk merekomendasikan
- 6) Ketidakpuasan nasabah

Indikator-indikator kepuasan nasabah menurut Fandy Tjiptono yaitu:<sup>14</sup>

- 1) *Tangibels* (bentuk fisik), yaitu penampilan dari fisik, peralatan-peralatan karyawan dan alat-alat komunikasi, misalnya gedung kantor yang bersih dan alat transportasi untuk distribusi produk.
- 2) *Reability* (kehandalan), yaitu kesiediaan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang telah dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan, misalnya karyawan yang profesional, kemudahan mendapat pelayanan, ketelitian karyawan sehingga dapat menimbulkan kepercayaan nasabah.
- 3) *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu komitmen untuk selalu bersedia membantu nasabah dan memberikan pelayanan seketika, misalnya kecepatan layanan yang diberikan karyawan, layanan yang diberikan karyawan sesuai dengan keinginan nasabah, karyawan serius dalam menanggapi kesalahan yang dilakukan, kesiediaan karyawan menjawab pertanyaan nasabah dengan baik.
- 4) *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para karyawan untuk menimbulkan rasa percaya dan keyakinan nasabah.
- 5) *Empathy* (empati), yaitu kepedulian dan perhatian secara individu yang diberikan oleh BPRS kepada nasabah, dan kepedulian karyawan terhadap kepedulian pelanggannya.

---

<sup>13</sup> Tjiptono, *et.al.*, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), h.453-454

<sup>14</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008) hal. 26

## **2. Kualitas Pelayanan SDI**

### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan SDI**

Persepsi pelanggan terhadap kualitas merupakan suatu hal yang sulit diartikan, bahkan pemahaman tentang kualitas sering disalah artikan sebagai sesuatu yang baik, istimewa, kemewahan atau sesuatu yang dianggap bernilai tinggi. Pada perbankan syariah, kualitas pelayanan dalam SDI merupakan bagian dari sistem pemasaran yang menentukan keberhasilan suatu perbankan dan sebagai strategi untuk merebut pangsa pasar dalam menghadapi persaingan.

Kualitas layanan karyawan atau SDI yang baik itu merupakan suatu hal yang harus memiliki pengetahuan akademik yang luas serta keterampilan yang handal, karena pengetahuan dan keterampilan merupakan kunci utama seorang SDI yang berkualitas pengembangan pengetahuan dan keterampilan harus dilakukan agar pelayanan terhadap nasabah dapat ditingkatkan, tidak hanya pengetahuan dan wawasan saja yang menjadi faktor penting dalam kualitas seorang SDI, pelayanan yang diberikan oleh seorang SDI merupakan kualitas SDI itu sendiri, pelayanan yang diberikan dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara tamah, adil, cepat tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi nasabah itu sendiri.<sup>15</sup>

Definisi kualitas menurut Rambat dalam Nugraha yaitu “Kualitas produk (jasa) adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasi-spesifikasinya.” Sedangkan menurut Dessler dalam Anonim mengatakan bahwa kualitas merupakan totalitas tampilan dan karakteristik sebuah pelayanan/produk yang dihubungkan dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dicari. Dimensi kualitas jasa digunakan untuk mempermudah dalam menyusun kerangka perencanaan yang strategis guna menentukan standar pelayanan kepada nasabah.

---

<sup>15</sup> Hermanto, Pengaruh Kualitas Pelayanan SDM Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah, Jurnal Etikonomi Vol. 12 No. 1 April 2013

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Hermawan Kartajaya, pelayanan adalah sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu kelompok ke kelompok lainnya berupa sesuatu yang bersifat *intangible*. Pengertian *intangible* bukan berarti menawarkan hanya produk jasa saja, tetapi juga lebih tepat kepada proses penyampaianya.<sup>16</sup>

Pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala suatu bentuk kegiatan/aktifitas yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk dapat membrikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan. Pelayanan memiliki pengertian yaitu terdapat nya dua unsur atas kelompok orang dimana masing-masing saling membutuhkan dan memiliki keterkaitan, oleh karena itu peranan dan fungsi yang melekat pada masing-masing unsur tersebut berbeda.

Hal-hal yang menyangkut tentang pelayanan yaitu faktor manusia yang melayani, alat atau fasilitas yang digunakan untuk memberikan pelayanan, mekanisme kerja yang digunakan dan bahkan sikap masing-masing orang yang memberi pelayanan dan yang dilayani.

Pada prinsipnya konsep pelayanan memiliki berbagai macam definisi yang berbeda menurut penjelasan para ahli, namun pada intinya tetap merujuk pada konsepsi dasar yang sama. Menurut Sutedja, pelayanan atau servis dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain.<sup>17</sup>

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi nasabah. Nasabahlah yang mengonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga mereka yang seharusnya menentukan kualitas jasa<sup>18</sup>. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan nasabahnya secara konsisten.

---

<sup>16</sup> Hermawan Kartajaya, *Service Operation*, (Jakarta: Erlangga Group, 2009), hal. 7

<sup>17</sup> Wira Sutedja, *Panduan Layanan Konsumen*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2007), hal. 5

<sup>18</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, (Bogor: Gahlia Indonesia, 2005), h. 48

Dari definisi diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan SDI merupakan peranan penting dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaian pelayanan untuk memenuhi harapan nasabah dan memberikan kontribusi yang sangat penting secara keseluruhan.

### **b. Peran Penting Kualitas Pelayanan SDI**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu proses penting dalam meningkatkan *value* perusahaan bagi pelanggan sehingga banyak perusahaan menjadikan budaya pelayanan sebagai standar sikap orang di dalam perusahaan. Budaya pelayanan yang dilakukan secara terintegrasi akan menciptakan nilai-nilai pelayanan, yang akan mempengaruhi kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah dalam membeli produk. Nasabah akan selalu mengingat hal-hal positif mengenai pelayanan perusahaan, cenderung akan memberikan referal dan menghasilkan *word of mouth* positif mengenai perusahaan kepada nasabah lain. Secara tidak langsung hal ini akan mendorong nasabah untuk turut menggunakan produk perusahaan tersebut.<sup>19</sup>

### **c. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan SDI**

Dalam rangka menciptakan gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi organisasi untuk menyempurnakan kualitas, organisasi dengan mengimplementasikan enam prinsip utama yang berlaku bagi perusahaan. Keenam prinsip sangat bermanfaat dalam membentuk mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas didukung oleh para karyawan, dan nasabah.

Menurut saleh, keenam prinsip tersebut terdiri atas:<sup>20</sup>

#### 1) Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas.

---

<sup>19</sup> Hermawan Kartajaya, *op.cit.*, h.2-3

<sup>20</sup> Saleh, *Public Service Communication*. (Malang: UMM Press, 2010), h.105

Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil.

2) Pendidikan

Semua karyawan perusahaan, mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut antara lain konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat, teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3) Perencanaan Strategik

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

4) Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus menerus terhadap upaya mewujudkan sasaran-sasaran kualitas.

5) Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan, maupun dengan stakeholder lainnya.

6) Total Human Reward

Reward dan recognition merupakan aspek krusial dalam implementasi strategik kualitas. Setiap karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya harus diakui. Dengan cara seperti ini, motivasi, semangat kerja, rasa bangga dan rasa memiliki (sense of belonging) setiap anggota organisasi dapat meningkat, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan profitabilitas bagi perusahaan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan.

#### **d. Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan SDI**

Unsur-unsur kualitas pelayanan yang dikutip dalam Saleh, antara lain adalah sebagai berikut:<sup>21</sup>

1) Penampilan

Personel dan fisik sebagaimana layanan kantor depan (resepsionis) memerlukan persyaratan seperti berpenampilan menarik, badan harus tegap/tidak cacat, tutur bahasa menarik, familiar dalam berprilaku, penampilan penuh percaya diri.

2) Tepat Waktu dan Janji

Secara utuh dan prima petugan pelayanan dalam menyampaikan perlu diperhitungkan janji yang disampaikan kepada pelanggan bukan sebaliknya selalu ingkar janji.

3) Kesiediaan Melayani

Sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada para pelanggan, konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani kepada para nasabah.

4) Pengetahuan dan Keahlian

Sebagaimana syarat untuk melayani dengan baik, petugas harus mempunyai pengetahuan dan keahlian. Di sini petugas pelayanan harus memiliki tingkat pendidikan tertentu dan pelatihan tertentu yang diisyaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman yang luas dibidangnya.

5) Kesopanan dan Ramah Tamah

Masyarakat pengguna jasa pelayanan itu sendiri dan lapisan masyarakat baik tingkat status ekonomi dan sosial rendah maupun tinggi terdapat perbedaan karakternya maka petugas pelayanan masyarakat petugas dituntut adanya keramahtamahan yang standar dalam melayani, sabar, tidak egois dan santun dalam bertutur kepada pelanggan.

---

<sup>21</sup> Ibid., 106

#### 6) Kejujuran dan Kepercayaan

Pelayanan ini oleh pengguna jasa dapat dipergunakan berbagai aspek, maka dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran, jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktunya. Dari aspek kejujuran ini petugas pelayanan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayan yang dipercaya dari segi sikapnya, dapat dipercaya dari tutur katanya, dapat dipercayakan dalam menyelesaikan akhir pelayanan sehingga otomatis nasabah merasa puas. Unsur pelayanan prima dapat ditambah unsur yang lain.

#### 7) Kepastian Hukum

Secara sadar bahwa hasil pelayanan terhadap masyarakat yang berupa surat keputusan, harus mempunyai legitimasi atau mempunyai kepastian hukum. Bila setiap hasil yang tidak mempunyai kepastian hukum jelas akan mempengaruhi sikap masyarakat, misalnya pengurusan KTP, KK dan lain-lain bila ditemukan cacat hukum akan mempengaruhi kredibilitas instansi yang mengeluarkan surat legitimasi tersebut.

#### 8) Keterbukaan

Secara pasti bahwa setiap urusan/kegiatan yang memperlakukan ijin, maka ketentuan keterbukaan perlu ditegakkan. Keterbukaan itu akan mempengaruhi unsur-unsur kesederhanaan, kejelasan informasi kepada masyarakat.

#### 9) Efisien

Dari setiap pelayanan dalam berbagai urusan, tuntutan masyarakat adalah efisiensi dan efektifitas dari berbagai aspek sumber daya sehingga menghasilkan biaya yang murah, waktu yang singkat dan tepat serta kualitas yang tinggi.

#### 10) Biaya

Pemantapan pengurusan dalam pelayanan diperlukan kewajaran dalam penentuan pembiayaan, pembiayaan harus disesuaikan dengan

daya beli masyarakat dan pengeluaran biaya harus transparan dan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

11) Tidak Rasial

Pengurusan pelayanan dilarang membeda-bedakan kesukuan, agama, aliran dan politik dengan demikian segala urusan harus memenuhi jangkauan yang luas dan merata.

12) Kesederhanaan

Prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudahan, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan.

**e. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan SDI**

Kualitas pelayanan SDI Bank Syariah terdiri 2 (dua) faktor utama, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melampaui harapan nasabah, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk.<sup>22</sup>

**f. Konsep Kualitas Pelayanan SDI Dalam Pandangan Syariah**

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan

---

<sup>22</sup> Fika Elinda dan Nina Ernawati, *op.cit.*,

memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.<sup>23</sup>

Rasulullah SAW memberi contoh perlunya mengutamakan pelayanan (*customer service*) yang menjadi naluri akhlaknya. Pola-pola pelayanan SDI yang diajarkan dan dicontohkan Muhammad SAW dalam berbisnis, diantaranya<sup>24</sup>:

1) Murah senyum

Memberi senyum merupakan kebiasaan Muhammad SAW ketika bertemu dengan siapapun. Senyum adalah sunnahnya, sehingga beliau pun menyatakan senyum adalah sedekah.

2) Ramah

Muhammad SAW dalam menjalankan tugas kepemimpinan selalu ramah kepada siapapun dan menjauhkan diri dari perkataan yang menyakitkan. Muhammad SAW mengajarkan kepada kita jika ada 3 (tiga) orang berkumpul, tidak boleh 2 (dua) orang di antaranya berbisik. Beliau juga melarang keras mengunjing orang lain, karena sama dengan memakan bangkai saudaranya sendiri. Beliau selalu memberi nasehat waktu yang tepat.

3) Menepati janji

Muhammad SAW adalah orang yang teguh memegang janji. Beliau pernah menunggu mitra bisnisnya selama 3 (tiga) hari, sementara mitra bisnisnya lupa dengan janjinya. Tetapi beliau masih menunggu mitra bisnisnya sampai datang menemuinya.

Lima dimensi penentu kualitas jasa dan pelayanan SDI dalam pandangan syariah yaitu:

1) *Reliability* (keandalan)

Kehandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara akurat dan terpercaya. Allah sangat menganjurkan setiap umatnya

---

<sup>23</sup> Ridwan, kualitas-pelayanan-dalam-islam, <https://ridwan202.wordpress.com>, (2013/02/11)

<sup>24</sup> Ma'ruf Abdullah, *op.cit.*, h.19

untuk selalu menepati janji yang telah ditetapkan, seperti dijelaskan dalam Al Qur'an yang berbunyi:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ لِيْكُمْ  
كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ (٩١)

Artinya: “ Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpahmu itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat” (An-Nahl: 91).<sup>25</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia diwajibkan menepati janji yang telah ditetapkan, demikian juga dengan peusahaan baik janji yang ditetapkan secara langsung maupun janji dalam bentuk promosi, semuanya harus ditepati dan sesuai dengan kenyataan. Pelanggan lebih loyal pada perusahaan yang selalu menepati janji daripada perusahaan yang banyak menawarkan promosi mewah tapi tidak sesuai dengan kenyataan.

## 2) *Responsiveness* (cepat tanggap)

Kemampuan karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan kepada nasabah dengan cepat. Kecepatan dalam bergerak adalah hal yang utama, pemanfaatan waktu secara efektif benar-benar menjadi hal yang bersifat esensial. Terkadang setelah selesai mengerjakan satu tugas kita menyempatkan diri untuk berlama-lama beristirahat sehingga tidak sadar sudah membuang-buang waktu secara percuma. Seharusnya kita terus bergerak dan melakukan kegiatan yang sekiranya dapat menjadi solusi bagi persoalan yang kita hadapi. Demikian juga Allah SWT. Telah mengingatkan kita tentang profesionalisme dalam menunaikan pekerjaan, Allah SWT. Berfirman yang berbunyi:<sup>26</sup>

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ (٧)

Artinya: “ Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain” (Al-Insyiraah: 7)<sup>27</sup>

<sup>25</sup> Alqur'an dan Terjemahannya. An-Nahl, ayat: 91

<sup>26</sup> Sofyan Bachmid, *op.cit.*, h. 12, diakses pada 13 November 2014.

<sup>27</sup> Alqur'an dan Terjemahannya. Al-Insyiraah, ayat: 7

#### 4) Assurance (jaminan)

Kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dijanjikan kepada nasabah atau kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, dan keterampilan dalam memberikan informasi. Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah harus berlaku ramah dan sopan agar nasabah tidak pergi dan tetap loyal kepada perusahaan.<sup>28</sup>

Allah berfirman yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ  
لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ الْمُتَوَكِّلِينَ (١٥٩)  
وَاسْتَغْفِرْ

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 ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya” (Q.S. Ali Imran: 159).<sup>29</sup>

#### 4) Emphaty (empati)

Kesediaan karyawan untuk peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Perhatian yang diberikan haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah untuk selalu berbuat baik kepada orang lain.<sup>30</sup> Allah berfirman yang berbunyi:

نَا اللَّهُ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ  
وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ (٩٠)

<sup>28</sup> Haris Faulidi Asnawi dan Sarkiah, *op.cit.*,

<sup>29</sup> Alqur'an dan Terjemahannya. Ali Imran, ayat: 159

<sup>30</sup> Haris Faulidi Asnawi dan Sarkiah, *loc.cit.*,

Artinya: “ Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkar dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran” (Q.S. An-Nahl: 90).<sup>31</sup>

#### 5) *Tangible* (bukti nyata)

Meliputi penampilan fasilitas fisik seperti peralatan, teknologi, dan sarana komunikasi. Fasilitas dalam Islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaan hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana perusahaan memberikan pelayanan dalam bentuk fisik tidak menonjolkan kemegahan.<sup>32</sup> Allah berfirman yang berbunyi:

أَلِهَاتِكُمُ التَّكَاثُرُ {1} حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ {2} كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ {3} ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ  
{4} كَل لَّو تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ {5}

Artinya: “ Bermegah-megahan telah melalaikan kamu sampai kamu masuk ke dalam kubur. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu), dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin: (Q.S. At-Takaatsur: 1-5).<sup>33</sup>

<sup>31</sup> Alqur'an dan Terjemahannya. An-Nahl, ayat: 90

<sup>32</sup> Sofyan Bachmid, *Konsep Kualitas Pelayanan Dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Mahasiswa*, <http://www.academia.edu> hal. 16, diakses (13 November 2014)

<sup>33</sup> Alqur'an dan Terjemahannya. At-Takaatsur, ayat: 1-5

### **g. Indikator Kualitas Pelayanan SDI**

Berdasarkan teori-teori yang telah diungkapkan, maka disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah suatu penilaian konsumen tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan ini diukur dengan lima dimensi, yaitu:<sup>34</sup>

- 1) Berwujud (*tangible*)
- 2) Keandalan (*reliability*)
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*)
- 4) Jaminan dan kepastian (*assurance*)
- 5) Empati (*empathy*)

Berikut ini penjelasannya:

#### 1) Berwujud (*tangible*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik seperti gedung, gudang, perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi) serta penampilan pegawainya.

#### 2) Keandalan (*reliability*)

Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa.

---

<sup>34</sup> Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *op.cit.*, h.182

### 3) Ketanggapan (*responsiveness*)

Berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Kepercayaan yang diberikan nasabah merupakan suatu amanat. Apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidak berhasilan dan kehancuran lembaga dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

### 4) Jaminan dan kepastian (*assurance*)

Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

### 5) Empati (*empathy*)

Berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada nasabah. Kemauan ini yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan nasabah. Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat nasabah merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan nasabah, melayani transaksi nasabah dengan senang hati, membantu nasabah ketika dirinya mengalami kesulitan dalam bertransaksi atau hal lainnya berkenaan dengan pelayanan lembaga. Kesediaan memberikan perhatian dan membantu akan meningkatkan persepsi dan sikap positif nasabah terhadap layanan lembaga. Hal

ini yang akan mendatangkan kesukaan, kepuasan dan meningkatkan loyalitas nasabah.

## **B. Penelitian Terdahulu**

Pembahasan mengenai kualitas pelayanan SDI Bank Syariah dengan kepuasan nasabah banyak ditemui baik dalam bentuk buku, skripsi, tesis, disertasi, karya ilmiah, dan jurnal. Hasil dari beberapa penelitian yang terkait dengan judul peneliti, akan digunakan sebagai bahan referensi penelitian dan perbandingan dalam penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut:

**Tabel II-1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Tahun	Nama Penulis	Judul	Hasil Penelitian
1	2015	Dian Pramana	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Syariah (Studi Kasus Di Hotel Islam Aceh House Medan)	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Islam Aceh House Medan.
2	2016	Teguh Satria	Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Pada Ahaas Honda Motor Jalan Kelambir V Medan	Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan yang dialokasikan untuk penjualan di Kelambir V Medan mengalami peningkatan yang berfluktuasi, namun

				Kualitas Pelayanan memiliki prospek yang cukup dan memberikan fasilitas lengkap pada penjualan untuk pelanggannya.
3	2016	Pada Parluhutan Harahap	Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada PT. Bank Mandiri Syariah Di Sumut Tahun 2006 (Studi Kasus: Nasabah Civitas Akademik UMSU)	Kepuasan Nasabah dengan Loyalitas berpengaruh positif dan signifikan. Hal ini berarti semakin tinggi kepuasan nasabah yang diberikan dan semakin kompetitif loyalitas pada PT. Bank Mandiri Syariah Di Sumut Tahun 2006 (Studi Kasus: Nasabah Civitas Akademik UMSU).
4	2013	Hermanto	Pengaruh Kualitas Pelayanan SDM Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Pada BPRS Berkah Ramadhan	Kualitas SDM Bank Syariah secara simultan, semua variabel memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah.

				Hal ini menunjukkan bahwa perlu dilakukan peningkatan kualitas pelayanan SDM agar mampu meningkatkan kepuasan nasabah di BPRS Berkah Ramadhan.
5	2014	Faisha Reztry Jayanthi	Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Di Bank Muamalat Cabang Malang)	Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Kerja Karyawan di Bank Muamalat Cabang Malang yang terkait dengan hal kondisi pekerjaan, gaji yang diterima, kondisi rekan sekerja dan pemberian promosi jabatan mampu mempengaruhi variabel Kualitas Pelayanan Bank yang terkait dengan efektifitas hasil tangible, reliability dan assurance yang diberikan oleh pihak

				bank terhadap nasabah. Hasil pengujian signifikan menunjukkan bahwa Kepuasan Kerja Karyawan berpengaruh positif terhadap Kualitas Pelayanan di Bank Muamalat Cabang Malang.
--	--	--	--	---

### C. Kerangka Konseptual

Hubungan antara kualitas pelayanan SDI dengan kepuasan nasabah penting bagi suatu bank, karena bank sebagai penyedia jasa perlu mengetahui apakah tujuan bank harus memiliki nasabah yang puas dengan kinerja bank atau memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabahnya. Nasabah akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkannya. Sebaliknya, nasabah akan merasa tidak puas ketika kualitas pelayanan tidak sesuai atau dibawah harapan nasabah.<sup>35</sup>

Dengan demikian, organisasi pemberi layanan dapat meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya kepuasan nasabah dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas nasabah kepada organisasi pemberi layanan yang membrikan kualitas memuaskan.

---

<sup>35</sup> Rambat Lupiyoadi, *op.cit.*, h. 158

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani, mengemukakan bahwa kualitas pegawai terhadap nasabah berpengaruh secara asimetris terhadap kepuasan nasabah, dimana pelayanan yang buruk berakibat lebih besar terhadap kepuasan nasabah dari pada pelayanan yang dikategorikan baik.<sup>36</sup>

Hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan SDI berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah maka semakin meningkat kepuasan nasabah pada BPRS Al Washliyah Medan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang dipersepsikan, semakin besar kepuasan nasabah. Hal ini disebabkan kualitas yang dipersepsikan merupakan suatu bentuk sikap, evaluasi secara menyeluruh dalam jangka panjang.

Dari hasil kutipan di atas dapat dijelaskan dalam kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



**Gambar II-I: Pengaruh Kualitas Pelayanan SDI Terhadap Kepuasan Nasabah**

---

<sup>36</sup> Ibid., 87

#### **D. Hipotesis**

Menurut Azuar Juliandi, Irfan dan Saprinal Manurung “Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perumusan masalah penelitian. Dikatakan jawaban sementara oleh karena jawaban yang ada adalah jawaban yang berasal dari teori. Dengan kata lain, jika teori menyatakan bahwa A berpengaruh terhadap B, maka hipotesis adalah sesuai dengan apa yang dikatakan teori tersebut, yakni A berpengaruh terhadap B. Jawaban sesungguhnya hanya baru akan ditemukan apabila peneliti telah melakukan pengumpulan data dan analisis data penelitian”<sup>37</sup>. Maka hipotesis yang dirumuskan adalah:

Kualitas Pelayanan SDI berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BPRS Al Washliyah Medan.

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan SDI terhadap kepuasan nasabah.

H<sub>a</sub> : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan SDI terhadap kepuasan nasabah.

---

<sup>37</sup> Azuar Juliandi, *et.al.*, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Umsu Press: 2014) hal. 44

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan asosiatif dan kuantitatif. Pendekatan asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian asosiatif ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.<sup>1</sup>

Menurut Azuar Juliandi, Irfan dan Saprinal Manurung penelitian kuantitatif merupakan instrumen pengumpulan data dapat digunakan seperti angket, daftar wawancara dan lainnya, tidak harus diri peneliti sendiri. Permasalahan dalam penelitian kuantitatif dapat ditentukan di awal penelitian sehingga bersifat sebagai hipotesis atau dugaan awal terhadap permasalahan berdasarkan apa yang dikatakan teori.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### 1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di PT. BPR Syariah Al Washliyah Jln. Gunung Krakatau No. 28 Medan.

##### 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan mulai bulan November 2016 sampai dengan februari 2017.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2008), h. 11

**Tabel III-1**  
**Pelaksanaan Waktu Penelitian**

No	Jenis Penelitian	Okt 2016				Nov 2016				Des 2016				Jan 2017				Feb 2017				Mar 2017			
		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	Penyusunan Skripsi														■	■	■	■	■						
6	Bimbingan Skripsi																■	■	■	■					
7	Sidang Meja Hijau																		■	■	■	■			

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>2</sup> Jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 3.098 nasabah di PT. BPRS Al Washliyah Jln. Gunung Krakatau No. 28 Medan.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>3</sup> Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi yang

<sup>2</sup> Ibid., 115

<sup>3</sup> Ibid., 116

homogen.<sup>4</sup> Dari populasi yang ditetapkan hasil penelitiannya tidak selalu betul – betul benar (yakni 100%). Karena berbagai faktor hasil penelitian itu mengandung kesalahan (error), maka dari itu ada kesepakatan dari para ahli mengenai kesalahan (error). Jika penelitian untuk ilmu kehalaman taraf signifikansi itu disepakati (dalam berbagai literatur umumnya sama) yang terbaik sebesar 0,01. Maksudnya hanya ada 0,01 atau 1% kesalahan (error), jadi kebenarannya sebesar 99%. Sedangkan jika penelitian ilmu – ilmu sosial disepakati yang terbaik sebesar 5% namun dapat juga 10% dan seterusnya.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus “Slovin”.<sup>6</sup> Adapun rumusnya yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dengan menggunakan nilai e sebesar 20% maka hasil yang didapat adalah:

$$n = \frac{3.098}{1 + (3.098)(0,2)^2}$$

n = 24,799 dibulatkan menjadi 25 responden.

Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 25 responden.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya dan data tersebut sebelumnya tidak ada. Dimana sumber data primer yang didapat peneliti langsung diperoleh dari narasumber.

---

<sup>4</sup> Azuar, *op, cit.*, h. 53

<sup>5</sup> Tatang M. Amirin, *Populasi dan Sampel Penelitian 4*, ukuran sampel rumus Slovin, dalam [tatangmanguny.wordpress.com](http://tatangmanguny.wordpress.com), 2011

<sup>6</sup> Azuar, *op, cit.*, h. 59

### E. Defenisi Operasional

Defenisi operasional adalah penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Adapun yang menjadi definisi operasional dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan SDI (Sumber Daya Insani) dan kepuasan nasabah.

**Tabel III-2**  
**Matriks Pengembangan Instrumen**

Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode	Instrumen	Item Angka
Kepuasan Nasabah	<i>Tangibles</i> (bentuk fisik)	Seluruh Nasabah BPRS Al Washliyah Medan	Survei	Kuesioner	1,2
	<i>Reability</i> (kehandalan)	Seluruh Nasabah BPRS Al Washliyah Medan	Survei	Kuesioner	3,4
	<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	Seluruh Nasabah BPRS Al Washliyah Medan	Survei	Kuesioner	5,6
	<i>Assurance</i> (jaminan)	Seluruh Nasabah BPRS Al Washliyah Medan	Survei	Kuesioner	7,8
	<i>Emphaty</i> (empati)	Seluruh Nasabah BPRS Al Washliyah Medan	Survei	Kuesioner	9,10
Kualitas Pelayanan SDI Bank Syariah	Berwujud ( <i>tangible</i> )	Seluruh Nasabah BPRS Al Washliyah Medan	Survei	Kuesioner	1,2
	Kehandalan ( <i>reability</i> )	Seluruh Nasabah BPRS Al Washliyah Medan	Survei	Kuesioner	3,4
	Ketanggapan ( <i>responsiveness</i> )	Seluruh Nasabah BPRS Al Waashliyah Medan	Survei	Kuesioner	5,6
	Jaminan dan Kepastian ( <i>asuurance</i> )	Seluruh Nasabah BPRS Al Washliyah Medan	Survei	Kuesioner	7,8
	Empati ( <i>emphaty</i> )	Seluruh Nasabah BPRS Al Washliyah Medan	Survei	Kuesioner	9,10

## F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

### 1. Wawancara

Metode pengambilan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik ini digunakan untuk melengkapi data tentang identifikasi masalah pada latar belakang.

### 2. Kuesioner (Angket)

Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Ditujukan kepada para nasabah pada PT. BPRS Al Washliyah dengan menggunakan *skala likert* dalam bentuk *checklist*, dimana setiap pertanyaan mempunyai 10 (sepuluh) opsi.

**Tabel III-3**

#### Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Sugiyono, 2008, hal. 132)

Instrumen penelitian sebuah disebar diuji validitas dan reliabilitasnya:

#### a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah angket yang disusun adalah alat ukur yang benar/ tepat untuk mengukur variabel penelitian. Untuk mengukur validitas dari setiap butir pertanyaan, dengan rumus korelasi sebagai berikut<sup>7</sup>:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2008, hal. 276)

Dimana:

- n : banyaknya pasangan pengamatan
- $\sum x$  : jumlah pengamatan variabel x
- $\sum y$  : jumlah pengamatan variabel y
- $(\sum x)^2$  : jumlah kuadrat pengamatan variabel x
- $(\sum y)^2$  : jumlah kuadrat pengamatan variabel y
- $(\sum x)^2$  : kuadrat jumlah pengamatan variabel x
- $(\sum y)^2$  : kuadrat jumlah pengamatan variabel y
- $\sum xy$  : jumlah hasil kali variabel x dan y

Hipotesisnya adalah:

- a. HO :  $p=0$  [tidak ada korelasi signifikan skor item dengan total skor (tidak valid)]
- b. H1 :  $p \neq 0$  [ada korelasi signifikan skor item dengan total skor (valid)]

Kriteria penarikan kesimpulan:

- 1) Jika Sig 2 tailed  $< \alpha$  0,05 maka butir instrumen dinyatakan valid.
- 2) Jika Sig 2 tailed  $> \alpha$  0,05 maka butir instrumen dinyatakan tidak valid dan harus dihilangkan.

---

<sup>7</sup> *Ibid.*, 276

**Tabel III-4**  
**Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

Item	Nilai korelasi	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0.441	0,027<0,05	Valid
Item 2	0.651	0,000<0,05	Valid
Item 3	0.602	0,001<0,05	Valid
Item 4	0.738	0,000<0,05	Valid
Item 5	0.621	0,001<0,05	Valid
Item 6	0.455	0,022<0,05	Valid
Item 7	0.579	0,002<0,05	Valid
Item 8	0.443	0,027<0,05	Valid
Item 9	0.510	0,009<0,05	Valid
Item 10	0.450	0,024<0,05	Valid

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 16,0

Dari hasil pengujian validitas di atas dapat disimpulkan bahwa pernyataan 1 sampai 10 dinyatakan valid, berarti semua item pernyataan dari variabel kepuasan nasabah dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan pada pengujian reliabilitas.

**Tabel III-5**  
**Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)**

Item	Nilai korelasi	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0.681 (positif)	0,000<0,05	Valid
Item 2	0.702 (positif)	0,000<0,05	Valid
Item 3	0.698 (positif)	0,000<0,05	Valid
Item 4	0.674 (positif)	0,000<0,05	Valid
Item 5	0.608 (positif)	0,001<0,05	Valid
Item 6	0.396 (positif)	0,050<0,05	Valid
Item 7	0.730 (positif)	0,000<0,05	Valid
Item 8	0.544 (positif)	0,005<0,05	Valid
Item 9	0.687 (positif)	0,000<0,05	Valid
Item 10	0.481 (positif)	0,015<0,05	Valid

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 16,0

Dari hasil pengujian validitas di atas dapat disimpulkan bahwa pernyataan 1 sampai 10 dinyatakan valid, berarti semua item pernyataan dari

variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan pada pengujian reliabilitas.

### b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah angket yang disusun merupakan alat ukur yang dapat dipercaya atau tidak. Teknik yang digunakan adalah Cronbach Alpha.

Berikut merupakan rumus Cronbach Alpha menurut Azuar Juliandi (2013, hal 86) adalah sebagai berikut<sup>8</sup>:

$$r = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right]$$

Dimana:

- $r$  : reliabilitas instrumen
- $k$  : banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$  : jumlah varians butir
- $\sigma_i^2$  : varians total

Kriteria pengujinya:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas alpha  $\geq 0,6$  maka instrumen dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas alpha  $\leq 0,6$  maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

---

<sup>8</sup> Azuar, *op. cit.*, h. 86

**Tabel III-6**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

<b>Reliability Statistics</b>	
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
<b>.742</b>	<b>10</b>

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 16,0

Jika nilai koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha)  $> 0,6$  maka instrument memiliki reliabilitas yang baik dengan kata lain instrument adalah reliabel atau dapat dipercaya.

Nilai koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha) di atas adalah  $0,742 > 0,6$  maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang diuji adalah reliabel atau dapat dipercaya.

**Tabel III-7**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (x)**

<b>Reliability Statistics</b>	
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
<b>.808</b>	<b>10</b>

Sumber: Hasil Pengujian SPSS 16,0

Jika nilai koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha)  $> 0,6$  maka instrument memiliki reliabilitas yang baik dengan kata lain instrument adalah reliabel atau dapat dipercaya.

Nilai koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha) di atas adalah  $0,808 > 0,6$  maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang diuji adalah reliabel atau dapat dipercaya.

## G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana.

Tahapan analisis regresi linear sederhana sebagai berikut:

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat bahwa suatu data terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan P-P plot standardized residual. Apabila P-P plot standardized residual mendekati garis diagonal maka data terdistribusi dengan normal.

### 2. Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan rumus sebagai berikut<sup>9</sup>:

$$Y' = a + bX$$

Dimana:

Y' : Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X : Variabel independen

a : Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)

b : Koefisien Regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

### 3. Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F-hitung dengan F tabel<sup>10</sup>.

$$F - \text{hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

(Sugiyono, 2008, hal. 257)

Dimana:

R<sup>2</sup> : Koefisien Determinasi

k : jumlah variabel independen

n : jumlah sampel

<sup>9</sup> Duwi Consultan, Analisis Regresi Linear Sederhana. [blogspot.co.id](http://blogspot.co.id), (2011/11)

<sup>10</sup> *Ibid.*, h. 257

#### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar varians variabel terikat dipengaruhi oleh varians variabel bebas, atau dengan kata lain seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Rumus umumnya adalah sebagai berikut<sup>11</sup>:

$$D = R^2 \times 100\%$$

(Sugiyono, 2008, hal. 277)

Keterangan:

D : Koefisien determinasi

R : Koefisien korelasi variabel bebas dengan terikat.

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, hal. 277

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini penulis telah menyebar angket kepada responden atau nasabah yang bertransaksi di PT. BPRS Al Washliyah Medan, dalam bentuk pernyataan yang terdiri dari 10 pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan (x) dan 10 pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah (y). Jumlah populasi adalah 3.098 nasabah. Angket tersebut diberikan kepada 25 responden sebagai sampel penelitian dan diukur dengan skala likert.

**Tabel IV-1**  
**Skala Likert**

<b>Jawaban</b>	<b>Nilai</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Sugiyono, 2008, hal. 132)

Skala likert di atas berlaku untuk perhitungan kualitas pelayanan (X) dan kepuasan nasabah (Y). Jadi dengan demikian, responden yang menjawab angket dimulai dari nilai 5 (sangat setuju) sampai dengan 1 (sangat tidak setuju).

## 2. Karakteristik Responden

### a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui tingkat presentase berdasarkan jenis kelamin dari 25 responden, dapat dilihat tabel berikut:

**Tabel IV-2**

#### **Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase %</b>
Laki-Laki	10	40,0%
Perempuan	15	60,0%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Nasabah PT. BPRS Al Washliyah Medan

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa responden di dominasi oleh laki-laki yaitu sebanyak 40% atau 10 orang. Sedangkan responden perempuan sebanyak 60% atau 15 orang.

### b. Berdasarkan Usia

Untuk mengetahui tingkat presentase berdasarkan usia dari 25 responden dapat dilihat tabel berikut:

**Tabel IV-3**

#### **Identitas Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia Responden</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
< 25	11	44,0%
25-35	9	36,0%
> 35	5	20,0%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Nasabah PT. BPRS Al Washliyah Medan

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa berdasarkan usia adalah frekuensi terbesar adalah didominasi responden yang berusia < 25 tahun sebanyak 11 atau sebesar 44%. Selain itu responden yang berusia 25-35 tahun sebanyak 9 atau 36%. Sedangkan responden yang berusia > 35 tahun sebanyak 5 atau sebesar 20%.

c. Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Untuk mengetahui tingkat presentase berdasarkan usia dari 25 responden, dapat dilihat tabel berikut:

**Tabel IV-4**  
**Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan**

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
SMP-SMA	8	32,0
D1-D3	7	28,0
S1-S2	10	40,0
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0</b>

Sumber: Nasabah PT. BPRS Al Washliyah Medan

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa pendidikan adalah frekuensi terbesar didominasi responden yang berpendidikan SMP-SMA yaitu sebanyak 8 atau sebesar 32%. Selain itu responden yang berpendidikan D1-D3 yaitu sebanyak 7 atau sebesar 28%. Sedangkan responden yang berpendidikan S1-S2 sebanyak 10 atau sebesar 40%.

d. Berdasarkan Tingkat Pekerjaan

Untuk mengetahui tingkat presentase berdasarkan usia dari 25 responden, dapat dilihat tabel berikut:

**Tabel IV-5**  
**Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
Pelajar	5	20,0%
Mahasiswa	4	16,0%
Pegawai Swasta	5	20,0%
Wiraswasta	9	36,0%
Lainnya	2	8,0%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Nasabah PT. BPRS Al Washliyah Medan

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa responden berdasarkan tingkat pekerjaan frekuensi terbesar didominasi oleh wiraswasta yaitu sebanyak 9 atau sebesar 36,0%. Sehingga dapat disimpulkan nasabah yang bertransaksi di PT. BPRS Al Washliyah Medan banyak diminati oleh wiraswasta.

### 3. Deskripsi Data Variabel Penelitian

Tabel IV-6

#### DISTRIBUSI DATA VARIABEL KEPUASAN NASABAH (Y)

No	Item Pernyataan	Alternatif Jawaban											
		SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya merasa puas dengan sistem syariah yang dijalankan BPRS Al Washliyah Medan	6	24,0	12	48,0	7	28,0	0	0	0	0	25	100
2	Tabungan BPRS Al Washliyah Medan memberikan kemudahan bagi saya dalam melakukan transaksi perbankan	5	20,0	13	52,0	6	24,0	1	4,0	0	0	25	100
3	Saya merasa puas dengan materi komunikasi (informasi dan petunjuk jelas)	2	8,0	16	64,0	2	8,0	5	20,0	0	0	25	100
4	Saya merasa puas dengan ketelitian karyawan ketika memberikan pelayanan	5	20,0	12	48,0	4	16,0	4	16,0	0	0	25	100
5	Saya merasa puas karyawan BPRS yang selalu bersedia ketika dibutuhkan oleh nasabah	3	12,0	13	52,0	6	24,0	3	12,0	0	0	25	100
6	Saya merasa puas kecepatan karyawan dalam	2	8,0	16	64,0	4	16,0	3	12,0	0	0	25	100

	menangani nasabah												
7	Saya sangat puas dengan pelayanan karyawan menunjukkan sikap yang sopan terhadap nasabah	5	20,0	16	64,0	3	12,0	1	4,0	0	0	25	100
8	Saya sangat puas dengan pelayanan karyawan menunjukkan sikap yang sopan terhadap nasabah	4	16,0	15	60,0	3	12,0	3	12,0	0	0	25	100
9	Saya merasa puas dengan bagi hasil yang diberikan tabungan BPRS Al Washliyah Medan	3	12,0	16	64,0	5	20,0	1	4,0	0	0	25	100
10	Saya merasa puas terhadap karyawan yang dapat diandalkan (Profesional dalam bekerja)	1	4,0	16	64,0	5	20,0	1	4,0	2	8,0	25	100

Dari tabel di atas dapat diuraikan penjelasan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang puas dengan sistem syariah yang dijalankan BPRS Al Washliyah Medan, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 12 orang atau sebesar 48,0%.
- 2) Jawaban responden tentang tabungan BPRS Al Washliyah Medan yang memberikan kemudahan, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 13 orang atau sebesar 52,0%.
- 3) Jawaban responden tentang puas dengan materi komunikasi (informasi dan petunjuk jelas), mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 16 orang atau sebesar 64,0%.

- 4) Jawaban responden tentang puas dengan ketelitian karyawan ketika memberikan pelayanan, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 12 orang atau sebesar 48,0%.
- 5) Jawaban responden tentang karyawan BPRS yang selalu bersedia ketika dibutuhkan oleh nasabah, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 13 orang atau sebesar 52,0%.
- 6) Jawaban responden tentang puas kecepatan karyawan dalam menangani nasabah, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 16 orang atau sebesar 64,0%.
- 7) Jawaban responden tentang puas dengan pelayanan karyawan menunjukkan sikap yang sopan terhadap nasabah, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 16 orang atau sebesar 64,0%.
- 8) Jawaban responden tentang puas terhadap BPRS Al Washliyah Medan yang menjaga hubungan baik kepada nasabah, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 15 orang atau sebesar 60,0%.
- 9) Jawaban responden tentang puas dengan bagi hasil yang diberikan tabungan BPRS Al Washliyah Medan, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 16 orang atau sebesar 64,0%.
- 10) Jawaban responden tentang puas terhadap karyawan yang dapat diandalkan (profesional dalam bekerja), mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 16 orang atau sebesar 64,0%.

**Tabel IV-7**  
**DISTRIBUSI DATA VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X)**

No	Item Pernyataan	Alternatif Jawaban											
		SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Karyawan BPRS Al Washliyah Medan selalu bersikap ramah dan sopan ketika memberikan pelayanan kepada nasabah	3	12,0	10	40,0	11	44,0	1	4,0	0	0	25	100
2	Karyawan BPRS Al Washliyah Medan selalu teliti ketika memberikan pelayanan kepada nasabah	3	12,0	11	44,0	9	36,0	2	8,0	0	0	25	100
3	Karyawan BPRS Al Washliyah Medan melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien	4	16,0	14	56,0	4	16,0	3	12,0	0	0	25	100
4	Saya merasa BPRS Al Washliyah Medan menyediakan pelayanan yang terpercaya dan akurat.	6	24,0	14	56,0	3	12,0	2	8,0	0	0	25	100
5	Karyawan BPRS Al Washliyah Medan memiliki kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan tanpa kesalahan	5	20,0	11	44,0	5	20,0	3	12,0	1	4,0	25	100

6	Karyawan BPRS Al Washliyah Medan selalu memberikan perhatian yang baik terhadap seluruh nasabah	2	8,0	15	60,0	3	12,0	4	16,0	1	4,0	25	100
7	Kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar (Infomatif dalam komunikasi)	7	28,0	15	60,0	2	8,0	1	4,0	0	0	25	100
8	Saya merasa pelayanan karyawan BPRS Al Washliyah peduli akan keinginan nasabah	3	12,0	12	48,0	8	32,0	2	8,0	0	0	25	100
9	Cepatan tanggap dalam mengatasi masalah pada keluhan nasabah	2	8,0	16	64,0	5	20,0	0	0	2	8,0	25	100
10	Karyawan BPRS Al Washliyah Medan menjaga hubungan baik kepada nasabah	0	0	10	40,0	8	32,0	3	12,0	4	16,0	25	100

Dari tabel di atas dapat diuraikan penjelasan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang karyawan BPRS Al Washliyah Medan selalu bersikap ramah dan sopan ketika memberikan pelayanan kepada nasabah, mayoritas responden menjawab (netral) sebanyak 11 orang atau sebesar 44,0%.
- 2) Jawaban responden tentang karyawan BPRS Al Washliyah Medan ka memberikan pelayanan kepada nasabah, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 11 orang atau sebesar 44,0%.
- 3) Jawaban responden tentang karyawan BPRS Al Washliyah Medan melayani transaksi dengan cepat dan efisien, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 14 orang sebesar 56,0%.

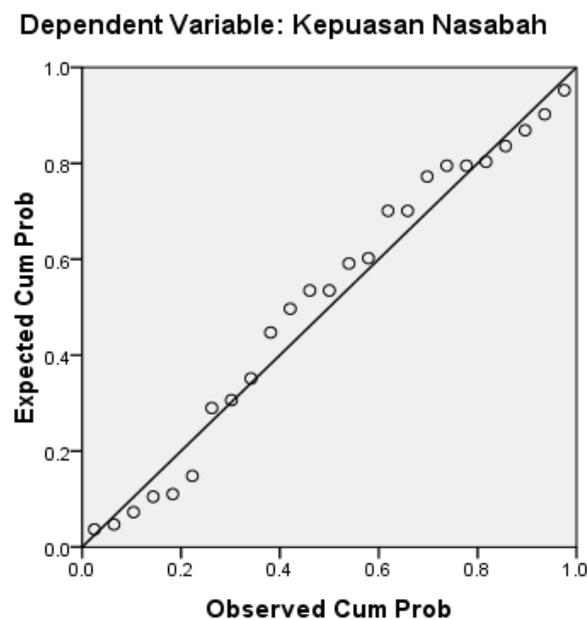
- 4) Jawaban responden tentang menyediakan pelayanan yang terpercaya dan akurat di BPRS Al Washliyah Medan, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 14 orang atau sebesar 56,0%.
- 5) Jawaban responden tentang karyawan BPRS Al Washliyah Medan memiliki kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan tanpa kesalahan, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 11 orang atau sebesar 44,0%.
- 6) Jawaban responden tentang karyawan BPRS Al Washliyah Medan selalu memberikan perhatian yang baik terhadap seluruh nasabah, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 15 orang atau sebesar 60,0%.
- 7) Jawaban responden tentang kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar (informatif dalam komunikasi), mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 15 orang atau sebesar 60,0%.
- 8) Jawaban responden tentang pelayanan karyawan BPRS Al Washliyah peduli akan keinginan nasabah, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 12 orang atau sebesar 48,0%.
- 9) Jawaban responden tentang kecepatan tanggap dalam mengatasi masalah pada keluhan nasabah, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 16 orang atau sebesar 64,0%.
- 10) Jawaban responden tentang karyawan BPRS Al Washliyah Medan menjaga hubungan baik kepada nasabah, mayoritas responden menjawab (setuju) sebanyak 10 orang atau sebesar 40,0%.

## B. Hasil Analisis Data

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normalitas *P-P Plot Of Regression Standardized Residual*. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**Gambar IV-1: Grafik Probably plot of regression standarized residual**

Gambar di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar mengikuti data di sepanjang garis diagonal, hal ini berarti data berdistribusi normal. Selain itu, uji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov-sumirnov* pada tingkat 5% (0,05).

Kriteria penarikan kesimpulan untuk menentukan normal atau tidaknya data pada uji *kolmogorov-sumirnov* adalah tidak signifikan (Asymp.Sig (2 tailed)  $> \alpha$  0,05).

## 2. Regresi Linear Sederhana

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana. Dalam penelitian ini terdapat 1 variabel independent, yaitu kualitas pelayanan serta 1 variabel dependent yaitu kepuasan nasabah. Adapun rumus dari regresi linear sederhana adalah:

$$Y' = a + bX$$

**Tabel IV-8**  
**Uji Regresi Linear Sederhana**

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.491	4.625		3.565	.002
Kualitas Pelayanan	.580	.126	.694	4.622	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS 16,0

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan menggunakan SPSS 16,0 di atas maka di dapat persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 16.491 + 0,580X$$

Dari persamaan regresi sederhana di atas, maka interpretasinya adalah jika kualitas pelayanan ditingkatkan hingga mencapai 100% maka kepuasan nasabah akan meningkatkan sebesar 0,580 (58,0%). Hal ini berarti hubungan variabel kualitas pelayanan adalah positif, sehingga dapat disimpulkan apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka nasabah yang bertransaksi di PT. BPRS Al Washliyah Medan akan puas.

### 3. Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat secara bersama-sama (serempak) pengaruh secara positif dan signifikan dari variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Uji F juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi sama dengan nol, dengan kriteria statistik pengujiannya sebagai berikut:

Langkah untuk melakukan uji F adalah dengan menentukan nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ . Perhitungannya yaitu ( $F_{tabel} (dk = 25-1-1 = 23, \alpha = 5\%) = 4.28$ ), hasil perhitungan dengan program SPSS 16,0 uji F secara simultan dapat terlihat pada tabel berikut:

**Tabel IV-9**  
**Uji F**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	242.572	1	242.572	21.361	.000 <sup>a</sup>
Residual	261.188	23	11.356		
Total	503.760	24			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah 21.361 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 4.28, berarti  $H_a$  diterima ( $H_0$  ditolak). Hal ini dikarenakan nilai  $21.361 > 4.28$ . maka dapat disimpulkan ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

#### 4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model regresi menerangkan variasi variabel dependent. Analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan seberapa besar variasi kepuasan nasabah yang dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan.

**Tabel IV-10**  
**Koefisien determinasi**

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.694 <sup>a</sup>	.482	.459	3.36987

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil SPSS

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis regresi secara keseluruhan menunjukkan nilai *R square* sebesar 0,482 hal ini berarti bahwa 48,2% variasi nilai kepuasan nasabah ditentukan oleh peran dari variabel kualitas pelayanan. Artinya, variabel kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 48,2% dan sisanya sebesar 51,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

### C. Pembahasan

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah**

Setelah penulis mendapatkan data penelitian melalui kuesioner yang dibagikan kepada 25 orang responden, terlihat bahwa nasabah PT. BPRS Al Washliyah Medan di dominasi oleh jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 60,0% atau 15 orang. Sedangkan untuk responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 40,0% atau 10 orang. Berdasarkan usia responden, nasabah PT. BPRS Al Washliyah Medan di dominasi oleh responden yang berusia < 25 tahun. Dilihat dari tingkat pendidikan responden, frekuensi terbesar didominasi oleh responden yang berpendidikan S1-S2 yaitu sebanyak 40,0% atau 10 orang. Berdasarkan tingkat pekerjaan responden nasabah PT. BPRS Al Washliyah Medan di dominasi oleh wiraswasta yaitu sebanyak 36,0% atau 9 orang.

Dengan demikian, nasabah PT. BPRS Al Washliyah Medan di dominasi oleh kelompok usia < 25 tahun dengan tingkat pendidikan S1-S2 dan jenis pekerjaan sebagai wiraswasta. Artinya, PT. BPRAS Al Washliyah Medan, sangat diminati oleh setiap kalangan masyarakat.

Dari hasil pengujian validitas terlihat bahwa semua item dari setiap pernyataan dinyatakan valid. Ini berarti instrumen yang digunakan merupakan instrumen yang benar dapat dijadikan alat ukur variabel kualitas pelayanan. Instrumen yang telah dinyatakan valid maka selanjutnya dapat diuji reliabilitas (*Cronbach Alpha*) adalah  $0,808 > 0,6$  maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang diuji adalah reliabel atau dapat dipercaya.

Pada pengujian regresi linear sederhana terlihat bahwa apabila kualitas pelayanan PT. BPRS Al Waashliyah Medan, ditingkatkan 100% maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 58,0%. Artinya, apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka nasabah di PT. BPRS Al Washliyah Medan akan puas dengan pelayanan dan kinerja karyawannya.

Hasil dari pengujian secara serempak (uji F) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. BPRS Al Washliyah Medan. Ini dapat dibuktikan pada tabel IV-8, terlihat bahwa nilai F hitung 21.361 lebih besar dari F tabel 4,28 dengan taraf signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka,

dapat disimpulkan  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya, kualitas pelayanan memiliki hubungan atau pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. BPRS Al Washliyah Medan.

Dari hasil penelitian Dian Pramana dengan judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pandangan Syariah (Studi Kasus Di Hotel Islam Aceh House Medan). Diperoleh hasil penelitian Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Islam Aceh House Medan.

Kualitas Pelayanan SDI meliputi Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy yang sering digunakan dalam perusahaan dengan tujuan menjaga keamanan kepuasan nasabah agar tetap loyal dan perusahaan itu dapat berkembang. Unsur-unsur dalam kualitas pelayanan SDI meliputi kesopanan dan ramah tamah yang merupakan standart dalam melayani tidak egois dan santun dalam bertutur kepada pelanggan, pengetahuan dan keahlian yang dilakukan petugas harus memiliki tingkat pendidikan tertentu yang diisyaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman dibidangnya dan kesediaan melayani yang merupakan benar-benar harus melayani kepada para pelanggan atau nasabah. Hal itu mencakup keberhasilan perusahaan dalam memperoleh loyalitas pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan SDI belum berjalan dengan baik dibuktikan dengan adanya kualitas pelayanan yang kurang diperhatikan oleh sistem pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama sehingga dapat menimbulkan hal-hal yang merugikan bagi perusahaan karena sifatnya yang sangat sensitif. Disamping itu kurangnya dalam memberikan layanan yang tidak sesuai dengan yang telah dijanjikan secara akurat misalnya karyawan yang tidak profesional dan tidak adanya ketelitian karyawan sehingga kepercayaan nasabah berkurang serta tidak adanya kepedulian dan kurangnya perhatian secara individu yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan yang mengakibatkan kepuasan dan loyalitas nasabah menurun.

Dengan demikian adanya pengaruh kualitas pelayanan SDI terhadap kepuasan nasabah dilihat dari aspek-aspek dalam kepuasan nasabah yang terdiri

dari kinerja merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan nasabah dalam membeli suatu produk serta kehandalan berupa kemungkinan barang atau jasa yang rusak atau gagal fungsi dalam periode tertentu dan kondisi tertentu yang dapat menghambat kegiatan operasional di bank tersebut, dapat dilihat dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan penulis terjadi persamaan adanya pengaruh secara simultan semua variabel memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah hal ini menunjukkan bahwa perlu dilakukan peningkatan kualitas pelayanan SDM agar mampu meningkatkan kepuasan nasabah di BPRS Berkah Ramadhan yang dilakukan dengan Hermanto dengan judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan SDM Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Pada BPRS Berkah Ramadhan.

Dari hasil-hasil pengujian di atas maka dapat disimpulkan bahwa meningkatnya kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Al Washliyah Medan. Hal ini dibuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah. Artinya, kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Al Washliyah Medan sudah sesuai dengan harapan nasabah.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan uji hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitiannya maka dapat disimpulkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil uji signifikan secara simultan (Uji F) dengan nilai  $F_{hitung}$  adalah 21.361 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 4.28, dengan tingkat signifikan sebesar 0,05. Hal ini berarti  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $21.361 > 4.28$ ), berarti  $H_a$  diterima sedangkan  $H_0$  ditolak. Maka, dari nilai tersebut berarti adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
2. Hasil analisis regresi secara keseluruhan menunjukkan nilai *R square* sebesar 0,482 yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 48,2% dan sisanya sebesar 51,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. PT. BPRS Al Washliyah Medan, hendaknya hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dan acuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai yang positif, yang berarti jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Maka dari itu PT. BPRS Al Washliyah Medan hendaknya meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memberikan kepuasan yang maksimal kepada setiap nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- Arep, Ishak dan Hendri Tanjung. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Bachmid, Sofyan. 2014. *Konsep Kualitas Pelayanan Dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Mahasiswa*. <http://www.academia.edu>.
- Consultan, Duwi. 2011. *Analisis Regresi Linear Sederhana*.blogspot.co.id.
- Elinda, Fika dan Ernawati, Nina. 2014. *Analisis Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen* dalam Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Hermanto. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan SDM Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi pada BPRS Berkah Ramadhan*. Jakarta, dalam Jurnal Etikonomi Vol. 12.
- Ismail, Drs. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Jayanthi, F. Reztry. 2014. *Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi di Bank Muamalat Cabang Malang)* dalam Jurnal Ilmiah.
- Juliandi, A., dan Irfan. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Bandung: Ciptapustaka.
- Juliandi, Azuar. et.al. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis*. UMSU PRESS.
- Kasmir, Dr. S.E., M.M. 2012. *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip. 2006. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, Philip & Ghary Armstrong. 2005. *Manajemen Pemasaran Ed. 11*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, Kevin L., Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Ed. 13*. Jakarta: Erlangga.
- Lingga Purnama, C.M. 2001. *Strategic Marketing Plan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Lupiyoadi, R., Hoon, A., Leong, M., Tan, C.T. 2006. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Yogyakarta: ANDI.
- Ma'ruf, Abdullah. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Oentoro, Deliyanti. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang PRESSindo.
- Permana, Agung. 2013. *Manajemen Marketing Perhotelan*. Yogyakarta: ANDI.
- Richard F. Gerson. 2012. *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Dr. Kasmir, S.E., M.M. Rajawali Pers.
- Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2014. *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sugiyono, Danang & Fathonah Eka Susanti. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan Pertama, Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Moderen*. Yogyakarta: Liberty Offset.
- Tatang, M. Amirin. 2011. *Populasi dan Sampel Penelitian 4, ukuran sampel rumus Slovin*, dalam [tatangmanguny.wordpress.com](http://tatangmanguny.wordpress.com).
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Pemasaran Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, *et.al.*. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI.