

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA PT. BPRS AMANAH INSAN CITA MEDAN  
ESTATE**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)  
Program Studi Perbankan syariah*

**Oleh :**

**INDA ASMAUL HUSNA**  
**1301270070**



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

## ABSTRAK

**INDA ASMAUL HUSNA. NPM 1301270070. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2017.**

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pandangan nasabah tentang kualitas pelayanan, menganalisis tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah, menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate.

Lembaga keuangan seperti perbankan merupakan instrumen penting dalam memperlancar jalannya pembangunan suatu bangsa. Saat ini perbankan syariah telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Banyaknya bank syariah yang berdiri, konsumen akan dihadapkan banyak pilihan akan produk bank syariah yang ditawarkan. Bagi nasabah pelayanan yang bermutu sangat penting agar tercapai kepuasan nasabah.

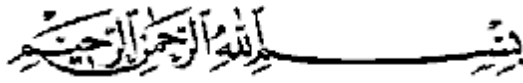
Kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi (puas, senang, atau bangga) yang dirasakan oleh konsumen ketika menerima sebuah produk atau jasa yang ditawarkan diatas rata-rata layanan sejenisnya.

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 50 orang nasabah PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket (kuisisioner). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif, yang digunakan untuk menganalisis hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan (1) Pandangan nasabah tentang kualitas pelayanan PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate mayoritas nasabah menyatakan puas atas layanan bank tersebut; (2) Tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate mayoritas nasabah menyatakan puas dan bersedia berkunjung kembali; (3) Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan**

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya. Dan tak lupa shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Uswah Khasanah Rasulullah SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate”.

Penulis menyadari bahwa isi kandungan dalam skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, tetapi penulis sudah berusaha untuk mendekati kesempurnaan dalam penyusunan dan penulisan.

Skripsi ini disusun guna memperoleh gelar sarjana (S1) di Fakultas Agama Islam Program Studi Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam penulisan skripsi ini tentu penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Orang tua penulis tersayang yaitu Ayahanda Sulaiman, S.Pd dan Ibunda Netty Asdawati dan Ibu Suparni serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan perhatian dan kasih sayang serta dukungannya, doa dan dorongan moril maupun materil kepada penulis. Dengan doa restu yang sangat mempengaruhi dalam kehidupan penulis, kiranya Allah SWT membalasnya dengan segala berkah-Nya.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qorib, M.A selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Zailani, S.Pd.I, MA selaku Wakil Dekan I, Bapak Munawir Pasaribu, S.Pd.I, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Selamat Pohan S.Ag, MA selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Azuar Juliandi, SE, S.Sos, M.Si. selaku dosen pembimbing yang banyak memberikan arahan dan bimbingannya dalam penyelesaian ataupun penyusunan skripsi.
7. Bapak/Ibu Dosen Perbankan Syariah khususnya yang telah banyak memberikan ilmu juga wawasannya dari mulai semester I-VII.
8. Bapak Rahman Qorib Lubis, M.E.I selaku Direktur Utama di PT. BPRS Amanah Insan Cita
9. Semua abang dan kakak staff karyawan PT. BPRS Amanah Insan Cita
10. Keluarga besar tercinta dan semua sahabat juga teman terbaik stambuk 2013 Perbankan Syariah : Wahyu Handayani, Astri Fahyani, Mutiara Budi, Yuyun Darwiyah Rambe, Arie Sushmita, Zana Chobita Rahmadhani dan Vicky Sari Diba yang saling memberikan motivasi, terus semangat menjalani aktivitasnya.
11. Dana Hadi Julpikar Muhar, S.Pd teman sekaligus motivator pribadi yang selama ini saling memberikan semangat demi kelarnya skripsi ini, terus berjuang.

Akhir kata dengan kerendahan hati, penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua terutama bagi penulis sendiri dan semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, Amin Ya Rabbal Alamin.

***Wassalamualaikum Wr.Wb.***

Medan, April 2017

Penulis,

**Inda Asmaul Husna**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	3
C. Batasan Masalah .....	4
D. Perumusan Masalah .....	4
E. Tujuan Penelitian .....	4
F. Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
A. Landasan Teori .....	6
1. Konsep Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Menurut Pandangan Islam .....	6
2. Konsep Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Menurut Pandangan Konvensional .....	9
3. Kajian Terdahulu Tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan .....	10
4. Parameter tentang Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan .....	13
B. Kerangka Berpikir .....	16
C. Hipotesis .....	16
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	17
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	17
C. Defenisi Operasional Variabel .....	18
D. Sumber Data .....	19
E. Populasi dan Sampel .....	19
F. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	20

G. Teknik Analisis Data .....	23
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>24</b>
A. Sejarah dan Kegiatan Operasional Perusahaan .....	24
1. Sejarah Perusahaan .....	24
2. Kegiatan Operasional Perusahaan .....	25
B. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas .....	27
1. Struktur Organisasi Perusahaan .....	27
2. Deskripsi Tugas .....	29
C. Deskripsi Data .....	42
1. Deskripsi Identitas Responden .....	42
2. Deskripsi Jawaban Angket .....	45
D. Pengujian Hipotesis .....	61
E. Pembahasan Penelitian .....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran .....	65

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

II.1	Penelitian Terdahulu .....	10
III.1	Jadwal Penelitian (Rencana) .....	18
III.2	Pengembangan Instrumen Angket .....	20
IV.1	Skala Likert .....	42
IV.2	Frekuensi Karakteristik Responden .....	43
IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	44
IV.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
IV.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah .....	45
IV.7	Lokasi bank cukup strategis dan mudah dijangkau .....	45
IV.8	Bank memiliki fasilitas yang menarik .....	46
IV.9	Bank menggunakan peralatan yang terlihat canggih dan modern .....	46
IV.10	Informasi yang diberikan bank mudah dimengerti dan dipahami .....	47
IV.11	Karyawan bank melayani semua nasabah sesuai dengan janjinya .....	47
IV.12	Karyawan bank memberikan pelayanan yang adil/sama kepada semua nasabah .....	48
IV.13	Karyawan bank melayani nasabah dengan baik sejak pertama kali datang .....	48
IV.14	Karyawan bank menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya dengan jelas .....	49
IV.15	Karyawan bank dapat memahami kebutuhan nasabah dengan baik .....	49
IV.16	Karyawan bank melayani dengan baik pada jam-jam kerja .....	50
IV.17	Karyawan bank melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien .....	50
IV.18	Karyawan bank memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah .....	51
IV.19	Lokasi karyawan bank menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi .....	51
IV.20	Lokasi karyawan bank menjamin kerahasiaan data nasabah dengan baik .....	52
IV.21	Transaksi di bank bebas dari kekeliruan .....	52
IV.22	Karyawan bank mampu menumbuhkan rasa kepercayaan kepada nasabah .....	52
IV.23	Sikap karyawan bank cukup simpatik dalam memberikan pelayanan .....	53
IV.24	Karyawan bank bersikap ramah dan sopan dalam melayani nasabah .....	53
IV.25	Karyawan bank penuh perhatian dalam melayani nasabah .....	54
IV.26	Karyawan bank cukup sabar dalam melayani nasabah .....	54

IV.27	Menggunakan produk bank cukup menguntungkan nasabah .....	55
IV.28	Pelayanan karyawan bank sesuai dengan yang diharapkan nasabah .....	55
IV.29	Fasilitas utama bank yang didapatkan sesuai dengan harapan nasabah .....	56
IV.30	Berminat untuk berkunjung kembali karena layanan yang diberikan bank cukup memuaskan .....	56
IV.31	Berminat untuk berkunjung kembali karena manfaat yang diberikan bank cukup mampu dirasakan nasabah .....	57
IV.32	Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan bank cukup memadai .....	57
IV.33	Bersedia mengajak rekan untuk menggunakan produk pelayanan bank karena pelayanannya cukup memuaskan .....	58
IV.34	Bersedia mengajak untuk menggunakan produk pelayanan bank karena fasilitas perbankan yang tersedia cukup memuaskan .....	58
IV.35	Bersedia mengajak untuk menggunakan produk pelayanan bank karena manfaat yang dirasakan selama ini cukup berarti.....	59
IV.36	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	60
IV.37	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	61
IV.38	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	62
IV.39	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan .....	62
IV.40	Output Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	62
IV.41	Tabel Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	63



## **DAFTAR GAMBAR**

II.1	Kerangka Berpikir Penelitian .....	16
III.1	Kerangka Model Analisis .....	23
IV.1	Struktur Organisasi PT. BPRS Amanah Insan Cita .....	28

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan seperti perbankan merupakan instrumen penting dalam memperlancar jalannya pembangunan suatu bangsa. Saat ini perbankan syariah telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Banyaknya bank syariah yang berdiri, konsumen akan dihadapkan banyak pilihan akan produk bank syariah yang ditawarkan. Bagi nasabah pelayanan yang bermutu sangat penting agar tercapai kepuasan nasabah.

Meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan merupakan salah satu hal yang menjadi tujuan bagi setiap perusahaan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama terhadap harapan pelanggan serta kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan memaksimumkan pengalaman yang kurang menyenangkan.

Kepuasan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.<sup>1</sup> Kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi (puas, senang, atau bangga) yang dirasakan oleh konsumen ketika menerima sebuah produk atau jasa yang ditawarkan diatas rata-rata layanan sejenisnya.<sup>2</sup>

Kepuasan pelanggan seperti di atas dapat tercapai. Diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi

---

<sup>1</sup> Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2002), h. 3.

<sup>2</sup> Hartoto Soedarmo, *Menjadi Kaya dengan UKM Otomotif Roda Dua* (Jakarta:2006), h. 70.

keinginan dan meningkatkan kepuasan.<sup>3</sup> Jika kualitas layanan yang diberikan baik pelanggan akan merasa puas, demikian juga sebaliknya pelanggan akan tidak puas bila persepsinya pada kualitas layanan yang diberikan buruk.<sup>4</sup>

Beberapa penelitian terdahulu telah berupaya mengkaji tentang kepuasan pelanggan khususnya di kalangan perbankan konvensional maupun syariah. Salah satu penelitian di bank konvensional yang telah dilakukan adalah kajian untuk mengetahui kualitas pelayanan, citra perusahaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian lainnya adalah untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.<sup>5</sup> Dalam penelitian yang berbeda, yakni di bank syariah adalah kajian untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, keadilan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.<sup>6</sup> Selanjutnya penelitian lain pada bank syariah adalah untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan.<sup>7</sup>

Sejalan dengan penelitian-penelitian yang telah dikemukakan di atas, penelitian ini juga mengkaji masalah kepuasan pelanggan. Namun perbedaan penelitian yang penulis lakukan kali ini dengan penelitian-penelitian tersebut adalah terletak pada variabel-variabel yang digunakan. Penelitian Pontoh, Kawet dan Tumbuan (2014) menggunakan variabel-variabel kualitas layanan, citra perusahaan kepercayaan dan kepuasan. Sedangkan penelitian Mardikawati dan Farida (2013) menggunakan variabel-variabel nilai pelanggan, kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Sementara itu Junaedi (2012) menggunakan variabel-variabel kualitas layanan, keadilan, kepuasan nasabah dan

---

<sup>3</sup> Michael B. Pontoh, et al. "Kualitas Layanan, Citra Layanan dan Kepercayaan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado," *Jurnal EMBA*, (September 2014), vol. 2, h. 286.

<sup>4</sup> Ikfi Akmalia, "Analisis Kepuasan Nasabah atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang," *Jurnal Manajemen Bisnis*, (April 2012), vol. 2, h. 69.

<sup>5</sup> Woro Mardikawati dan Naili Farida, "Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan, melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi," *Jurnal Administrasi Bisnis*, (Maret 2013), vol. 2, h. 64.

<sup>6</sup> Achmad Tavip Junaedi, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah", *Jurnal Aplikasi Manajemen*, (Maret 2012), vol. 10, h. 161.

<sup>7</sup> Ikfi Akmalia, "Analisis Kepuasan Nasabah atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang," *Jurnal Manajemen Bisnis*, (April 2012), vol. 2, h. 69.

loyalitas pelanggan. Dan pada penelitian Akmalia (2012) menggunakan variabel-variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Mengingat peran yang cukup strategis dari kepuasan pelanggan terhadap kelangsungan hidup perusahaan penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian tentang masalah tersebut yang dikaitkan dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan diduga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Permasalahan-permasalahan kepuasan pelanggan seperti di atas dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan dan nilai-nilai perusahaan.<sup>8</sup> Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.<sup>9</sup>

Berdasarkan latar belakang tersebut, melihat permasalahan di atas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penelitian pendahuluan (pra-riset) yang telah penulis lakukan, telah teridentifikasi beberapa permasalahan yang terkait dengan kepuasan pelanggan di PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate, antara lain:

1. Kualitas pelayanan yang ada belum mampu meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan produk/jasa PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate.
2. Konsumen/pelanggan sering kecewa karena kualitas pelayanan yang belum maksimal.
3. Adanya loyalitas nasabah yang rendah terhadap produk/jasa PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate.

---

<sup>8</sup> Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), h. 51

<sup>9</sup> Freddy Rangkuti, *Measuring Customer satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), h. 30

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya, maka penulis tidak mengkaji seluruh faktor kepuasan pelanggan, tetapi hanya dibatasi pada satu faktor saja yakni pelayanan. Asumsinya, jika pelayanan berkualitas maka pelanggan akan merasa puas. Dari sisi objek yang diteliti, penelitian ini hanya mengambil studi kasus pada salah satu lembaga perbankan Syariah di Kota Medan, yakni di PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate.

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan masalah yang telah dibatasi sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pandangan nasabah tentang kualitas pelayanan di PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate?
2. Bagaimana tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate?
3. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate?

### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah relevan dengan rumusan masalah sebelumnya, yakni sebagai berikut:

1. Menganalisis pandangan nasabah tentang kualitas pelayanan di PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate.
2. Menganalisis tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate.
3. Menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate.

## **F. Kegunaan Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan memperluas cakrawala wawasan peneliti serta dapat lebih memahami pentingnya layanan dalam membentuk kepuasan nasabah dalam praktek di dunia perbankan.
2. Penelitian ini dapat memberi masukan yang bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan layanan dengan memperhatikan kepuasan pelanggan.

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Landasan Teori

#### 1. Konsep Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Menurut Pandangan Islam

Dalam perspektif Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Penulis berupaya untuk menelaah sebagianayat al-Qur'an dan Hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Akan tetapi sebelum berbicara lebih jauh Islam meletakkan batasan yang difirmankan oleh Allah dalam salah satu ayat yang berbunyi sebagai berikut:

*“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”<sup>10</sup>*

(Q.S. Al-Isra',17:35)

Dalam tafsir Ibnu Katsir, ayat di atas dijelaskan bahwa kita harus menyempurnakantakaran apabila menakar, tanpa megurangi dan tidak mengurangi harta benda orang lain.<sup>11</sup>

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.”<sup>12</sup>*

(Q.S. An-Nisaa',4:29)

---

<sup>10</sup>Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Semarang: PT. Karya Toha Putra), h. 544.

<sup>11</sup> Muhammad Nasib dan Ar-Rifa'i, *Kemudahan dari Allah: Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir* (Jakarta: Gema Insani, 2000), h. 59.

<sup>12</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Semarang: PT. Karya Toha Putra), h. 153.

Dalam tafsir Imam Syafi'i dinyatakan bahwa Rasulullah mengharamkan beberapa macam jual-beli, antara lain, jual-beli dinar dengan dinar dengan pembayaran kredit dan lain sebagainya. Lalu kaum muslimin pun mengharamkannya dengan pengaraman beliau tersebut. Hal ini dan yang lainnya tidak bertentangan dengan Kitabullah. Tidaklah boleh dikatakan bahwa Rasulullah hanya mengharamkan jual-beli yang diharamkan sebelum turunnya firman Allah seperti di atas.<sup>13</sup>

Dalam salah satu Hadits Rasulullah saw. memerintahkan kepada kita agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikan bermanfaat bagi sesama sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang. Hal ini beliau sampaikan dalam sebuah Hadits yang diriwayatkan sahabat Jabir bin Abdillah:

*“Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi sesamanya”.*

(HR.Ath Thabarani, Al Mu'jam Al Awsath, 5787)

Dalam kitab Shahih Muslim sahabat Abu Hurairah RA meriwayatkan sebuah Hadits yang berbunyi :

*“Barang siapa menghilangkan (memberikan solusi) kesukaran seorang mukmin didunia maka kelak Allah akan menghilangkan kesukarannya dihari kiamat. Barang siapa yang memberikan kemudahan bagi orang yang sedang mengalami kesulitan, maka Allah akan memudahkan urusan duniawi dan akhiratnya. Dan barang siapa menutupi (aib) seorang muslim, maka Allah akan menutupi (keburukannya) didunia dan akhirat, dan Allah akan senantiasa membantu hamba-Nya selama dia mau membantu saudaranya.”<sup>14</sup>*

(H.R. Muslim, 2699)

Hadits berikutnya adalah tentang standar layanan yang harus diberikan kepada sesama. Beliau Rasulullah saw bersabda:

---

<sup>13</sup> Syaikh Ahmad Musthafa dan Al-Farran, *Tafsir Imam Syafi'I* (Jakarta: Almahira, 2008), h. 123.

<sup>14</sup> H.R. Muslim. (2017). Shahih Muslim. Retrieved Januari 10, 2017, from Lidwa Pusaka: <http://app.lidwa.com/>.



*“Tidak sempurna iman seseorang sampai dia mencintai saudaranya seperti dia mencintai dirinya sendiri”.*<sup>15</sup>

(H.R. Bukhari, 13).

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 surah 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 buru-buru lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.*<sup>16</sup>

(QS. Al-Baqarah,2:267)

Pada ayat 267 ini Allah menjelaskan pedoman yang harus diperhatikan berkaitan dengan kualitas harta yang akan diinfakkan, bahwa harta tersebut hendaknya merupakan harta terbaik dan paling dicintai, sehingga dengan demikian pedoman tentang infak dan penggunaan kekayaan pada jalan Allah menjadi lengkap dan sempurna.<sup>17</sup>

*“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah ampunan bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”.*<sup>18</sup>

(QS. Ali Imran, 3:159)

---

<sup>15</sup> H.R. Bukhari. (2017). *Shahih Bukhari*. Retrieved Januari 10, 2017, from Lidwa Pusaka: <http://app.lidwa.com/>.

<sup>16</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Semarang: PT. Karya Toha Putra), h. 83.

<sup>17</sup> Sayyid Quthb, *Tafsir Fi Zhilail Quran* (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 54.

<sup>18</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Semarang: PT. Karya Toha Putra), h. 130.

Sebagaimana halnya pelaksanaan teoretis, tampak didalam tindakan Rasulullah saw. Untuk menganulir keputusan musyawarah setelah diambilnya keputusan terhadap suatu pendapat tertentu yang dipandang kuat. Hal itu dimaksudkan untuk memelihara prinsip musyawarah itu sendiri, agar tidak menjadi sarana membuat goncangan-goncangan dan melupuhkan gerak. Dengan demikian, kloplah antara pengarah dan pelaksanaan.<sup>19</sup>

Hadis Rasulullah saw diriwayatkan oleh Bukhari, yaitu:

*“Apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang bagaimana caranya menyia-nyiakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya”*<sup>20</sup>

(H.R. Bukhari, 6015)

*“Semoga kasih sayang Allah dilimpahkan kepada orang yang bersikap lemah lembut (ramah) pada saat membeli, menjual, mengutang dan meminta kembali uangnya”*<sup>21</sup>

(H.R. Bukhari dan Ibnu Majah, 7495)

## **2. Konsep Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Menurut Pandangan Konvensional**

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.<sup>22</sup> Dengan demikian pelayanan pelanggan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Kualitas pelayanan yang baik akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan dan akan memberikan ciri positif bagi perbankan sehingga karyawan akan lebih percaya diri dan semangat dalam melayani nasabah.

---

<sup>19</sup>Sayyid Quthb, *Tafsir Fi Zhilail Quran* (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 54.

<sup>20</sup>H.R. Bukhari. (2017). *Shahih Bukhari*. Retrieved Januari 10, 2017, from Lidwa Pusaka: <http://app.lidwa.com/>.

<sup>21</sup>*Ibid*

<sup>22</sup>Fandy Tjiptono, *Manajemen Pelayanan Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2007), h. 33.

Kualitas pelayanan berkaitan dengan kepuasan pelanggan atau konsumen. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.<sup>23</sup> Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kerja lain) dan kerja actual yang dirasakan setelah pemakaiannya.<sup>24</sup>

Dengan demikian, kepuasan pelanggan tidak berarti memberikan kepada pelanggan apa yang kita perkirakan disukai oleh pelanggan. Namun kita harus memberikan apa yang sebenarnya mereka inginkan, kapan diperlukan dan dengan cara apa mereka memperolehnya. Kepuasan nasabah akan memberikan manfaat bagi perusahaan antara lain: hubungan antar perusahaan dan nasabahnya menjadi harmonis, terciptanya dorongan pembelian ulang oleh nasabah dan selanjutnya berdampak pada kesediaan nasabah tersebut untuk merekomendasikan kepada calon nasabah.

### 3. Kajian Terdahulu Tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

#### Penelitian Terdahulu

Tabel II.1

No.	Judul	Variabel	Hasil
1.	Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado	Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Kepuasan.	Menunjukkan secara simultan, kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepada kepuasan nasabah, secara parsial citra perusahaan

<sup>23</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Indeks, 2007), h. 177.

<sup>24</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi, 2002), h. 24

			berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2.	Analisis Kepuasan Nasabah atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang	Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah	Berdasarkan indeks kepuasan pelanggan (IKP) diketahui bahwa nasabah setuju atas indikator kualitas pelayanan.
3.	Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan, melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap)	Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	Responden puas terhadap layanan bus efisiensi, semakin baik kualitas layanan yang diberikan PO Efisiensi, responden yang merasa puas ketika menggunakan jasa bus efisiensi, akan memberikan dasar hubungan jangka panjang bagi mereka terhadap perusahaan
4.	Analisis Pengaruh Kualitas Pekayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank	Kualitas Pelayanan, Keadilan, Keputusan Pelanggan dan Loyalitas Nasabah	Loyalitas dapat dipertahankan jika diimplementasikan dengan kualitas pelayanan yang lebih baik, kualitas

	Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Propinsi Riau)		pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan pelanggan, memuaskan pelanggan akan selalu setia dengan perbankan syariah. Keadilan untuk bagi hasil akan membuat memuaskan pelanggan, tetapi keadilan bagi hasil tidak signifikan dipengaruhi dengan loyalitas pelanggan.
--	--	--	---

Hasil penelitian terdahulu bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Mardikawati & Farida, 2013, hal. 74; Pontoh, Kawet, & Tumbuan, 2014, hal. 296). Berdasarkan penelitian tersebut maka penulis dapat menduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, mengidentifikasi bahwa kualitas pelayanan sangat penting dalam jasa perbankan khususnya bank syariah (Junaedi, 2012, hal. 174; Akmalia, 2012, hal. 78).

Adapun yang penulis lakukan dalam penelitian ini yaitu tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan/nasabah pada PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate. Dan sepengetahuan penulis, belum ada penelitian yang membahas masalah tersebut di perusahaan tersebut. Sehingga penelitian ini benar-benar berbeda dari penelitian sebelumnya seperti yang penulis paparkan diatas.

#### 4. Parameter Tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Dalam bagian ini penulis mengkaji teori tentang parameter atau indikator pelayanan dan kepuasan pelanggan.

*Pertama*, indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

- a. Reliabilitas, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- b. Responsivitas, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- c. Jaminan, mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan, bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan.
- d. Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individu para pelanggan.
- e. Bukti Fisik, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan secara komunikasi.<sup>25</sup>

Dimensi kualitas pelayanan diantaranya adalah:

- a. *Tangibles* (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
- b. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. *Assurance* (jaminan dan kepastian), yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

---

<sup>25</sup> Fandy Tjiptono dan Chandra Gregorius, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: Andi, 2012), h. 75.

- e. *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.<sup>26</sup>

Berdasarkan uraian indikator pelayanan jasa di atas, indikator kualitas pelayanan ini harus ada di dalam suatu organisasi yang bergerak di bidang pelayanan jasa. Indikator kualitas dijadikan sebagai tolak ukur suatu pelayanan yang berkualitas.

*Kedua*, Indikator kepuasan nasabah terdiri dari:

- a. Kesesuaian harapan, merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh nasabah dengan yang dirasakan oleh nasabah, meliputi:
  - a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi yang diharapkan.
  - b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
  - c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b. Minat berkunjung kembali, merupakan kesediaan nasabah untuk berkunjung kembali untuk melakukan pembelian ulang oleh karyawan memuaskan, seperti:
  - a) Berminat untuk berkunjung kembali karena layanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
  - b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diberikan diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
  - c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Kesediaan merekomendasikan:
  - a) Masyarakat tertentu atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.

---

<sup>26</sup>Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 148.

- b) Masyarakat teman atau kerabat untuk kembali produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c) Masyarakat teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.<sup>27</sup>

Dalam pendapat yang lain disebutkan bahwa ada 4 metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

- a. *Sistem keluhan dan saran* yaitu perusahaan memberi kesempatan kepada konsumen untuk mengutarakan saran maupun keluhan yang dirasakan.
- b. *Ghost Shopping* yaitu dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pembeli pada perusahaan pesaing, guna mengetahui kelebihan dan kelemahan dari perusahaan tersebut.
- c. *Lost Customer Analysis* yaitu dengan cara menghubungi pelanggan-pelanggan yang telah berhenti membeli untuk mengetahui mengapa hal itu bisa terjadi.
- d. *Survey Kepuasan Konsumen* yaitu kepuasan pelanggan dengan menggunakan survey, baik melalui pos, telepon, email, website, maupun wawancara langsung melalui survey, perusahaan akan memperoleh langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif, bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.<sup>28</sup>

Kesimpulannya ialah bahwa harapan pelanggan/nasabah cenderung dan semakin tinggi dengan semakin banyaknya “kabar baik” yang didengar dari orang lain semakin banyaknya nasabah mengkonsumsi produk kebutuhan yang semakin meningkat dan janji manis diiklankan secara *external communication*.

---

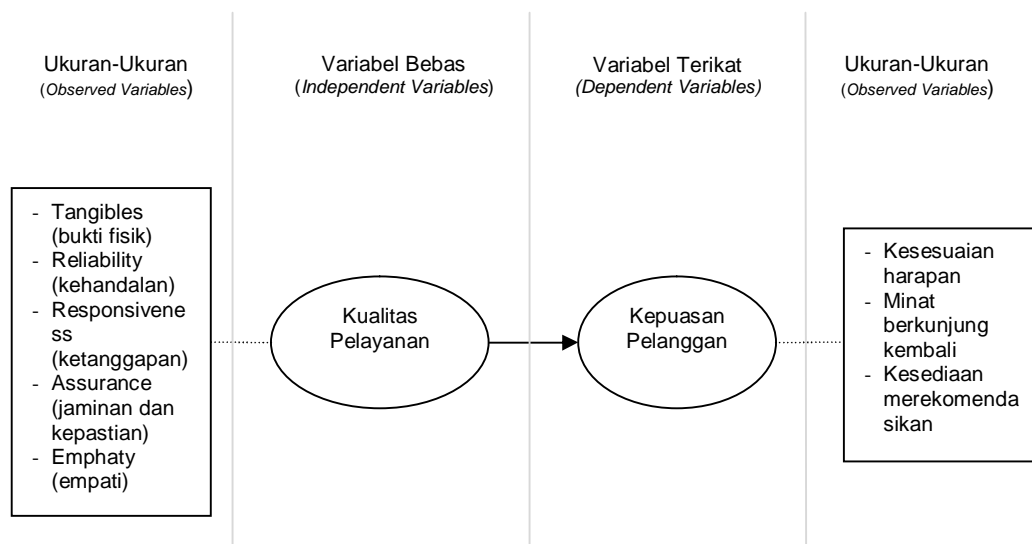
<sup>27</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategis edisi 2* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), h. 101.

<sup>28</sup> Ikfi Akmalia, “Analisis Kepuasan Nasabah atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang,” *Jurnal Manajemen Bisnis*, (April 2012), vol, 2, h. 71.



## B. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kajian teori yang telah dijelaskan diatas, maka penulis membuat suatu kerangka berpikir penelitian yang memperlihatkan keterkaitan variabel-variabel di dalam penelitian ini.



**Gambar II.1 Kerangka Berpikir Penelitian**

## C. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang kemungkinan benar atau kemungkinan juga salah. Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah, dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan. Oleh karena itu, pada penulisan laporan ini, penulis akan mengajukan hipotesis sebagai berikut: "Terdapat pengaruh yang signifikan pelayanan terhadap kepuasan nasabah".

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian kualitatif permasalahan tidak ditentukan di awal. tetapi permasalahan ditemukan setelah penelitian terjun ke lapangan dan apabila peneliti memperoleh permasalahan baru maka permasalahan tersebut diteliti kembali sampai semua permasalahan telah jenuh dan telah terjawab. Sementara itu penelitian kuantitatif tidak dilakukan secara mendalam. Umumnya menyelidiki permukaan saja, dengan demikian memerlukan waktu relatif lebih singkat dibanding dengan penelitian kualitatif.<sup>29</sup>

Penelitian ini tidak dilakukan secara mendalam karena data yang dikumpulkan hanya menggunakan angket, bukan wawancara mendalam (*deep interview*).

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

Tempat penelitian ini dilakukan pada PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate yang beralamat di Jl. Willem Iskandar Komp. MMTC Blok AA-5 Medan Estate.

Penelitian ini direncanakan akan dilakukan pada bulan November 2016 sampai dengan April 2017, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.

---

<sup>29</sup> Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), h. 12-13.

**Tabel III.1**  
**Jadwal Penelitian (Rencana)**

No	Kegiatan	November 2016				Desember 2016				Januari 2017				Februari 2017				Maret 2017				April 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	Pembuatan Proposal																								
3	Bimbingan Proposal																								
4	Seminar Proposal																								
5	Pengumpulan Data																								
6	Penyusunan Skripsi																								
7	Bimbingan Skripsi																								
8	Sidang Meja Hijau																								

### C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dalam penelitian ini mengemukakan tentang parameter atau indikator masing-masing variabel penelitian.

Variabel kualitas pelayanan diukur dengan indikator-indikator sebagai berikut:

1. *Tangibles* (bukti fisik)
2. *Reliability* (kehandalan)
3. *Responsiveness* (ketanggapan)
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian)

5. *Emphaty* (empati).<sup>30</sup>

Sementara itu, variabel kepuasan pelanggan diukur dengan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasikan.<sup>31</sup>

#### D. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang penulis gunakan yaitu sumber data primer. Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya, dan data tersebut sebelumnya tidak ada.<sup>32</sup> Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari penyebaran angket kepada nasabah-nasabah PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate.

#### E. Populasi dan Sampel

Penelitian ini membutuhkan sampel yang diambil dari populasi sebagai calon responden penelitian.

Populasi yang menjadi target dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah-nasabah di PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate yang berkunjung ke kantor perusahaan selama hari kerja dalam kurun waktu satu hingga dua minggu. Mengingat jumlah populasi seperti itu tidak diketahui dengan pasti maka penulis mengambil sampel minimal sebanyak 50 responden. Jika ternyata dalam waktu yang ditetapkan jumlah sampel tidak tercapai, maka penulis akan mendatangi nasabah ke lokasi tempat tinggalnya masing-masing berdasarkan data alamat yang diperoleh dari perusahaan.

Teknik sampling seperti di atas tergolong teknik *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana seluruh anggota/elemen populasi tidak

---

<sup>30</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 148.

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Strategis edisi 2* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), h. 101.

<sup>32</sup> Azuar Juliandi, et al. *Metodologi Penelitian Bisnis* (Medan: UMSU Press, 2015), h. 65.

memiliki peluang (*probability*) yang sama untuk dijadikan sebagai sampel.<sup>33</sup> Salah satu teknik nonprobability sampling yang penulis gunakan adalah *accidental sampling* yang berarti sampel yang diperoleh berdasarkan siapa yang dijumpai.<sup>34</sup>

#### F. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan angket/kuisisioner, yaitu mengumpulkan data dengan cara menyebarkan lembar pertanyaan/ Pernyataan tertulis tentang suatu fakta dan kebenaran yang diketahui oleh subjek.<sup>35</sup>

**Tabel Pengembangan Instrumen Angket**  
**Tabel III.2**

Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Nomor Item Pertanyaan
Kualitas Pelayanan	Tangibles (bukti fisik)	Lokasi PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate strategis dan mudah dijangkau	1
		PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate memiliki fasilitas yang menarik, nyaman dan bersih	2
		PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate menggunakan peralatan yang terlihat canggih dan modern	3
		Informasi yang diberikan PT. BPRS Amanah Insan Cita mudah dimengerti dan dipahami	4
	Reliability (kehandalan)	PT. BPRS Amanah Insan Cita melayani semua nasabah sesuai dengan janjinya	5
		PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate memberikan pelayanan yang sama sepanjang hari kepada semua nasabah	6
		PT. BPRS Amanah Insan Cita melayani nasabah sejak pertama kali datang	7
		PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya	8
	Responsiveness (ketanggapan)	Staf PT. BPRS Amanah Insan Cita mengetahui kebutuhan nasabah	9
		Staf PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate tetap ada pada jam-jam kerja (sibuk)	10

<sup>33</sup> *Ibid*, h. 53

<sup>34</sup> Wasis, *Pedoman Riset Praktis untuk Profesi Perawat* (Jakarta: EGC, 2006), h. 51.

<sup>35</sup> Azuar Juliandi, et al. *Metodologi Penelitian Bisnis* (Medan: UMSU Press, 2015), h. 68.

Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Nomor Item Pertanyaan
		Staf PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien	11
		Staf PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah	12
	Assurance (jaminan)	PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi	13
		PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate dapat menyimpan data dengan benar dan akurat	14
		Transaksi di PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate bebas dari kekeliruan	15
		Staf PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate dapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah	16
	Emphaty (empati)	Staf PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate selalu menajalankan tugasnya dengan benar dan tepat	17
		Staf PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi	18
		Staf PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi	19
		Staf PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah	20
Kepuasan Pelanggan	Kesesuaian harapan	PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate memberi kemudahan bagi anda dalam melakukan transaksi perbankan	1
		Anda merasa senang menabung di PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate	2
		Pelayanan yang diberikan pihak bank sangat memuaskan	3
	Minat berkunjung kembali	Pihak bank memberikan pelayanan administrasi dengan baik	4
		Keramahan nasabah dapat memberikan kepuasan kepada nasabah	5
		Prosedur klaim yang dilakukan telah memberikan kepuasan bagi nasabah	6
		Produk tabungan yang tersedia sangat membantu nasabah	7
		Saya berkeinginan untuk menjadi nasabah di PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate	8
	Kesediaan merekomendasikan	Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain bahwa menjadi nasabah di PT. BPRS AIC mendapat kepuasan	9
		Saya akan merekomendasikan kepada	10

Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Nomor Item Pertanyaan
		orang lain untuk menggunakan jasa perbankan di PT. BPRS AIC	

Agar angket penelitian merupakan alat pengumpul data yang baik dan benar, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas.

*Pertama*, uji validitas. Validitas memiliki nama lain seperti sah, tepat, benar. Menguji validitas berarti menguji sejauhmana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel penelitian. Jika instrumen valid/benar maka hasil pengukuranpun kemungkinan akan benar.<sup>36</sup>

Teknik statistik yang dapat digunakan adalah korelasi. Kriteria menarik kesimpulan untuk menentukan valid tidaknya suatu instrumen adalah dengan melihat probabilitas kesalahan dari korelasi (disimbolkan dengan Sig). Nilai kesalahan (Sig) hasil dari perhitungan SPSS tersebut dibandingkan dengan probabilitas kesalahan yang ditetapkan oleh peneliti yang disimbolkan dengan alpha ( $\alpha$ ). Umumnya dalam penelitian sosial nilai  $\alpha$  yang dipilih adalah 0,05. Jika nilai  $\text{Sig} < \alpha_{0,05}$ , maka suatu item instrumen yang diuji korelasinya adalah valid.<sup>37</sup>

*Kedua*, uji reliabilitas. Reliabilitas memiliki berbagai nama lain seperti keterpercayaan, kehandalan, kestabilan. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrumen penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Pengujian reliabilitas dengan cara menggunakan teknik *Cronbach Alpha* (Arikunto 2002).

Pengolahan data untuk pengujian reliabilitas seperti rumus diatas dapat juga menggunakan SPSS seperti halnya pada pengujian validitas. Kriteria penarikan kesimpulan pengujian reliabilitas adalah dengan membandingkan nilai koefisien reliabilitas dengan r-tabel. Jika nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari nilai r-tabel maka suatu instrumen adalah reliabel.<sup>38</sup>

---

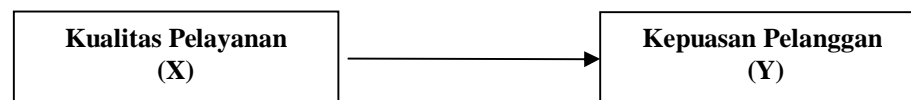
<sup>36</sup> *Ibid*, h. 76

<sup>37</sup> *Ibid*, h. 79

<sup>38</sup> *Ibid*, h. 83

### G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif, yang digunakan untuk menganalisis hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.



**Gambar III.1 Kerangka Model Analisis**

Hipotesis statistik untuk model di atas adalah:

1.  $H_0: \rho=0$  (hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan adalah signifikan)
2.  $H_a: \rho \neq 0$  (hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya adalah tidak signifikan).

Kriteria penarikan kesimpulan pengujian hipotesis statistik tersebut adalah dilihat dari nilai hasil pengolahan SPSS, yakni dengan membandingkan nilai probabilitas yang dihitung dengan nilai probabilitas yang ditetapkan, antara lain:

1. Tolak  $H_0$  jika nilai probabilitas kesalahan yang dihitung lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditetapkan ( $\text{Sig} < \alpha_{0,05}$ )
2. Terima  $H_0$  jika probabilitas kesalahan yang dihitung lebih besar dari probabilitas kesalahan yang ditetapkan ( $\text{Sig} > \alpha_{0,05}$ ).<sup>39</sup>

<sup>39</sup> *Ibid*, h.93



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Sejarah Dan Kegiatan Operasional Perusahaan**

##### **1. Sejarah Perusahaan**

PT. BPRS Amanah Insan Cita beralamat di Jl. Williem Iskandar Komp.MMTC BLOK AA-5, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. Didirikan pada tanggal 22 Februari 2008 berdasarkan Akte Notaris nomor: 11 2008 tanggal 22 Februari 2008. Mulai beroperasi tanggal 08 Desember 2010 sesuai dengan izin Bank Indonesia nomor: 12/3/KEP.GBI/DpG/2010 Tanggal 19 Desember 2010. Dengan nomor sandi 620155.001.

Berdasarkan Akte Perubahan Anggaran Dasar Perseroan No. AHU-0033295.AH.01.09. Tahun 2012 dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia jumlah modal adalah Rp 4 Milyar. Dan telah disetor sebesar Rp 1.827 juta, dengan komposisi kepemilikan terdiri dari : H. Rudi Dogar Harahap, SE.MBA, M.HUM (29,4%), H. Sutar, SE.Ak (29,4%), H. Syahrul Zain Nasution, SE (29,4%) dan masyarakat (11,8%).

Pengurus PT. BPRS Amanah Insan Cita adalah Rahman Qorib Lubis (Direktur Utama), Abdul Wahab (Direktur Operasional), H. Sutar, SE.Ak (Komisaris Utama) dan H. Syahrul Zain Nasution, SE (Anggota Komisaris). Dewan Pengawas Syariah terdiri dari Drs, Sugianto, MA (Ketua) dan Muhammad Yafiz, MA (Anggota).

Karyawan PT.BPRS Amanah Insan Cita berjumlah 12 orang, terdiri dari 2 orang Direksi, 10 orang karyawan dan 1 orang petugas kebersihan.

Sampai saat ini PT. BPRS Amanah Insan Cita beroperasi dengan 2 kantor yang berfungsi sebagai kantor pusat operasional dan kantor cabang.

Total asset PT. BPRS Amanah Insan Cita per 31 Desember 2015 adalah Rp 15.880.265.878 dan laba sebesar Rp 430.300.201.

PT. BPRS Amanah Insan Cita didirikan oleh:

1. H. Bachtiar Chamsah, SE
2. Dr. Ir. Abdul Asri Hrp, SE, MM

3. H. Rusdi Lubis, SH,MMA
4. Dr. Ir. Tavi Supriana, MS
5. H. Rudi Dogar Hrp, SE, MBA, MHum
6. H. Sutar, SE, Ak
7. H. Syahrul Zain Nasution, SE

Adapun Visi dan Misi dari PT. BPRS Amanah Insan Cita :

- a. Visi
  - 1) Menjadikan BPR Syariah yang sehat
- b. Misi
  - 1) Menerapkan prinsip syariah secara murni
  - 2) Menggunakan teknologi yang handal agar tercapai efisiensi dan kualitas.

## **2. Kegiatan Operasional Perusahaan**

Berdasarkan UU No. 10 Tahun 1998, BPR/BPRS tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, bidang usahanya meliputi:

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- b. Memberikan kredit.
- c. Menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan Bank Indonesia.
- d. Menempatkan dananya dalam bentuk sertifikat Bank Indonesia (SBI), deposito berjangka, dan/atau tabungan pada bank lain. BPRS melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang merupakan implementasi dari prinsip ekonomi islam yang mengharamkan “Riba” dalam berbagai bentuknya. Transaksi yang sesuai dengan prinsip syariah harus memenuhi syarat, yaitu:
  1. Tidak mengandung unsur kedzaliman.
  2. Bukan riba.
  3. Tidak membahayakan pihak sendiri atau pihak lain.

4. Tidak ada penipuan (gharar).
5. Tidak mengandung materi-materi yang diharamkan.
6. Tidak mengandung unsur judi (maysir).

Dalam kegiatan menghimpun dana dari masyarakat BPRS menggunakan:

1. Wadiah, yaitu titipan nasabah yang boleh dimanfaatkan (yad-dhamanah) dan/atau yang tidak boleh dimanfaatkan (yad-amanah) oleh BPRS sebelum diambil kembali oleh penitip.
2. Mudharabah, yaitu kerjasama usaha antara pemilik dana dengan pengelola dana (BPRS) dimana pemilik dana memberi kebebasan kepada BPRS untuk mengelola investasinya (mudharabah mutlaqoh) dan/atau dimana pemilik dana memberi batasan mengenai tempat, cara, dan obyek investasi dananya (mudharabah muqayyadah).

Dalam penyaluran dananya, BPRS menyalurkannya melalui:

1. Murabahah.
2. Jual beli salam.
3. Pembiayaan mudharabah.
4. Pembiayaan musyarakah.
5. Ijarah.
6. Al-Qardh.

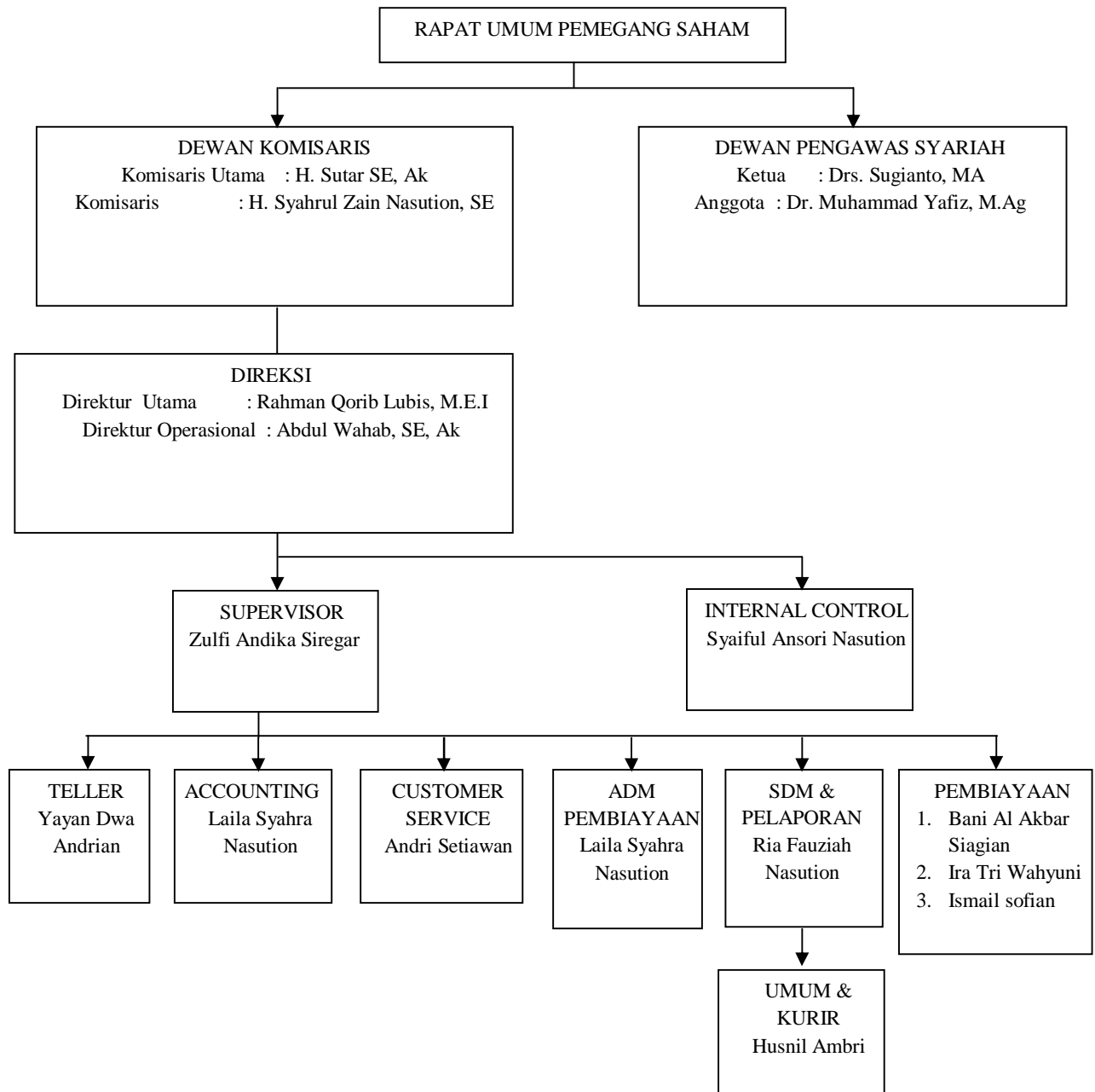
## **B. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas**

### **1. Struktur Organisasi Perusahaan**

Struktur organisasi merupakan susunan sub-sub sistem yang menggambarkan hubungan komunikasi, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian yang terdapat dalam organisasi. Struktur organisasi ini tidak selamanya sama antar satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Hal ini sesuai dengan kebutuhan perusahaan bersangkutan.

Struktur organisasi dapat dipandang sebagai suatu kerangka yang menyeluruh. Melalui struktur organisasi yang disesuaikan dengan antara satu bagian dengan bagian lainnya guna mencapai tujuan perusahaan PT.BPRS Amanah Insan Cita Jl. Williem Iskandar Komp.MMTC Blok AA-5 Medan Estate juga memiliki struktur organisasi. Struktur organisasi tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

**Gambar IV.I**  
**STRUKTUR ORGANISASI**  
**PT. BPRS AMANAH INSAN CITA**



Deskripsi tugas PT.BPRS Amanah Insan Cita Jl.Williem Iskandar  
 Kom.MMTC Blok AA-5 Medan Estate

Deskripsi jabatan dan pekerjaan (Job Description) sangat diperlukan dalam struktur organisasi agar dapat mengidentifikasi pekerjaan-pekerjaan yang penting dalam jenis-jenis kegiatan yang dilaksanakan oleh pimpinan dan lain sebagainya.

Adapun uraian tugas dan tanggung jawab masing-masing jabatan adalah sebagai berikut:

## **2. Deskripsi Tugas**

Adapun infrastuktur organisasi PT. BPRS Amanah Insan Cita terdiri dari:

### **a. Rapat Umum Pemegang Saham**

1. Membuat dan menerapkan kebijaksanaan perusahaan.
2. Mengangkat dan memberhentikan komisaris.

### **b. Dewan Komisaris**

1. Melakukan atas kebijakan pengurusan, jalannya pengurusan pada umumnya, baik mengenai perseroan maupun usaha perseroan.
2. Memberi nasihat kepada direksi untuk kepentingan perseroan dan sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan.
3. Memastikan bahwa direksi telah menindaklanjuti temuan audit dan rekomendasi dari satuan kerja audit inter bank, auditor eksternal, hasil pengawasan Bank Indonesia dan/atau hasil pengawasan otoritas lainnya.
4. Dewan Komisaris wajib memberitahukan kepada Bank Indonesia paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sejak ditemukannya :
  - 1) Pelanggaran peraturan perundang-undangan dibidang keuangan dan perbankan, dan
  - 2) Keadaan atau pekiraan keadaan yang dapat membahayakan kelangsungan usaha bank.

### **c. Dewan Pengawas Syariah**

1. Memastikan dan Mengawasi kesesuaian kegiatan operasional BPRS terhadap fatwa yang dikeluarkan oleh DSN.
2. Menyampaikan laporan hasil Pengawasan Syariah sekurang-kurangnya setiap 6 (enam) bulan kepada koisaris, DSN, Bank Indonesia.

3. Menilai aspek syariah terhadap pedoman operasional, dan produk yang dikeluarkan BPRS.
4. Memberikan opini dari aspek syariah terhadap pelaksanaan operasional BPRS secara keseluruhan dalam laporan publikasi BPRS.
5. Mengkaji produk dan jasa baru yang akan dikeluarkan oleh BPRS untuk dimintai fatwa kepada DSN.
6. Bila perlu dapat meminta dokumen dan penjelasan langsung dari satuan kerja BPS serta ikut dalam pembahasan intern termasuk dalam pembahasan komite pembiayaan.

**d. Direktur Utama**

1. Melakukan supervise terhadap pelaksanaan tugas supervisor Kantor Kas dan Audit.
2. Berkoordinasi dengan Direktur Operasional menyusun Rencana Kerja Tahunan (RKT) untuk mendapat persetujuan RUPS.
3. Menjalankan kegiatan usaha BPRS sesuai RKT yang telah disetujui RUPS.
4. Mengevaluasi susulan pembiayaan sesuai limit yang ditetapkan komisaris.
5. Memberikan approval biaya non rutin sesuai limit yang ditetapkan dengan berpedoman kepada prinsip *cost consciousness*.
6. Berkordinasi dengan *supervisor*, mengevaluasi kinerja pegawai dalam rangka penetapan kenaikan gaji pegawai.
7. Menandatangani akad pembiayaan.
8. Melakukan *monitoring* terhadap kelancaran pembayaran cicilan nasabah.
9. Memberikan motivasi kerja terhadap semua pegawai untuk meningkatkan kegairahan dan semangat kerja.
10. Menjaga tingkat kesehatan bank.
11. Melakukan *monitoring* terhadap kualitas pelayanan bank.
12. Melaksanakan *tour of duty* pegawai untuk kesempatan berkarir dengan cara meningkatkan pengetahuan teknis perbankan.

13. Menjalin hubungan baik dengan Bank Indonesia, Asosiasi, Instansi Pemerintah, Swasta.
14. Menindaklanjuti temuan Audit Bank Indonesia, Akuntan maupun Internal Audit.
15. Mempertanggungjawabkan jalannya perusahaan pada RUPS.
16. Menyelenggarakan RUPS tahunan.

**e. Direktur Operasional**

1. Melakukan supervise terhadap pelaksanaan tugas seluruh karyawan.
2. Melakukan pemantauan terhadap laporan keuangan BPRS, terutama menyangkut likuiditas.
3. Memastikan berbagai laporan ke Bank Indonesia, LPS, Perpajakan terlaksana dengan baik dan tidak terjadi keterlambatan.
4. Berkoordinasi dengan Direktur Utama menyusun Rencana Kerja Tahunan (RKT) untuk mendapat persetujuan RUPS.
5. Menjalankan kegiatan usaha BPRS sesuai RKT yang disetujui RUPS.
6. Menyelenggarakan pelatihan secara regular dalam rangka mempersiapkan sumber dan insani yang terlampir.
7. Mengevaluasi usulan pembiayaan sesuai limit yang ditetapkan komisaris.
8. Memberikan approval biaya non rutin sesuai limit yang ditetapkan dengan bepedoman kepada prinsip *cost consciousness*.
9. Berkoordinasi dengan Direktur Utama, mengevaluasi kinerja pegawai dalam rangka penetapan kenaikan gaji pegawai.
10. Menandatangani akad pembiayaan.
11. Melakukan *monitoring* terhadap kelancaran pembayaran cicilan nasabah.
12. Sebagai *alternative* pengganti pemegang kunci Brankas (tempat penyimpanan asli jaminan nasabah pembiayaan) bila supervisor operasi berhalangan.
13. Memberikan motivasi kerja terhadap semua pegawai untuk meningkatkan kegairahan dan semangat kerja.



14. Menjaga tingkat kesehatan bank.
15. Melakukan monitoring terhadap kualitas pelayanan bank.
16. Melaksanakan *tour of duty* pegawai untuk kesempatan berkarir dengan cara meningkatkan pengetahuan teknis perbankan.
17. Melaksanakan rapat-rapat rutin Direksi Karyawan yang terencana.
18. Menjalin hubungan baik dengan Bank Indonesia, Asosiasi, Instansi Pemerintah, Swasta.
19. Menindaklanjuti temuan Audit Bank Indonesia, Akuntan maupun Internal audit.
20. Menyelenggarakan Rapat Komisaris, Rapat DPS dan RUPS.

**f. Supervisor Operasional**

1. Melakukan supervisi terhadap staf Customer Service, Teller, Admin Pembiayaan, Akuntansi, SDM, Umum, Kurir dan Kebersihan.
2. Memeriksa keabsahan ticket dan mengaprofal biaya-biaya yang akan dicairkan dan akan diposting ke mutasi transaksi sesuai dengan persetujuan limit biaya yang dikeluarkan.
3. Memastikan laporan-laporan disiapkan dengan akurat.
4. Sore hari memeriksa kecocokan mutasi transaksi, cash opname dan fisik uang teller.
5. Memastikan kecocokan mutasi transaksi teller, dengan buku besar cash accounting dan baki debet pembiayaan di Admin Pembiayaan.
6. Menandatangani cash opname, mutasi transaksi teller yang sudah dicocokkan.
7. Bersama dengan teller memasukkan uang dan cash box ke brankas.
8. Bersama dengan teller mengunci brankas dan ruang khasanah.
9. Membuat surat menyurat intem dan extem perusahaan.
10. Menyimpan dan mengamankan nomor (barsheet) kartu tabungan kosong dan bilyet deposito kosong.
11. Melakukan penyimpanan atau pengaman asli surat menyurat penting extern dan intern perusahaan.
12. Memeriksa seluruh rekening antar Bank.

13. Melakukan update data saham dan terkait dengan hubungan kepada pemegang saham.
14. Melakukan monitoring terhadap likuiditas Bank.

**g. Internal Control**

1. Memeriksa tiket-tiket transaksi operasional.
2. Memeriksa adanya selisih-selisih pembukuan dan meminta konfirmasi kepada petugas yang bersangkutan untuk kemudian dilaporkan kepada Direksi dalam bentuk laporan internal control.
3. Menyusun laporan rekonsiliasi secara mingguan.
4. Memeriksa berkas pembiayaan yang telah cair dan membuat laporan atas hasil pemeriksaan untuk diserahkan kepada Direksi.
5. Memeriksa fisik inventaris kantor setiap 6 (enam) bulan dengan didampingi oleh petugas bagian Umum dan membuat laporan atas hasil pemeriksaan untuk diserahkan kepada Supervisor dan Direksi.
6. Membuat laporan bulanan Internal Control untuk diserahkan kepada Direksi.
7. Melakukan cash opname secara berkala dan laporan hasil cash opname diserahkan kepada Direksi.
8. Membuat laporan kinerja perusahaan untuk diserahkan kepada Direksi.
9. Membuat laporan Arus Kas dan melaporkannya kepada Direksi.

**h. Teller**

1. Melayani penyetoran dan pembayaran tunai sehubungan transaksi tabungan dan deposito dengan sepengetahuan Supervisor Operasional.
2. Melakukan pembayaran dan penerimaan sehubungan dengan pembayaran biaya-biaya bank, biaya personalia dan umum melalui counter bank dengan sepengetahuan Supervisor Operasional.
3. Melakukan penerimaan pembayaran angsuran nasabah bank secara tunai maupun pendebetn dari tabungan.
4. Membuat tiket-tiket biaya yang dikeluarkan petugas Teller untuk diperiksa oleh Supervisor Operasional sebelum posting GL.

5. Membantu angsuran nasabah yang telah jatuh tempo untuk dilakukan pendebitan tabungan berdasarkan daftar debitur yang belum melakukan pembayaran angsuran.
6. Menyusun daftar mutasi harian teller dan melakukan pencocokan saldo dengan fisik uang dan saldo neraca harian.
7. Menyortir uang sesuai dengan standart penyortiran uang.
8. Mengatur jumlah uang tunai tidak melmpai batas maksimal yang telah ditetapkan dan melaporkannya kepada Supervisor Operasional.
9. Bersama dengan Direksi atau Supervisor Operasional/Karyawan yang ditunjuk oleh Direksi untuk menyimpan cash box ke khasanah demikian juga untuk mengambil cash box dari khasanah.
10. Melakukan entry data ke program tabungan.
11. Melakukan posting selisih pembulatan kas ke program GL.
12. Menghitung jumlah uang (cash opname) bersama dengan Supervisor Operasional.
13. Bertanggung jawab atas kerapihan berkas-berkas yang ada di ruangan Teller.
14. Membuat proof sheet Teller.

**i. Accounting dan Admin pembiayaan**

1. Memeriksa buku bank dan melaporkannya kepada Pemimpin Cabang.
2. Membukukan antar bank dan kemudian membuat tiket transaksi antarbank untuk di input ke GL dengan terlebih dahulu harus meminta persetujuan Pemimpin Cabang.
3. Memeriksa keabsahan tiket dan melaporkannya kepada PemimpinCabang untuk meminta persetujuan sebelum di input ke GL.
4. Melakukan entry data dan updating mutasi General Ledger (GL).
5. Mencocokkan mutasi transaksi antara Teller dan Adm Pembiayaan.
6. Mencetak mutasi harian untuk diperiksa Pemimpin Cabang.
7. Mencetak Neraca Detail dan Komulatif untuk diperiksa Pemimpin Cabang.

8. Mencetak Laba Rugi Detail dan Kumulatif untuk diperiksa Pemimpin Cabang.
9. Melakukan entry dan updating data deposito dan tabungan.
10. Menyerahkan tiket kepada staf Internal Control untuk pemeriksaan.
11. Mencetak saldo tabungan dan deposito.
12. Membuat saldo rata-rata tabungan dan deposito.
13. Membuat laporan distribusi bagi hasil tabungan dan deposito.
14. Memasukkan porsi bagi hasil tabungan dan deposito.
15. Menghitung bagi hasil deposito.
16. Memposting bagi hasil deposito.
17. Membuat tiket bagi hasil yang akan dibukukan ke GL.
18. Mencetak bonus bagi hasil tabungan dan deposito.
19. Mencetak nominative tabungan dan deposito.
20. Melakukan entry dan updating modul pembiayaan.
21. Membuat jadwal pembiayaan ke program pembiayaan.
22. Melakukan entry data updating modul pembiayaan ke laporan harian nominatif, laporan sementara dan nomor rekening pembiayaan.
23. Membuat surat keterangan jaminan, surat tukar jaminan dan penyerahan jaminan yang sudah lunas untuk kemudian ditanda tangani oleh Pemimpin Cabang.
24. Memeriksa surat keterangan jaminan, surat tukar jaminan, dan surat penyerahan jaminan yang sudah lunas ke Supervisor dan Direktur Operasional untuk ditanda tangani atau disetujui.
25. Mengevaluasi dokumen legal maupun jaminan pembiayaan yang akan dicairkan dan melaporkan kepada Pemimpin Cabang.
26. Sore hari melakukan pencocokan saldo pembiayaan menurut modul pembiayaan dengan GL.
27. Membuat tiket penyesuaian margin pembiayaan saat pelunasan.
28. Mencetak daftar tunggakan pembiayaan sesuai permintaan Pemimpin Cabang.

29. Bertanggung jawab atas keberadaan asli fisik jaminan pembiayaan nasabah.
30. Membuat proofing saldo pembiayaan sesuai kolektibility.
31. Membuat perhitungan PPAP untuk diperiksa Pemimpin Cabang.
32. Membuat tiket PPAP yang wajib dibentuk untuk diperiksa oleh supervisor dan kemudian menyerahkannya kepada Accounting.
33. Membuat daftar pembiayaan non lancar untuk diperiksa oleh supervisor dan kemudian memasukkan untuk ditukar kolektibilitas PSAK.
34. Membuat tiket pemindahan kolektibilitas nasabah sesuai dengan kolektibilitas nasabah bulan bersangkutan dengan terlebih dahulu diperiksa oleh Pemimpin Cabang.
35. Membuat penyesuaian margin sesuai dengan masing-masing kolektibilitas dengan terlebih dahulu diperiksa oleh Pemimpin Cabang.
36. Menyimpan laporan dokumen harian, nominative dan laporan sementara ke dokumen sesuai bulan berjalan setelah terlebih dahulu diperiksa Pemimpin Cabang.
37. Menginput pembayaran angsuran kolektif ke program pembiayaan dengan terlebih dahulu diperiksa oleh Pemimpin Cabang.
38. Membuat remainder TBO pembiayaan.
39. Mencetak tunggakan pembiayaan untuk diserahkan kepada Pemimpin Cabang.
40. Membuat laporan bulanan, laporan restrukturisasi dan laporan BMPD untuk dilaporkan kepada Pemimpin Cabang.

**j. Customer Service**

1. Mengisi aplikasi tabungan dan deposito.
2. Melakukan pembayaran bagi hasil deposito baik yang tunai, melalui bank dan pengkreditan rekening.
3. Mengisi KYC.
4. Memasukkan ke registrasi tabungan.
5. Menginput data tabungan dan deposito.
6. Sore hari mencocokkan saldo tabungan dan saldo deposito dengan GL.

7. Membuat rekapitulasi tabunga dan deposito.
8. Menerima dan meregistrasi serta memfiling seluruh surat masuk OJK/BI dan UMUM ke dalam folder surat masuk OJK/BI dan UMUM.
9. Membuat dan meregistrasi serta memfiling seluruh surat balasan atas surat masuk OJK/BI dan UMUM ke dalam folder surat keluar OJK/BI dan UMUM.
10. Membuat laporan tabungan dan deposito/DPK ke OJK.

**k. Sdm & Pelaporan**

1. Menyiapkan kontrak-kontrak kerja karyawan percobaan dan karyawan kontrak serta mengevaluasi fasilitas kesejahteraan karyawan dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor Operasional.
2. Bertanggung jawab untuk monitoring form keterlambatan, surat sakit dan surat izin yang belum diserahkan karyawan kepada SDM.
3. Membuat teguran lisan tertulis dan surat peringatan terhadap pelanggaran disiplin karyawan dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor.
4. Bertanggung jawab atas pembuatan laporan gaji, tunjangan makan, tunjangan transport, uang makan dan uang transport yang diberikan pada hari libur dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor Operasional.
5. Membuat proof saldo (uang muka lainnya, titipan jamsostek dan titipan lainnya) terkait transaksi personalia dan melaporkannya kepada Supervisor Operasional.
6. Mengevaluasi disiplin karyawan berdasarkan surat izin tidak masuk kantor dan form keterlambatan masuk kantor dan melaporkannya kepada Supervisor Operasional dalam bentuk laporan kinerja karyawan dalam bulan yang bersangkutan.
7. Menghitung, melaporkan dan melakukan pembayaran gaji, THR serta tunjangan lainnya dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor Operasional.

8. Menghitung dan melakukan pembayaran BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor Operasional.
9. Membuat laporan bulanan online OJK pusat dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor Operasional.
10. Membuat laporan BMPD dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor Operasional.
11. Membuat laporan restrukturisasi dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor Operasional.
12. Membuat laporan Pph pasal 21 dan 23 dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor Operasional.
13. Membuat laporan penyusutan inventaris dan amortisasi dan menyerahkannya kepada Supervisor Operasional.
14. Membuat laporan publikasi triwulan dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor Operasional.
15. Membuat laporan pengaduan nasabah OJK Jakarta dan OJK Medan dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor Operasional.
16. Membuat laporan LPS dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor Operasional.
17. Membuat laporan publikasi dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor Operasional.
18. Membuat laporan struktur kelompok usaha dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor.
19. Membuat laporan publikasi dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor Operasional
20. Membuat laporan LPS dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor Operasional.
21. Membuat laporan pajak tahunan Pph perorangan pasal 21, Pph Badan pasal 25 dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor Operasional.

22. Membuat laporan struktur kelompok usaha dengan terlebih dahulu melaporkannya kepada Supervisor.

#### **l. Umum & Kurir**

1. Mengantar laporan-laporan dan surat-surat (ekspedisi)
2. Sebagai petugas alternate (pengganti) petugas kebersihan.
3. Membantu pekerjaan bagian operasional dan marketing.
4. Melayani pembayaran terkait dengan kepersonaliaian.
5. Menandatangani Nota debet & nota kredit ke Dirraktur Operasional untuk persetujuan pencairan dana.
6. Membuat usulan dan melakukan pengadaan ATK, barang cetakan dan berbagai keperluan kantor.
7. Memonitor kelayakan kantor, peralatan kerja dan berbagai pendukung bagi pelaksanaan tugas-tugas karyawan.
8. Memonitor pembayaran pajak-pajak, perizinan dann sejenisnya.
9. Melakukan pembayaran tagihan listrik, PAM, telepon, jamsostek dan pajak.
10. Melakukan perawatan berkala sepeda motor dinas kantor (service dibengkel sepeda motor dan doorsmer di tempat pencucian sepeda motor).
11. Belanja ATK, membuat proof saldo terkait transaksi personalia dan umum.
12. Membuat laporan stok ATK dan barang cetakan.
13. Membuat SSP PPH Psl 21 dan PPH Psl 25 dan laporannya.

#### **m. Account Officer**

1. Wawancara dengan nasabah.
2. Menerima permohonan nasabah bila AO menganggap permohonan bisa dilanjutkan untuk diproses.
3. Menyiapkan tanda terima permohonan.
4. Memeriksa kelengkapan permohonan nasabah.
5. Mengusulkan permohonan nasabah ke rapat komite.
6. Apabila diterima survey usaha dan jaminan nasabah.



7. Menyiapkan penilaian jaminan.
8. Membuat memo analisa permohonan nasabah yang disurvei untuk diusulkan ke Pemimpin Cabang.
9. Membuat dokumen *to be obtained* jika ada dokumen yang tidak lengkap atau bila ada yang tidak memenuhi syarat, dan membuat dokumen penyimpangan jika terdapat penyimpangan. Pastikan dokumen *to be obtained* dan penyimpangan sudah disetujui Pemimpin Cabang.
10. Menghitung asuransi jiwa pembiayaan nasabah.
11. Memastikan syarat-syarat tambahan yaitu pas foto dan KTP serta surat persetujuan dan Kuasa Peminjaman Agunan dari Pemilik Jaminan jika jaminan tidak atas nama nasabah.
12. Dokumen untuk ADM diserahkan ke ADM untuk di roses.
13. Setiap AO harus memeriksa pembayaran nasabah dan jatuh tempo pembayaran nasabah untuk memastikan apakah nasabah sudah membayar atau belum.
14. Jika nasabah belum membayar ingatkan nasabah melalui telepon atau datang ke tempat nasabah.
15. Kunjungan ulang setiap 1 x 3 bulan kepada usaha nasabah yang lancar.
16. Bagi nasabah yang menunggak buat surat teguran 1, 2 dan ke 3.
17. Memastikan apa penyebab pembiayaan bermasalah.
18. Melakukan restrukturisasi (*rescheduling*, *reconditioning* dan *restructuring*) bagi nasabah yang ada kemauan untuk membayar tapi nasabah tidak sanggup/kesulitan untuk membayar.
19. Untuk nasabah yang sudah tidak ada dan sudah tidak mampu membayar dan semua cara diatas sudah dilakukan, usulkan untuk dihapuskan buku, hapus tagih dan AYDA.
20. Pastikan yang dihapuskan buku dan dihapus tagih sudah direncanakan direncana kerja tahunan dan sudah disetujui oleh RUPS dan komisaris.
21. Untuk proses AYDA pastikan harus sudah direncanakan di rencana kerja tahunan dan sudah mendapat persetujuan RUPS dan Komisaris.

22. Melakukan monitoring kelancaran pembiayaan nasabah account masing-masing.
23. Memastikan dan menagih pembayaran cicilan.
24. Menyusun laporan kunjungan.
25. Memastikan kelengkapan dokumen pembiayaan.
26. Membuat usulan-usulan restrukturisasi pembiayaan apabila diperlukan.

## C. Deskripsi Data

### 1. Deskripsi Identitas Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menjadikan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 20 pernyataan untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) dan 9 pernyataan untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan menyebarkan angket sesuai dengan sampel 50 responden yang akan diolah nantinya dengan menggunakan skala *Likert Sumater Rating* agar mendapatkan hasil yang valid dan reliabel.

**Tabel IV.1**  
**Skala Likert**

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

Dan ketentuan diatas berlaku baik di dalam menghitung variabel bebas X (Kualitas Pelayanan) maupun variabel terikat Y (Kepuasan Nasabah).

Responden dalam penelitian ini merupakan masyarakat yang menjadi nasabah PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate sebanyak 50 responden, yang terdiri dari beberapa karakteristik baik jenis kelamin, usia, pekerjaan dan lama menjadi nasabah. Dari kuisisioner yang disebarkan diperoleh data pelanggan sebagai berikut :

**Tabel IV.2**  
**Frekuensi Karakteristik Responden**

		Statistics			
		Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Lama Menjadi Nasabah
N	Valid	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0

Data di atas adalah data frekuensi jumlah masing-masing karakteristik responden. Dimana jumlah responden dilihat dari jenis kelamin berjumlah 50 responden, jumlah responden dilihat dari usia berjumlah 50 responden, jumlah responden dilihat dari pekerjaan berjumlah 50 responden dan jumlah responden dilihat dari lamanya menjadi nasabah berjumlah 50 responden.

**a. Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Tabel IV.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	23	46,0	46,0	46,0
	Wanita	27	54,0	54,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah pria sebanyak 23 orang (46%) dan wanita sebanyak 27 orang (54%). Maka disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan.

**b. Berdasarkan Usia**

**Tabel IV.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 21 Tahun	2	4,0	4,0	4,0
21-30 Tahun	20	40,0	40,0	44,0
31-40 Tahun	16	32,0	32,0	76,0
41-50 Tahun	11	22,0	22,0	98,0
> 50 Tahun	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah kelompok usia < 21 tahun 2 orang (4%), kelompok usia 21-30 tahun 20 orang (40%), kelompok 31-40 tahun 16 orang (32%), kelompok 41-50 tahun 11 orang (22%) dan kelompok usia > 50 tahun 1 orang (2%). Hal ini menunjukkan bahwa usia responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 21-30 tahun.

**c. Berdasarkan Pekerjaan**

**Tabel IV.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pegawai Negeri	4	8,0	8,0	8,0
Pegawai Swasta	11	22,0	22,0	30,0
Wiraswasta	24	48,0	48,0	78,0
Lain-Lain	11	22,0	22,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah Pegawai Negeri sebanyak 4 orang (8%), Pegawai Swasta sebanyak 11 orang (22%), Wiraswasta sebanyak 24 orang (48%) dan lain-lain sebanyak 11 orang (22%). Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan responden

dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang bekerja sebagai wiraswasta.

#### d. Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

**Tabel IV.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 Tahun	14	28,0	28,0	28,0
1-5 Tahun	35	70,0	70,0	98,0
> 5 Tahun	1	2,0	2,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini lama menjadi nasabah < 1 tahun sebanyak 14 orang (28%), 1-5 tahun sebanyak 35 orang (70%) dan > 5 tahun sebanyak 1 orang (2%). Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang menjadi nasabah selama 1-5 tahun.

## 2. Deskripsi Jawaban Angket

### a. Variabel Kualitas Pelayanan

Berikut ini akan dipaparkan tentang hasil pernyataan kuisisioner mengenai variabel kualitas pelayanan.

**Tabel IV.7**  
**Lokasi bank cukup strategis dan mudah dijangkau**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	4	8,0	8,0	8,0
Setuju	38	76,0	76,0	84,0
Sangat Setuju	8	16,0	16,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang lokasi bank cukup strategis dan mudah dijangkau berjumlah 8 orang (16%) menyatakan sangat setuju, 38 orang (76%) menyatakan setuju dan 4 orang (8%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.8**  
**Bank memiliki fasilitas yang menarik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	25	50,0	50,0	50,0
	Setuju	21	42,0	42,0	92,0
	Sangat Setuju	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang bank memiliki fasilitas yang menarik berjumlah 4 orang (8%) menyatakan sangat setuju, 21 orang (42%) menyatakan setuju dan 25 orang (50%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.9**  
**Bank menggunakan peralatan yang terlihat canggih dan modern**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	10	20,0	20,0	20,0
	Kurang Setuju	25	50,0	50,0	70,0
	Setuju	11	22,0	22,0	92,0
	Sangat Setuju	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang bank menggunakan peralatan yang terlihat canggih dan modern berjumlah 4 orang (8%) menyatakan sangat setuju, 11 orang (22%) menyatakan setuju, 25 orang (50%) menyatakan kurang setuju dan 20% menyatakan tidak setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.10**  
**Informasi yang diberikan bank mudah dimengerti dan dipahami**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	7	14,0	14,0	14,0
	Setuju	36	72,0	72,0	86,0
	Sangat Setuju	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang informasi yang diberikan bank mudah dimengerti dan dipahami berjumlah 7 orang (14%) menyatakan sangat setuju, 36 orang (72%) menyatakan setuju dan 7 orang (14%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.11**  
**Karyawan bank melayani semua nasabah sesuai dengan janjinya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	10	20,0	20,0	20,0
	Setuju	35	70,0	70,0	90,0
	Sangat Setuju	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang karyawan bank melayani semua nasabah sesuai dengan janjinya berjumlah 5 orang (10%) menyatakan sangat setuju, 35 orang (70%) menyatakan setuju dan 10 orang (20%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.



**Tabel IV.12**  
**Karyawan bank memberikan pelayanan yang adil/sama kepada semua nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	12	24,0	24,0	24,0
	Setuju	36	72,0	72,0	96,0
	Sangat Setuju	2	4,0	4,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang karyawan bank memberikan pelayanan yang adil/sama kepada semua nasabah berjumlah 2 orang (4%) menyatakan sangat setuju, 36 orang (72%) menyatakan setuju dan 12 orang (24%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.13**  
**Karyawan bank melayani nasabah dengan baik sejak pertama kali datang**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	4,0	4,0	4,0
	Setuju	39	78,0	78,0	82,0
	Sangat Setuju	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang karyawan bank melayani nasabah dengan baik sejak pertama kali datang berjumlah 9 orang (18%) menyatakan sangat setuju, 39 orang (78%) menyatakan setuju dan 2 orang (4%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.14**  
**Karyawan bank menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya dengan jelas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	6,0	6,0	6,0
	Kurang Setuju	14	28,0	28,0	34,0
	Setuju	18	36,0	36,0	70,0
	Sangat Setuju	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang karyawan bank menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya dengan jelas berjumlah 15 orang (30%) menyatakan sangat setuju, 18 orang (36%) menyatakan setuju, 14 orang (28%) menyatakan kurang setuju dan 3 orang (6%) menyatakan tidak setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.15**  
**Karyawan bank dapat memahami kebutuhan nasabah dengan baik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	6	12,0	12,0	12,0
	Setuju	40	80,0	80,0	92,0
	Sangat Setuju	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang karyawan bank dapat memahami kebutuhan nasabah dengan baik berjumlah 4 orang (8%) menyatakan sangat setuju, 40 orang (80%) menyatakan setuju dan 6 orang (12%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.16**  
**Karyawan bank melayani dengan baik pada jam-jam kerja**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	8	16,0	16,0	16,0
	Setuju	38	76,0	76,0	92,0
	Sangat Setuju	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang karyawan bank melayani dengan baik pada jam-jam kerja berjumlah 4 orang (8%) menyatakan sangat setuju, 38 orang (76%) menyatakan setuju dan 8 orang (16%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.17**  
**Karyawan bank melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	6,0	6,0	6,0
	Kurang Setuju	18	36,0	36,0	42,0
	Setuju	23	46,0	46,0	88,0
	Sangat Setuju	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang karyawan bank melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien berjumlah 6 orang (12%) menyatakan sangat setuju, 23 orang (46%) menyatakan setuju, 18 orang (36%) menyatakan kurang setuju dan 3 orang (6%) menyatakan tidak setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.18**  
**Karyawan bank memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	8	16,0	16,0	16,0
	Setuju	28	56,0	56,0	72,0
	Sangat Setuju	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang karyawan bank memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah berjumlah 14 orang (28%) menyatakan sangat setuju, 8 orang (56%) menyatakan setuju dan 8 orang (16%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.19**  
**Lokasi karyawan bank menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	6	12,0	12,0	12,0
	Setuju	31	62,0	62,0	74,0
	Sangat Setuju	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang lokasi karyawan bank menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi berjumlah 13 orang (26%) menyatakan sangat setuju, 31 orang (62%) menyatakan setuju dan 6 orang (12%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.20**  
**Lokasi karyawan bank menjamin kerahasiaan data nasabah dengan baik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	34	68,0	68,0	68,0
	Sangat Setuju	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang lokasi karyawan bank menjamin kerahasiaan data nasabah dengan baik berjumlah 16 orang (32%) menyatakan sangat setuju dan 34 orang (68%) menyatakan setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.21**  
**Transaksi di bank bebas dari kekeliruan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	20	40,0	40,0	40,0
	Setuju	25	50,0	50,0	90,0
	Sangat Setuju	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang transaksi di bank bebas dari kekeliruan berjumlah 5 orang (10%) menyatakan sangat setuju, 25 orang (50%) menyatakan setuju dan 20 orang (40%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.22**  
**Karyawan bank mampu menumbuhkan rasa kepercayaan kepada nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	9	18,0	18,0	18,0
	Setuju	31	62,0	62,0	80,0
	Sangat Setuju	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang karyawan bank mampu menumbuhkan rasa kepercayaan kepada nasabah berjumlah 10 orang (20%) menyatakan sangat setuju, 31 orang (62%) menyatakan setuju dan 9 orang (18%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.23**  
**Sikap karyawan bank cukup simpatik dalam memberikan pelayanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	13	26,0	26,0	26,0
	Setuju	28	56,0	56,0	82,0
	Sangat Setuju	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang sikap karyawan bank cukup simpatik dalam memberikan pelayanan berjumlah 9 orang (18%) menyatakan sangat setuju, 28 orang (56%) menyatakan setuju dan 13 orang (26%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.24**  
**Karyawan bank bersikap ramah dan sopan dalam melayani nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	8,0	8,0	8,0
	Setuju	36	72,0	72,0	80,0
	Sangat Setuju	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang karyawan bank bersikap ramah dan sopan dalam melayani nasabah berjumlah 10 orang (20%) menyatakan sangat setuju, 36 orang (72%) menyatakan setuju dan 4 orang (8%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.25**  
**Karyawan bank penuh perhatian dalam melayani nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	9	18,0	18,0	18,0
	Setuju	37	74,0	74,0	92,0
	Sangat Setuju	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang karyawan bank penuh perhatian dalam melayani nasabah berjumlah 4 orang (8%) menyatakan sangat setuju, 37 orang (74%) menyatakan setuju dan 9 orang (18%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.26**  
**Karyawan bank cukup sabar dalam melayani nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	9	18,0	18,0	18,0
	Setuju	34	68,0	68,0	86,0
	Sangat Setuju	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang karyawan bank cukup sabar dalam melayani nasabah berjumlah 7 orang (14%) menyatakan sangat setuju, 34 orang (68%) menyatakan setuju dan 9 orang (18%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.27**  
**Skor Angket untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X)**

No.	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	8	16%	38	76%	4	8%	0	0%	0	0%	50	100%
2	4	8%	21	42%	25	50%	0	0%	0	0%	50	100%
3	4	8%	11	22%	25	50%	10	20%	0	0%	50	100%
4	7	14%	36	72%	7	14%	0	0%	0	0%	50	100%
5	5	10%	35	70%	10	20%	0	0%	0	0%	50	100%
6	2	4%	36	72%	12	24%	0	0%	0	0%	50	100%
7	9	18%	39	78%	2	4%	0	0%	0	0%	50	100%
8	15	30%	18	36%	14	28%	3	6%	0	0%	50	100%
9	4	8%	40	80%	6	12%	0	0%	0	0%	50	100%
10	4	8%	38	76%	8	16%	0	0%	0	0%	50	100%
11	6	12%	23	46%	18	36%	3	6%	0	0%	50	100%
12	14	28%	28	56%	8	16%	0	0%	0	0%	50	100%
13	13	26%	31	62%	6	12%	0	0%	0	0%	50	100%
14	16	32%	34	68%	0	0%	0	0%	0	0%	50	100%
15	5	10%	25	50%	20	40%	0	0%	0	0%	50	100%
16	10	20%	31	62%	9	18%	0	0%	0	0%	50	100%
17	9	18%	28	56%	13	26%	0	0%	0	0%	50	100%
18	10	20%	36	72%	4	8%	0	0%	0	0%	50	100%
19	4	8%	37	74%	9	18%	0	0%	0	0%	50	100%
20	7	14%	34	68%	9	18%	0	0%	0	0%	50	100%
Rata - Rata		15,60%		61,90%		20,90%		1,60%		0%		100%

Berdasarkan distribusi jawaban responden tentang variabel kualitas pelayanan di atas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata menyatakan setuju sebanyak 61,90% dari hasil kuisisioner kualitas pelayanan.



**b. Variabel Kepuasan Pelanggan**

**Tabel IV.28**  
**Menggunakan produk bank cukup menguntungkan nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	40	80,0	80,0	80,0
Sangat Setuju	10	20,0	20,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang menggunakan produk bank cukup menguntungkan nasabah berjumlah 10 orang (20%) menyatakan sangat setuju dan 40 orang (80%) menyatakan setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.29**  
**Pelayanan karyawan bank sesuai dengan yang diharapkan nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	7	14,0	14,0	14,0
Setuju	37	74,0	74,0	88,0
Sangat Setuju	6	12,0	12,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang pelayanan karyawan bank sesuai dengan yang diharapkan nasabah berjumlah 6 orang (12%) menyatakan sangat setuju, 37 orang (74%) menyatakan setuju dan 7 orang (14%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.30**  
**Fasilitas utama bank yang didapatkan sesuai dengan harapan nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	12,0	12,0	12,0
	Kurang Setuju	20	40,0	40,0	52,0
	Setuju	18	36,0	36,0	88,0
	Sangat Setuju	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang fasilitas utama bank yang didapatkan sesuai dengan harapan nasabah berjumlah 6 orang (12%) menyatakan sangat setuju, 18 orang (36%) menyatakan setuju, 20 orang (40%) menyatakan kurang setuju dan 6 orang (12%) menyatakan tidak setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.31**  
**Berminat untuk berkunjung kembali karena layanan yang diberikan bank cukup memuaskan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	10	20,0	20,0	20,0
	Setuju	36	72,0	72,0	92,0
	Sangat Setuju	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang berminat untuk berkunjung kembali karena layanan yang diberikan bank cukup memuaskan berjumlah 4 orang (8%) menyatakan sangat setuju, 36 orang (72%) menyatakan setuju dan 10 orang (20%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.32**  
**Berminat untuk berkunjung kembali karena manfaat yang diberikan bank cukup mampu dirasakan nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	8,0	8,0	8,0
	Setuju	42	84,0	84,0	92,0
	Sangat Setuju	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang berminat untuk berkunjung kembali karena manfaat yang diberikan bank cukup mampu dirasakan nasabah berjumlah 4 orang (8%) menyatakan sangat setuju, 42 orang (84%) menyatakan setuju dan 4 orang (8%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.33**  
**Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan bank cukup memadai**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	22	44,0	44,0	44,0
	Setuju	23	46,0	46,0	90,0
	Sangat Setuju	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan bank cukup memadai berjumlah 5 orang (10%) menyatakan sangat setuju, 23 orang (46%) menyatakan setuju dan 22 orang (44%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.34**  
**Bersedia mengajak rekan untuk menggunakan produk pelayanan bank karena pelayanannya cukup memuaskan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	18	36,0	36,0	36,0
	Setuju	28	56,0	56,0	92,0
	Sangat Setuju	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang bersedia mengajak rekan untuk menggunakan produk pelayanan bank karena pelayanannya cukup memuaskan berjumlah 4 orang (8%) menyatakan sangat setuju, 28 orang (56%) menyatakan setuju dan 18 orang (36%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.35**  
**Bersedia mengajak untuk menggunakan produk pelayanan bank karena fasilitas perbankan yang tersedia cukup memuaskan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	18	36,0	36,0	36,0
	Setuju	28	56,0	56,0	92,0
	Sangat Setuju	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang bersedia mengajak untuk menggunakan produk pelayanan bank karena fasilitas perbankan yang tersedia cukup memuaskan berjumlah 4 orang (8%) menyatakan sangat setuju, 28 orang (56%) menyatakan setuju dan 18 orang (36%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.36**  
**Bersedia mengajak untuk menggunakan produk pelayanan bank karena manfaat yang dirasakan selama ini cukup berarti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	17	34,0	34,0	34,0
	Setuju	29	58,0	58,0	92,0
	Sangat Setuju	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Dari data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden tentang bersedia mengajak untuk menggunakan produk pelayanan bank karena manfaat yang dirasakan selama ini cukup berarti berjumlah 4 orang (8%) menyatakan sangat setuju, 29 orang (58%) menyatakan setuju dan 17 orang (34%) menyatakan kurang setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepadanya.

**Tabel IV.37**  
**Skor Angket untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

No.	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	10	20%	40	80%	0	0%	0	0%	0	0%	50	100%
2	6	12%	37	74%	7	14%	0	0%	0	0%	50	100%
3	6	12%	18	36%	20	40%	6	12%	0	0%	50	100%
4	4	8%	36	72%	10	20%	0	0%	0	0%	50	100%
5	4	8%	42	84%	4	8%	0	0%	0	0%	50	100%
6	5	10%	23	46%	22	44%	0	0%	0	0%	50	100%
7	4	8%	28	56%	18	36%	0	0%	0	0%	50	100%
8	4	8%	28	56%	18	36%	0	0%	0	0%	50	100%
9	4	8%	29	58%	17	34%	0	0%	0	0%	50	100%
		94%		562%		232%		12%		0%		900%
Rata-Rata		10,50%		62,50%		25,70%		1,30%		0%		100%

Berdasarkan distribusi jawaban responden tentang variabel kepuasan pelanggan di atas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata menyatakan setuju sebanyak 62,50% dari hasil kuisioner kepuasan pelanggan.

## D. Pengujian Hipotesis

Berikut akan dipaparkan mengenai korelasi tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel IV.38**  
**Output Korelasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**  
**Correlations**

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	,877**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	50	50
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,877**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari data di atas terlihat bahwa nilai koefisien korelasi ( $r$ ) adalah 0,877. Nilai  $r$  ini positif, berarti hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah searah.

Selanjutnya terlihat bahwa nilai  $r$  dengan probabilitasnya  $\text{Sig. 2-tailed } 0,000 < \alpha 0,05$  dengan demikian  $H_0$  ditolak. Kesimpulannya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan.

## E. Pembahasan Penelitian

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kondisi penelitian ini secara umum sudah baik. Hasil ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan-tanggapan kesetujuan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Penjelasan dari masing-masing variabel akan di jelaskan sebagai berikut:

### 1. Kualitas Pelayanan

Dari deskripsi data sebelumnya terlihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak (61,90%). Dengan demikian dapat diartikan bahwa

kualitas pelayanan pada PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate cukup berkualitas.

Kualitas ini terlihat dari jawaban-jawaban responden yang umumnya setuju, terutama terlihat dari pernyataan-pernyataan tentang lokasi PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate strategis dan mudah dijangkau, Informasi yang diberikan PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate mudah dimengerti dan dipahami, PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate melayani nasabah sejak pertama kali datang, Staf PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate mengetahui kebutuhan nasabah, Staf PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate tetap ada pada jam-jam kerja (sibuk), Staf PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi dan Staf PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi.

Dengan demikian PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate telah memenuhi perintah Allah seperti terlihat dalam Surah An-Nisa/4:29 yang artinya *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.”*. Selanjutnya terlihat juga dalam salah satu hadist riwayat Muslim nomor 2699 *“Barang siapa menghilangkan (memberikan solusi) kesukaran seorang mukmin didunia maka kelak Allah akan menghilangkan kesukarannya dihari kiamat. Barang siapa yang memberikan kemudahan bagi orang yang sedang mengalami kesulitan, maka Allah akan memudahkan urusan duniawi dan akhiratnya. Dan barang siapa menutupi (aib) seorang muslim, maka Allah akan menutupi (keburukannya) didunia dan akhirat, dan Allah akan senantiasa membantu hamba-Nya selama dia mau membantu saudaranya”*.

## **2. Kepuasan Pelanggan**

Dari deskripsi data sebelumnya terlihat bahwa mayoritas responden menjawab setuju sebanyak (62,50%). Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan pada PT. BPRS Amanah Insan Cita cukup memuaskan.

Kepuasan ini terlihat dari jawaban-jawaban responden yang umumnya setuju, terutama terlihat dari pernyataan-pernyataan tentang PT. BPRS Amanah

Insan Cita Medan Estate memberi kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi perbankan, nasabah merasa senang menabung di PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate, pihak bank memberikan pelayanan administrasi dengan baik, keramahan nasabah dapat memberikan kepuasan nasabah dan nasabah bersedia merekomendasikan kepada orang lain bahwa menjadi nasabah di PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate mendapat kepuasan.

Dengan demikian PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate telah memenuhi perintah Allah seperti terlihat dalam Surah Ali-Imran/3:159 yang artinya *“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah ampunan bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”*. Selanjutnya terlihat juga dalam Hadist Riwayat Bukhari dan Ibnu Majah nomor 7495, bahwa *“Semoga kasih sayang Allah dilimpahkan kepada orang yang bersikap lemah lembut (ramah) pada saat membeli, menjual, mengutang dan meminta kembali uangnya”*.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang penulis lakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi ( $r$ ) adalah 0,877. Nilai  $r$  ini positif, berarti hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah searah, artinya jika pelayanan baik maka pelanggan akan puas.

Selanjutnya terlihat bahwa nilai  $r$  dengan probabilitasnya  $\text{Sig-2tailed} 0,000 < \alpha 0,05$  dengan demikian  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate.

Sedangkan dari hasil penelitian terdahulu menghasilkan penelitian juga menunjukkan secara simultan, kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepada kepuasan nasabah, secara parsial citra perusahaan



berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>40</sup> Selanjutnya pada penelitian lain juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, mengidentifikasi bahwa kualitas pelayanan sangat penting dalam jasa perbankan khususnya bank syariah.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Michael B. Pontoh, et al. "Kualitas Layanan, Citra Layanan dan Kepercayaan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado," *Jurnal EMBA*, (September 2014), vol. 2, h. 296.

<sup>41</sup> Achmad Tavip Junaedi, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah", *Jurnal Aplikasi Manajemen*, (Maret 2012), vol. 10, h. 174.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pandangan nasabah tentang kualitas pelayanan PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate mayoritas nasabah menyatakan puas atas layanan bank tersebut.
2. Tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate mayoritas nasabah menyatakan puas dan bersedia berkunjung kembali.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah diambil, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate agar kiranya lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang diberikan sehingga menambah kepuasan bagi nasabah dan akan berdampak kepada peningkatan jasa nasabah, dapat dikatakan bahwa faktor kualitas pelayanan merupakan salah nilai penting dalam proses meraih tujuan organisasi.
2. Bagi PT. BPRS Amanah Insan Cita Medan Estate agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah, dengan meningkatkan kepuasan nasabah dan dengan meningkatkan ketanggapan karyawan dalam melayani nasabah maka akan berdampak bagi perusahaan terhadap penilaian nasabah. Hal ini dikarenakan kepuasan nasabah tersebut merupakan suatu hal yang sangat penting sehingga kemudian akan berdampak positif bagi perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akmalia, I. Analisis kepuasan nasabah atas dimensi kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2012.
- Al-Farran, S. A. *Tafsir Imam Syafi'i*. Jakarta Timur: Almahira, 2008.
- Arikunto, S. *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Ar-Rifa'i, M. N. *Kemudahan dari Allah: Ringkasan tafsir Ibnu Katsir*. Jakarta: Gema Insani, 2000.
- Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahnya*. (Semarang: PT. Karya Toha Putra.
- H.R. Bukhari. *Shahih Bukhari*. Retrieved Januari 10, 2017, from Lidwa Pusaka: <http://app.lidwa.com/>, 2017.
- H.R. Muslim. *Shahih Muslim*. Retrieved Januari 10, 2017, from Lidwa Pusaka: <http://app.lidwa.com/>, 2017.
- Irawan, H. *10 prinsip kepuasan pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002.
- Juliandi, A., & Irfan. *Metodologi penelitian kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. *Metode penelitian bisnis*. Medan: UMSU PRESS, 2015.
- Junaedi, A. T. Analisis pengaruh kualitas pelayanan, keadilan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank syariah (studi pada nasabah bank syariah di Propinsi Riau). *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 2012.
- Lupiyoadi, R. *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Mardikawati, W., & Farida, N. Pengaruh nilai pelanggan dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, melalui kepuasan pelanggan pada pelanggan bus efisiensi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2013.
- Pontoh, M. B., Kawet, L., & Tumbuan, W. A. Kualitas layanan, citra perusahaan dan kepercayaan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah bank BRI Cabang Manado. *Jurnal EMBA*, 2014.
- Quthb, S. *Tafsir fi zhilalil qur'an*. Jakarta: Gema Insani, 2001.

Rangkuti, F. *Measuring customer satisfaction: Gaining customer relationship strategi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.

Soedarmo, H. *Menjadi kaya dengan UKM otomotif roda dua*. Jakarta: Kawan Pustaka, 2006.

Tjiptono, F. *Pemasaran strategis edisi 2*. Yogyakarta: Andi Offset, 2012.

Tjiptono, F. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Ofset, 2007.

Tjiptono, F., & Gregorius, C. *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: ANDI, 2012.

Umar, H. *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005.

Wasis. *Pedoman riset praktis untuk profesi perawat*. Jakarta: EGC, 2006.