

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA PERBANKAN TERHADAP  
TINGKAT KEPUASAN NASABAH DENGAN DIMENSI CARTER PADA PT.BANK  
SUMUT SYARIAH CABANG BINJAI**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas – Tugas dan Memenuhi Syarat – Syarat*

*Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah ( SE,Sy )*

*Pada Program Studi Perbankan Syariah*

**Oleh :**

**ZANA COBITHA RAHMADHANI**

**NPM : 1301270032**



**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2017**



## ABSTRAK

**ZANA COBITHA RAHMADHANI. NPM 1301270032. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Dimensi CARTER Pada PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2017.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya kualitas pelayanan yang diberikan pada PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai dengan dimensi CARTER terhadap tingkat kepuasan nasabah yang menabung.

Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang berkualitas. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik adalah berdasarkan sudut pandang persepsi nasabah dan bukanlah berdasarkan sudut pandang penyedia layanan. Nasabah yang menggunakan layanan yang disediakan oleh penyedia layanan, sehingga sudah seharusnya nasabah yang menentukan kualitas pelayanan. Secara umum, perspektif nasabah terhadap kualitas layanan merupakan penilaian menyeluruh dari suatu pelayanan

Kepuasan nasabah merupakan salah satu upaya untuk menciptakan hubungan yang baik antara PT. Bank SUMUT Syariah dengan nasabah. Nasabah yang memperoleh produk atau jasa yang sesuai atau melebihi harapan, cenderung akan memberikan tanggapan yang positif bagi perusahaan.

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 50 orang nasabah PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket (kuesioner). 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 nasabah.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan hasil uji hipotesis menunjukkan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai.

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

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Wr. Wb*

Puji syukur kehadirat ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Judul penelitian yang penulis teliti adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah dengan Dimensi CARTER Pada PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai”**.

Penyusunan skripsi ini adalah salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Program Strata-1 pada Fakultas Agama Islam di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam penyusunan skripsi ini juga banyak pihak yang telah membantu, oleh karena itu tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada Ayahanda **Jasa Rahmayadi** dan Ibunda **Yeni Sunengsih** yang telah mendidik dan membesarkan penulis dengan sepenuh hati.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan kepada penulis kemampuan berfikir sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Dr. Agussani, M. AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr . Muhammad Qorib, MA selaku Dekan dan Bapak Zailani, S.Pd. I, MA selaku Wakil Dekan I dan Bapak Munawir Pasaribu, S.Pd. I, MA selaku Wakil Dekan III.
4. Bapak Selamat Pohan, S.Ag, MA selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Drs. Sarwo Edi, MA selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia mengorbankan waktu untuk menuntun serta memberikan arahan dan bimbingan didalam penulisan skripsi ini.
6. Kepada Keluarga Tercinta dan Sahabat Tersayang yang telah memberikan semangat : Astri Fahyani, Arie Sushmita, Mutiara Budi, Yuyun Darwiyah, Wahyu Handayani, Inda Asmaul Husna.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat berguna bagi pembaca dan terlebih bagi penulis sendiri.

Wassalamu'alaikum. Wr.Wb

Medan, April 2017

Penulis

**Zana Cobitha Rahmadhani**

## 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>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	3
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah .....	4
E. Tujuan Penelitian.....	4
F. Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II      LANDASAN TEORI.....</b>	<b>6</b>
A. Kajian Teori.....	6
1. Kualitas Pelayanan .....	6
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	5
b. Defenisi Kualitas Pelayanan .....	7
c. Faktor Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	8
d. Indikator Kualitas Pelayanan.....	9
2. Jasa Perbankan Syariah .....	11
3. Kepuasan Nasabah .....	12
a. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	12
b. Faktor Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	14
c. Peranan Kepuasan Nasabah.....	14
d. Teknik Pengukuran Kepuasan Nasabah .....	15
e. Indikator Kepuasan Nasabah .....	15
B. Kerangka Konseptual.....	18
C. Hipotesis.....	18

<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
	A. Pendekatan Penelitian .....	19
	B. Defenisi Operasional.....	19
	1. Kualitas Pelayanan.....	19
	2. Kepuasan Nasabah .....	20
	C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	20
	D. Populasi dan Sampel.....	21
	E. Teknik Pengumpulan Data.....	22
	F. Teknik Analisis Data .....	23
	1. Uji T Statistic .....	23
	2. Uji Koefisien Determinasi.....	23
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>24</b>
	A. Gambaran Perusahaan .....	24
	B. Sejarah Singkat dan Perkembangan Perusahaan .....	24
	C. Ruang Lingkup Bidang Usaha.....	26
	D. Visi dan Misi Perusahaan .....	26
	E. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab .....	26
	F. Hasil Penelitian .....	31
	1. Deskripsi Hasil Pengumpulan Data.....	31
	a. Frekuensi Jenis Kelamin .....	32
	b. Frekuensi Usia.....	33
	c. Frekuensi Pekerjaan.....	33
	d. Frekuensi Pendidikan Terakhir .....	34
	2. Tanggapan Responden.....	34
	a. Variabel Kualitas Pelayanan (X).....	34
	b. Variabel Kepuasan Nasabah (Y) .....	45
	3. Analisis Data.....	47
	1. Uji T .....	47
	2. Uji R.....	48

G. Pembahasan .....	49
1. Kualitas Pelayanan .....	49
2. Kepuasan Nasabah .....	49
3. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah .....	50
<b>BAB V      KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>51</b>
A. Kesimpulan.....	51
B. Saran.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>52</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

II.1 Penelitian Terdahulu .....	16
III.1 Indikator Kualitas Pelayanan.....	20
III.2 Indikator Kepuasan Nasabah.....	20
III.3 Skedul Kegiatan Penelitian .....	21
III.4 Skala Pengukuran Likert .....	22
IV.1 Skala Likert .....	31
IV.2 Frekuensi Karakteristik Responden.....	32
IV.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
IV.4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	33
IV.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	33
IV.6 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	34
IV.7 Memberikan Pinjaman Bebas Bunga.....	35
IV.8 Tidak Menggunakan Sistem Bunga Pada Tabungan .....	35
IV.9 Menyediakan Bagi Hasil Pada Produk Investasi.....	36
IV.10 Menjamin Keamanan Nasabah dalam Bertransaksi .....	36
IV.11 Dapat Menyimpan Data Dengan Benar dan Akurat .....	37
IV.12 Dapat Menanamkan Kepercayaan dan Rasa Aman Kepada Nasabah...	37
IV.13 Selalu Menjalankan Tugasnya Dengan Benar dan Tepat .....	38
IV.14 Memberikan Pelayanan Sepanjang Hari Kepada Semua Nasabah.....	38

IV.15 Melayani Nasabah Sejak Pertama Kali Datang .....	39
IV.16 Menginformasikan Kepada Nasabah Tentang Produknya.....	39
IV.17 Lokasi Strategis dan Mudah Terjangkau .....	40
IV.18 Memiliki Fasilitas yang Nyaman dan Bersih Serta Aman.....	40
IV.19 Penampilan Karyawan yang Islami .....	41
IV.20 Informasi yang Diberikan Mudah Dimengerti dan Dipahami .....	41
IV.21 Staff Bersikap Ramah dan Sopan dalam Melayani Nasabah .....	42
IV.22 Staff Penuh Perhatian dan Sabar dalam Melayani Nasabah .....	42
IV.23 Staff Bersikap Simpatik Terhadap Permasalahan Nasabah .....	43
IV.24 Staff Mengetahui Kebutuhan Nasabah .....	43
IV.25 Staff Tetap Ada Pada Jam – Jam Kerja .....	44
IV.26 Staff Melayani Nasabah dengan Cepat, Tepat, dan Efisien .....	44
IV.27 Staff Memiliki Pengetahuan yang Cukup untuk Permasalahan Nasabah	45
IV.28 Layanan yang Diberikan Sesuai dengan Harapan Nasabah.....	45
IV.29 Puas dengan Sistem Syariah yang Dijalankan .....	46
IV.30 Merasa Senang menabung.....	46
IV.31 Bersedia Merekomendasikan .....	47
IV.32 Uji t (Uji Parssial) .....	48
IV.33 Uji R2 .....	49

## DAFTAR GAMBAR

II.2 Variabel X Terhadap Variabel Y .....	18
IV.1 Logo Perusahaan.....	24

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Defenisi bank Islam yang disetujui oleh General Secretariat of the Organization of the Islamic Conference (OIC) :

“Bank Islam adalah institusi keuangan yang memiliki hukum, aturan dan prosedur sebagai wujud dari komitmen kepada prinsip syariah dan melarang menerima dan membayar bunga dalam proses operasi yang dijalankan (Ali & Sarkar,1995)”<sup>1</sup>

Menurut Undang – Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah adalah segala kegiatan yang menyangkut Bank Syariah atau Unit Usaha Syariah mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatannya.<sup>2</sup> Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari bank umum syariah dan bank pembiayaan syariah.<sup>3</sup>

Berbicara tentang pelayanan, pada zaman Rasulullah SAW, di dalam berbisnis beliau sudah mengajarkan bagaimana memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada nasabah. Dalam berbisnis sebagai pedagang, Rasulullah Nabi Muhammad SAW, memiliki sifat-sifat seperti: (1) Fathonah; (2) Shiddiq; (3) Amanah. Sifat-sifat seperti itu jika dipraktikkan dalam pelayanan akan membuat pelanggan merasa puas .<sup>4</sup>

Kualitas pelayanan adalah manfaat dari aktifitas dan kepuasan yang ditawarkan, pelayanan yang sangat baik mempengaruhi banyaknya jumlah pelanggan dalam suatu bank. Strategi meningkatkan kualitas pelayanan merupakan salah satu langkah yang digunakan untuk menarik perhatian nasabah dan meningkatkan kepuasan nasabah.

---

<sup>1</sup> Veithzal Rivai dan Arvian Arifin “Islamic Banking” (Jakarta: 2010), PT.Bumi Aksara,hal.31.

<sup>2</sup> Pasal 1 ayat (1) Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

<sup>3</sup> Ibid,Pasal 2.

<sup>4</sup> Eko Setiawan, “Suatu Alternatif untuk Mengukur Kualitas Pelayanan Dalam Bisnis Syariah” *Jurnal Ekonomi Islam*,2006,h.103.

Kepuasan pelanggan seperti di atas, harus diciptakan oleh perusahaan. Pentingnya kepuasan tersebut bagi perusahaan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabah karena sangat berpengaruh terhadap pendapatan bank, sementara itu bagi pelanggan adalah meningkatkan loyalitas dan kesetiaan nasabah setelah mengalami pelayanan yang dinyatakan dalam perilaku untuk menggunakan jasa bank tersebut dan mencerminkan adanya ikatan jangka panjang antara bank dan nasabah<sup>5</sup>.

Kepuasan nasabah merupakan salah satu upaya untuk menciptakan hubungan yang baik antara PT. Bank SUMUT Syariah dengan nasabah. Nasabah yang memperoleh produk atau jasa yang sesuai atau melebihi harapan, cenderung akan memberikan tanggapan yang positif bagi perusahaan.

Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang berkualitas. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik adalah berdasarkan sudut pandang persepsi nasabah dan bukanlah berdasarkan sudut pandang penyedia layanan. Nasabah yang menggunakan layanan yang disediakan oleh penyedia layanan, sehingga sudah seharusnya nasabah yang menentukan kualitas pelayanan. Secara umum, perspektif nasabah terhadap kualitas layanan merupakan penilaian menyeluruh dari suatu pelayanan.<sup>6</sup>

Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsi (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas layanan dihasilkan oleh operasi yang dilakukan perusahaan, dan keberhasilan oleh proses operasi perusahaan ini ditentukan oleh banyak faktor, antara lain faktor karyawan, sistem teknologi dan keterlibatan nasabah. Seperti salah satu perusahaan perbankan PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai, memiliki tugas untuk memuaskan para nasabahnya agar perusahaan mampu bersaing dan mendapatkan tempat dihati para nasabah untuk menarik nasabah yang maksimal oleh karena itu salah satu tugas dari PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai tersebut adalah bagaimana cara memberikan

---

<sup>5</sup> Jill Griffen, *Menumbuhkan Kesetiaan Pelanggan*, (Jakarta : Erlangga, 2003), h. 49

<sup>6</sup> Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Implementasi dan pengendalian*, alih bahasa A.B Susanto, Jilid I, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hal 340.

kepuasan kepada nasabah terhadap jasa perbankan yang diberikan, sehingga PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai mendapatkan tempat yang baik dihati para nasabah dan nasabah menjadi loyal kepada PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai.

Namun pada kenyataannya masih juga terdapat masalah - masalah yang timbul dikarenakan kepuasan nasabah yang masih belum dipenuhi oleh PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai. Hal ini ditandai dengan adanya komplain dari pelanggan, jumlah nasabah yang masih sedikit, minimnya ATM yang dimiliki oleh PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai, masih lambatnya sistem pencairan kredit yang ada di PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai, dan juga belum maksimal melakukan upaya untuk mengetahui serta memenuhi keinginan dan harapan – harapan pelanggan terhadap jasa yang diberikan perusahaan.

Sesuai dengan namanya Bank SUMUT Syariah tentunya harus disesuaikan dengan prinsip syari'ah Islam, apalagi di tengah – tengah persaingan bank syari'ah yang semakin pesat dalam setiap produk dan proses pelayanannya. Kebanyakan masyarakat saat ini semakin kritis, bank syari'ah yang pelayanannya tidak sesuai syari'ah Islam akan merugikan bank itu sendiri dan menghilangkan kepercayaan masyarakat terhadap bank syari'ah.

Berdasarkan uraian diatas, kepuasan yang dirasakan masyarakat sebagai nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh bank syari'ah tentunya mempunyai alasan atau sebab yang kuat. Menarik untuk dicermati lebih lanjut, untuk itu penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Syariah Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah dengan Dimensi CARTER pada PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut :

Kualitas pelayanan yang ada belum mampu meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan jasa PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai.

### **C. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis membatasi penulisan yang disebabkan karena adanya keterbatasan waktu, pikiran, dan sarana. Dalam penelitian ini, penulis hanya membatasi dan membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai. Batasan masalah ini untuk memudahkan penelitian dan memudahkan mencari pemecahannya.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang dikemukakan diatas, maka rumusan masalah adalah :

Apakah kualitas pelayanan dengan dimensi CARTER (compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, dan responsiveness) berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai?

### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya kualitas pelayanan yang diberikan pada PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai dengan dimensi CARTER terhadap tingkat kepuasan nasabah yang menabung.

### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

#### **a. Bagi Akademis**

Menambah wawasan keilmuan bagi pembaca dan khususnya penyusun tentang kualitas pelayanan jasa serta hubungannya terhadap kepuasan nasabah dengan pendekatan CARTER.

b. Bagi Peneliti

Menambah wawasan tentang kualitas jasa perbankan syariah dengan pendekatan CARTER terhadap kepuasan nasabah.

c. Bagi Perusahaan

Sebagai sumber informasi tambahan untuk pihak bank dalam usahanya untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah merasa puas.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Kualitas Pelayanan**

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

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Jaminan terbaik kami atas loyalitas nasabah, pertahanan terkuat kami menghadapi persaingan luar negeri, dan satu – satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan.<sup>7</sup>

Pelayanan adalah suatu proses bantuan kepada orang lain dengan cara tertentu yang memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal agar tercipta kepuasan dan keberhasilan yang ingin dicapai.<sup>8</sup> Pelayanan yang terbaik kepada nasabah dan tingkat kualitas dapat tercapai secara konsisten dengan memperbaiki dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan baik standar pelayanan internal maupun standar pelayanan eksternal. Kualitas pelayanan memang memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan nasabah.

Menurut Wayckof “Kualitas pelayanan bank adalah tingkat keunggulan yang diharapkan nasabah dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah, dengan kata lain ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan bank yaitu harapan nasabah (expectation) dan kinerja bank yang dirasakan nasabah ( performance )”.<sup>9</sup>

Sedangkan menurut Cronin dan Taylor (1992) “Kualitas pelayanan bank merupakan kinerja aktual bank yang diberikan kepada nasabahnya.

---

<sup>7</sup> Citra Dewi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Word Of Mouth dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Otervening” (Skripsi, Umsu,2016), hal,9.

<sup>8</sup> Boediono (2003) dalam Supadmi (2009,hal.8).

<sup>9</sup> Wayckof (lovelock,1998, Tjiptono, 1996 : 59).

Hadits juga ada menyatakan hal-hal yang relevan dengan pelayanan dan kepuasan dalam melayani orang lain. Hal ini sebagai mana Sabda Nabi SAW:

*“Wajib atas kamu untuk jujur, karena sesungguhnya kejujuran itu membawa kepada kebaikan dan kebaikan itu membawa ke surga. Seseorang yang selalu jujur dan memiliki kejujuran, akhirnya dicatat disisi Allah sebagai orang yang sangat jujur”*.<sup>10</sup>

(HR. Bukhari dan Muslim, 34)

Setiap perusahaan harus memiliki daya tanggap dan bersungguh-sungguh dalam setiap aktifitas nya untuk membantu pelanggan yang membutuhkan bantuan serta menimbulkan rasa kepuasan bagi pelanggan. Rasulullah SAW bersabda:

*“Sesungguhnya Allah Yang Maha tinggi memerintahkan berbuat baik dalam setiap hal”*.<sup>11</sup>

(HR. Tarmidzi dan Ibnu Majah, 1761).

### **b. Defenisi Kualitas Pelayanan**

Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Menurut Syamsi (2008) “ Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan sebaik – baiknya. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk (jasa) atau kinerja merupakan bagian dari utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang

---

<sup>10</sup> HR. Bukhari dan Muslim, *Shahih Bukhori dan Muslim*, Retrieved Januari 10, 2017, From Lidwa Pustaka: <http://app.lidwa.com/>

<sup>11</sup> HR. Tarmidzi dan Ibnu Majah, *Shahih Tarmidzi dan Ibnu Majah*, Retrieved Januari 10, 2017, From Lidwa Pustaka: <http://app.lidwa.com/>

berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh”.

### **c. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Ada kecenderungan dalam beberapa perusahaan untuk memandang beberapa kebutuhan dasar tentang kepuasan nasabah dari pelanggan sebagai suatu tambahan penting, sedangkan nasabah menanggapi mereka adalah sebagai produk/jasa yang mereka beli.

Menurut Pandi Tjiptono (2012, hal.36) terdapat empat faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu :

#### 1. Investasi pada manajemen sumber daya manusia

Langkah terbaik yang biasa dilakukan adalah berinvestasi pada proses rekrutment, seleksi, motivasi, pelatihan dan pengembangan karyawan.

#### 2. Industrialisasi jasa/layanan

Upaya dalam tahap biasa dilakukan melalui pemanfaatan dari sebuah teknologi.

#### 3. Service customization

Perusahaan meningkatkan interaksi antara manajemen dan para nasabah, sedemikian rupa sehingga layanan yang diberikan dapat lebih disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan individual setiap nasabah.

#### 4. Pemantauan kepuasan nasabah

Informasi balik ( feedback ) dari nasabah merupakan masukan bagi perusahaan, baik sebagai salah satu indikator kinerja perusahaan maupun sumber inspirasi pengembangan produk baru. Pemantauan kepuasan nasabah dapat dilakukan secara pasif ( melalui sistem kotak saran maupun aktif ( survey kepada nasabah ).

#### **d. Indikator Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan dalam perspektif Islam model CARTER dapat digunakan untuk mengukur kualitas jasa pada lembaga yang menjadikan syariah sebagai dasar organisasinya. Dimensi CARTER jika dijelaskan dalam konsep Islam adalah sebagai berikut :

- 1) Compliance (pemenuhan prinsip syariah), dalam memenuhi prinsip – prinsip syariah yang diukur dari menjalankan prinsip dan hukum Islam, tidak ada pembayaran bunga baik tabungan ataupun pinjaman, menerapkan ketentuan layanan produk secara Islami, kesempatan mendapatkan pinjaman bebas bunga. Transaksi pinjaman Islam diatur oleh ajaran dari syariah yang melarang adanya bunga.<sup>12</sup>
- 2) Assurance (jaminan), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai Bank Syariah untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada bank syariah, hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun, sehingga etika berkomunikasi sangat diperlukan, supaya pada waktu menawarkan produk tidak melakukan manipulasi dan pada waktu berbicara tidak melakukan kebohongan, sehingga bank syariah akan mendapatkan kepercayaan dari nasabah, dan yang terpenting tidak melanggar syariat dalam bermuamalah.
- 3) Reliability (keandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua nasabah tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Sebagai seorang muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan / muamalah.
- 4) Tangible (berwujud), yaitu kemampuan suatu bank syariah dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Hal yang penting menurut Islam karyawan yang bekerja di koperasi syariah pada waktu

---

<sup>12</sup> Andreas A Jobst (2007) dalam makalah “The Economics of Islamic Finance and Securitization”.

menjalankan operasional harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar'i.

- 5) Empathy (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Suatu perusahaan ( bank syariah ) diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah.
- 6) Responsiveness (ketanggapan), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas dan benar. Islam mengajarkan bahwa dalam melakukan komitmen di suatu perusahaan (koperasi syariah) harus memberikan pelayanan yang baik, sehingga jika perusahaan (koperasi syariah) tidak bisa menemptati, maka resiko yang akan terjadi adalah ditinggalkan para nasabah.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan bank 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 jangan lah kamu memilih yang buruk – buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”*. (QS.Al-Baqarah,2:267)

## 2. Jasa Perbankan

Jasa perbankan atau jasa bank adalah semua aktifitas bank, baik yang secara langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan tugas dan fungsi bank sebagai lembaga intermediasi, yaitu lembaga yang memperlancar terjadinya transaksi perdagangan, sebagai lembaga yang memperlancar peredaran uang serta sebagai lembaga yang memberikan jaminan kepada nasabahnya.

Tujuan pemberian jasa – jasa perbankan ini adalah untuk mendukung dan memperlancar kegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dana. Semakin lengkap jasa bank yang diberikan, semakin baik, dalam arti jika nasabah hendak melakukan suatu transaksi perbankan, cukup di satu bank saja. Demikian pula sebaliknya jika jasa bank yang diberikan kurang lengkap, maka nasabah terpaksa untuk mencari bank lain yang menyediakan jasa yang mereka butuhkan.<sup>13</sup>

Lengkap atau tidaknya jasa bank yang diberikan sangat tergantung dari kemampuan bank tersebut, baik dari segi modal, perlengkapan fasilitas sampai kepada personel yang mengoperasikannya. Semakin lengkap tentunya semakin banyak modal yang dibutuhkan untuk melengkapi peralatan dan personelnnya.

Jenis – jenis jasa bank yang dapat dilayani oleh tiap – tiap bank sangat tergantung dari kemampuan bank itu sendiri, yaitu :

- a. Kiriman Uang (transfer), merupakan jasa pengiriman uang lewat bank baik dalam kota, luar kota atau keluar negeri. Lama pengiriman tergantung dari sarana yang digunakan untuk mengirim. Kemudian besarnya biaya kirim juga sangat tergantung sarana yang digunakan.
- b. Kliring, merupakan jasa penyelesaian utang piutang antar bank dengan cara saling menyerahkan warkat – warkat yang akan di klirinkan di lembaga kliring (penagihan warkat seperti cek yang berasal dari dalam kota). Agar perhitungan penyelesaian utang piutang dapat dilaksanakan lebih mudah, aman, dan efisien.

---

<sup>13</sup> Dr.Kasmir “*Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*” (Jakarta: 2013,hal,128),PT.Rajagrafindo Persada.

- c. Inkaso, adalah warkat – warkat bank yang berasal dari luar kota atau luar negeri. Lama penagihan warkat dan besarnya biaya tagih yang dibebankan kepada nasabah tergantung bank yang bersangkutan.
- d. Save deposit box (jasa penyimpanan dokumen), merupakan jasa – jasa persewaan kotak untuk menyimpan dokumen atau surat – surat berharga.
- e. Jasa kartu kredit, sebagai alat pembayaran di tempat – tempat tertentu, kartu ini juga dapat diuangkan berbagai tempat seperti ATM (Automated Teller Machine).<sup>14</sup>

### **3. Kepuasan Nasabah**

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

Kepuasan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Jika yang dirasakan sama atau lebih baik dari yang diharapkan, pelanggan kita katakan puas (satisfaction). Jika yang dirasakan lebih rendah yang diharapkan, pelanggan kita mengatakan tidak puas (dissatisfaction).<sup>15</sup>

Kepuasan nasabah merupakan evaluasi pembelian dimana produk yang dipilih sekurang – kurangnya sama atau melebihi harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil ( outcome ) tidak memenuhi harapan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.<sup>16</sup> Perbandingan antara harapan dan kinerja yang didapatkan oleh nasabah akan menghasilkan perasaan senang atau tidak senang. Apabila kinerja sesuai atau bahkan melebihi dari yang diharapkan, maka nasabah akan merasa senang atau puas. Sebaliknya apabila kinerja berada di kurang dari harapan, maka nasabah akan merasa kecewa atau tidak puas.

---

<sup>14</sup> Kasmir, SE.MM "Manajemen Perbankan", (Jakarta: 2000, hal, 113), PT.RajaGrafindo Persada.

<sup>15</sup> M.Taufik "Dinamika Pemasaran" , (Jakarta: 2005, hal, 13), PT.RajaGrafindo Persada.

<sup>16</sup> Day dan Kristino (2011, hal.30)

Berikut definisi beberapa ahli tentang kepuasan pelanggan (nasabah):

Menurut Kotler “Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya<sup>17</sup> .

Menurut Wikie (1990) “Mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa”.

Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan sehingga tidak heran selalu ada selogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik – baiknya. Dalam praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, ada dua keuntungan yang diterima bank, yaitu sebagai berikut :

- a. Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan ( tidak lari ke bank lain ) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank. Hal ini sama seperti yang dikemukakan oleh Derek dan Rao yang mengatakan kepuasan konsumen secara keseluruhan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.
- b. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah. Seperti yang dikemukakan Richens bahwa kepuasan pelanggan dengan cara memberikan rekomendasi atau memberitahu akan pengalamannya yang menyenangkan tersebut dan merupakan iklan dari mulut ke mulut. Artinya nasabah tersebut akan dengan cepat menular ke nasabah lain dan berpotensi menambah nasabah baru.<sup>18</sup>

Jika cara seperti di atas dapat terus dipertahankan, tujuan bank akan dapat tercapai dengan tidak terlalu sulit. Pengertian kepuasan nasabah dari berbagai ahli tidak jauh berbeda, hanya saja tergantung dari sudut mana kita memandangnya.

---

<sup>17</sup> (Kotler, Philip 2000: 52)

<sup>18</sup> Kasmir,SE.MM “*Manajemen Perbankan*”,(Jakarta: 2000,hal,237),PT.RajaGrafindo Persada.

### **b. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Lupiyoadi (2011) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan nasabah, yaitu :

1. Kualitas produk.

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas, produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.

2. Kualitas pelayanan.

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

3. Emosion konsumen merasa puas ketika orang memuji dikarenakan menggunakan merk yang mahal.

4. Harga.

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

5. Biaya.

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.<sup>19</sup>

### **c. Peranan Kepuasan Nasabah**

Menurut Kotler dan Keller (2006) pelanggan yang sangat puas pada umumnya lebih setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produksi yang ada, membicarakan hal – hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk – produknya, tidak banyak memberikan perhatian pada merek pesaing dan tidak terlalu peka terhadap harga, menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan lebih sedikit biaya untuk melayani nasabah baru karena transaksinya bersifat rutin.

---

<sup>19</sup> Lupiyoadi, " *Manajemen Pemasaran Jasa* " Edisi-3, Jakarta: Salemba Empat.

#### **d. Teknik Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan Bank Syariah pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas, sangat puas”( directly reported satisfaction ).
2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan ( derived dissatisfaction ).
3. Responden diminta untuk menuliskan masalah – masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan – perbaikan yang mereka sarankan ( problem analysis ).
4. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing – masing elemen (importance/performance ratings). Teknik ini dikenal pula dengan istilah importance-performance analysis.<sup>20</sup>

#### **e. Indikator Kepuasan Nasabah**

Menurut Tjiptono (2012 : 101), indikator kepuasan nasabah terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan,  
Merupakan tingkat 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.

---

<sup>20</sup> (Martilla dan James, 1997,hal 77-79) (dalam buku Tjiptono 2001: hal,40-41)

## 2. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan nasabah untuk berkunjung kembali untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :

- 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.

## 3. Kesediaan merekomendasikan

- a) Masyarakat tertentu atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b) Masyarakat teman atau kerabat untuk membeli 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>21</sup>

**Tabel II. 1**

### Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Variabel	Indikator	Hasil
1 Nurmaida	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.BRI. Studi kasus PT.Bank Rakyat Indonesia (persero) cabang Putri Hijau Medan.	Kepuasan Nasabah	Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati,dan Berwujud.	Meningkatnya jumlah nasabah ysng menabung di Bank BRI menyatakan bahwa nasabah merasa puas.

<sup>21</sup> Tjiptono dan Chandra (2012) "Pemasaran Strategi" edisi 2; Yogyakarta: C.V Andi Offset.

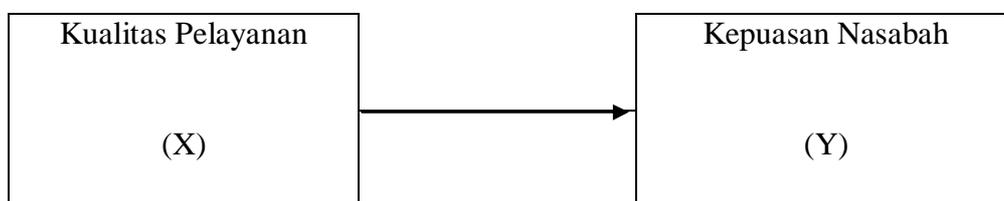
<p>2</p> <p>Fia Transtriani ngzah</p>	<p>Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank Muamalat Studi kasus PT.Bank Muamalat Cabang Solo.</p>	<p>Kepuasan Nasabah</p>	<p>Berwujud, Kehandalan, Daya tanggap,empati</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan dimensi yang paling dominan pengaruhnya ialah daya tanggap (responsivness) maka dimensi ini dinilai paling dominan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.</p>
<p>3</p> <p>Erika Edy Mulyanto</p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada tabungan BTN Syariah. Studi kasus PT.Bank Tabungan Negara Syariah Kantor Cabang Yogyakarta.</p>	<p>Kepuasan Nasabah</p>	<p>Empati, keandalan, ketanggapan, berwujud</p>	<p>Kepuasan Nasabah paling dominan terdapat pada dimensi Tangible (berwujud) untuk meningkatkan kepuasan nasabah.</p>

## B. Kerangka Konseptual

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Pelayanan dari suatu perusahaan dapat dilakukan berkualitas apabila pelayanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, jika kebutuhan dan keinginan nasabah mampu dipenuhi melalui kualitas pelayanan perusahaan, maka hal ini akan berpengaruh pada kepuasan nasabah dan berakhir pada kenyamanan nasabah. Kotler dan Keller (2007, hal,177) menyatakan bahwa jika kinerja dibawah harapan nasabah tidak puas, semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui harapan pelanggan agar dapat menciptakan kepuasan nasabah, oleh karena itu kepuasan nasabah menjadi prioritas utama dalam setiap perusahaan maupun organisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Abidin (2010) menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.



**Gambar II.1 : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

## C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori yang telah diuraikan diatas, maka penulis menarik suatu hipotesis penelitian sebagai berikut : Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dalam penelitian kuantitatif permasalahan tidak ditemukan diawal, tetapi permasalahan ditemukan setelah penelitian terjun ke lapangan dan apabila peneliti memperoleh permasalahan baru maka permasalahan tersebut diteliti kembali sampai semua permasalahan telah terjawab. Penelitian kuantitatif tidak dilakukan secara mendalam, umumnya menyelidiki permukaan saja, dengan demikian memerlukan waktu relatif lebih singkat dibanding dengan penelitian kualitatif.<sup>22</sup>

Instrumen pengumpulan data dapat digunakan seperti angket, daftar wawancara dan lainnya, tidak harus diri peneliti sendiri. Permasalahan dalam penelitian kuantitatif dapat ditentukan di awal penelitian sehingga bersifat sebagai hipotesis atau dugaan awal terhadap permasalahan berdasarkan apa yang dikatakan teori.<sup>23</sup>

#### **B. Defenisi Operasional**

Defenisi operasional dalam penelitian ini adalah semua variabel yang terkandung dalam hipotesis yang telah dirumuskan. Dalam penelitian ini operasional variabelnya adalah sebagai berikut :

##### **1. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan diartikan sebagai kesesuaian antara harapan pelanggan (masyarakat) pengguna layanan dengan persepsi pelanggan (masyarakat) atas pelayanan yang diberikan oleh PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai.

---

<sup>22</sup> Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media Perintis,2013)h.12-13.

<sup>23</sup> Azuar,Irfan,Safrinal "*Metodologi Penelitian Bisnis*" (2015) UMSU PREESS,hal.12.

Adapun indikator untuk mengukur kualitas pelayanan sebagai berikut :

**Tabel III.1**  
**Indikator Kualitas Pelayanan**

No	Indikator
1	Compliance (pemenuhan prinsip syariah)
2	Assurance (Jaminan)
3	Reliability (Keandalan)
4	Tangible (Bukti fisik)
5	Empathy (Empati)
6	Responsivnes (Ketanggapan)

Tjiptono (2012,hal.75)

## 2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja produk yang nilai/aktual dengan kinerja produk yang diharapkan.<sup>24</sup> Adapun indikator dari kepuasan nasabah adalah :

**Tabel III.2**  
**Indikator Kepuasan Nasabah**

No	Indikator
1	Kesesuaian harapan
2	Minat berkunjung kembali
3	Kesediaan merekomendasikan

## C. Tempat dan Waktu Penelitian

### 1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai yang beralamat di Jl. Teuku Amir Hamzah No.4A, Jati Makmur, Binjai, Kota Binjai, Sumatera Utara, Telp : (061) 8820813

<sup>24</sup> Kartadjaya, Hermawan (2007,hal. 25 – 27)

## 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian : adapun waktu penelitian direncanakan mulai dari bulan November 2016 sampai dengan bulan April 2017.

**Tabel III.3**  
**Skedul Kegiatan Penelitian**

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																								■

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Masalah penting dalam penelitian adalah masalah populasi dan sampel sebagai dua hal yang berkaitan. Penelitian mungkin tidak bermaksud melakukan penelitian kepada seluruh elemen, anggota atau unsur didalam sebuah wilayah pengamatan, tetapi memfokuskan diri hanya kepada sebagian dari anggota populasi. Dengan demikian “Populasi merupakan totalitas dari seluruh unsur yang ada dalam sebuah wilayah penelitian”.<sup>25</sup>

Populasi dalam hal penelitian ini adalah seluruh nasabah PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai.

<sup>25</sup> Azuar Juliandi dan Irfan (2013), Metode Penelitian Asosiatif, Bandung Citra Pustaka Medan Printis.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2010) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.<sup>26</sup>

Sampel merupakan populasi kecil yang digunakan dalam penelitian. Sampel terdiri dari sekelompok individu yang dipilih dari kelompok yang lebih besar dimana pemahaman dari hasil penelitian diberlakukan.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

Angket ( kuesioner ), yaitu tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tau dengan pasti variabel yang akan diukur dan tau apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner menggunakan metode Skala Likert dengan bentuk cheklist, dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi sebagai berikut :

**Tabel III.4**  
**Skala Pengukuran Likert**

<b>Pertanyaan</b>	<b>Bobot</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sugiyono (2010,hal.94)

<sup>26</sup> Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Bisnis*, cetakan ke 15, Bandung :Alfabeta.

## **F. Teknik Analisa Data**

Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan analisis regresif linier berganda. Untuk menguji variabel kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah dapat dilihat dari uji signifikansi nilai t dan f dari persamaan regresi.

### **1. Uji T Statistic**

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Dengan taraf signifikan yang ditetapkan variabel tetap adalah sebesar 0,05% dengan derajat kebebasan  $df=(n-k-1)$ , dimana n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel. Bila  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka hipotesis diterima dan jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka hipotesis ditolak. Perumusan yang digunakan adalah:  $H_0 : \beta_1, \beta_2, = 0$ , artinya  $X_1$  dan  $X_2$  secara parsial berpengaruh terhadap Y.

### **2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinan ini berfungsi untuk mengetahui presentase besarnya pengaruh variabel dependen yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi dalam presentase (%) dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

D = Determinasi

R = Nilai Korelasi Berganda

100% = Presentase Kontribusi

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Perusahaan**



Gambar IV.1 Logo Bank SUMUT

Bentuk logo menggambarkan dua elemen dalam bentuk “U” yang saling berkaitan huruf “S” yang merupakan kata awal “SUMUT”. Sebutan gambaran bentuk kerja sama antar Bank SUMUT dengan masyarakat Sumatera Utara sebagaimana visi Bank SUMUT.

Warna oranye sebagai simbol suatu hasrat terus maju yang dilakukan dengan energik yang dipadu dengan warna biru yang sportif dan profesional sebagaimana visi Bank SUMUT.

Warna putih sebagai ungkapan ketulusan hati untuk melayani sebagaimana element Bank SUMUT. Jenis huruf “Plantina Bold” sederhana dan mudah dibaca. Penulisan bank dengan huruf kecil dan dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera Utara.

#### **B. Sejarah Singkat dan Perkembangan PT.Bank SUMUT**

PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai merupakan salah satu bank pembangun daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan akte Notaris rusli No.22 dalam bentuk perseroan terbatas dan diubah menjadi Bank Milik Pemerintahan Daerah (BUMD) berdasarkan UU No.13 tahun 1962 tentang pokok Bank Pembangunan Daerah kemudian pada tanggal 16 April

1999 dengan No 2/1999 bentuk badan Hukum diubah kembali menjadi Perseroan Terbatas sesuai dengan akte pendirian Perseroan Terbatas No. 38/1999 Notaris Alima Hanum Nasution, SH sehingga nama BPDSU menjadi PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara yang disingkat dengan PT.Bank SUMUT.

Sebagai Bank memiliki visi untuk menjadi Bank adalah untuk membangun dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan serah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat PT.Bank SUMUT senantiasa berusaha untuk mengikuti perkembangan yang ada termasuk mendirikan unit usaha syariah (UUS).

Gagasan dan wacana untuk mendirikan unit atau divisi syariah sebenarnya telah berkembang cukup lama dikalangan stakeholder Bank SUMUT khususnya direksi dan komisaris sejak di keluarkannya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bunga bank adalah haram dan sejak dikeluarkan undang – undang No.10 tahun 1998 yang memberikan kesempatan bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah (UUS). Selain itu karena kultur masyarakat Sumatera Utara yang religius khususnya umat islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajaran dengan semua aspek kehidupan tersebut dalam bidang ekonomi (Muamalah).

Atas dasarhal tersebut dan komitmen bank SUMUT terhadap perkembangan layanan syariah maka dibentuknya satuan divisi dibawah organisasi Bank SUMUT yang menanganin layanan Syariah Divisi Usaha Syariah (DUS). Pada tanggal 4 November 2004 Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah dengan dua kantor cabang syariah Medan dan kantor cabang Sidempuan.

Bank SUMUT Syariah merupakan salah satu bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan izin prinsip Bank Indonesia No 6/2/DPIP/Prz/Mdn tanggal 28 April 2004 dan izin pembukaan Cabang Syariah Medan dan Padang Sidimpuan No. 6/142/Prz/Mdn tanggal 18 Oktober 2005. Diikuti dengan dibukanya Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi pada tanggal 26 Desember 2005 sesuai dengan izin Bank Indonesia dengan surat Bank Indonesia Medan kepada direksi PT.Bank SUMUT No.7/177/DPIP/Prz/Mdn tanggal 15

Desember 2005 perihal rencana pembukaan Cabang Syariah Kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas Bank SUMUT pada tanggal 11 Mei 2011 di bukanya Kantor Cabang Pembantu Binjai.

Untuk pembukaan kantor Cabang Pembantu Syariah Binjai ini berdasarkan karena Binjai adalah kota yang di dominasi oleh sector industry, pertanian, tambang/galian. Selain itu lingkungan Binjai adalah wilayah perdagangan. Ini di buktikan dengan terdapat pasar tradisional serta ruko – ruko sebagai tempat usaha barang dan jasa.

### **C. Ruang Lingkup Bidang Usaha**

Sesuai dengan UU No.7 tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam pelaksanaan kegiatan usahanya.

Fungsi utama Bank adalah menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, maka hal ini pula yang dilakukan PT.Bank SUMUT Unit Usaha Syariah Cabang Binjai dalam menjalankan kegiatan operasional Bank tersebut.

Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang mengacu dan berpedoman kepada ketentuan Al-Quran dan Hadist. Sesuai dengan prinsip dan ketentuan – ketentuan usaha syariah tersebut yang menjadi panduan dalam menerapkan berbagai produk Bank Umum Syariah baik itu berupa produk penyaluran dana maupun penghimpun dana

### **D. Visi dan Misi PT.Bank SUMUT Syariah**

#### **1. Visi Bank SUMUT Syariah**

Menjadi Bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai bidang

salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

## 2. Misi Bank SUMUT Syariah

Mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara profesional yang didasarkan pada prinsip – prinsip compliance dan syariah. Memberikan pelayanan yang terbaik :

- a. Terpercaya
- b. Energi
- c. Integritas Tinggi
- d. Komitmen
- e. Ramah
- f. Bersahabat
- g. Aman

## **E. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai**

Adapun tugas dan tanggung jawab masing – masing karyawan PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai sebagai berikut :

### 1. Pemimpin Cabang

#### a. Tugas Pemimpin Cabang

- 1) Membina dan mengarahkan kegiatan pelayanan kepada nasabah penggunaan teknologi informasi, administrasi pembiayaan dan pengelolaan likuiditas dan serta memantau dan mengendalikan kegiatan – kegiatan tersebut.
- 2) Memimpin, mengkoordinasi dan mengawasi serta melakukan penilaian terhadap kinerja pejabat dan karyawan dilingkungan kantor cabang.
- 3) Membina dan mengarahkan kegiatan menghimpun dana menyalurkan dana, pemasaran jasa – jasa, Bank sesuai dengan ketentuan yang berlaku berdasarkan kebijakan direksi pada perencanaan kerja bank serta memantau dan melaksanakan kegiatan – kegiatan tersebut.

- 4) Membina dan mengarahkan penyusunan rencana kerja tahunan jangka menengah dan jangka panjang untuk diajukan kepada direksi dan selanjutnya menyusun action plan, melakukan koordinasi atas pelaksanaan rencana yang telah disetujui.
- 5) Melakukan evaluasi atas performance dan memberikan pengarahan dalam program – program untuk melakukan performance sesuai target yang ditetapkan direksi. Menjalin dan meningkatkan hubungan dengan masyarakat terutama pemilik dana dan pengusaha – pengusaha swasta dan pemerintah, yayasan.
- 6) Mengadakan rapat – rapat untuk memelihara dan meningkatkan performance cabang pembantu dan meningkatkan pelayanan kepada nasabah.
- 7) Mengelola dan mengamankan tempat penyimpanan uang dan surat berharga jaminan pembiayaan serta seluruh investaris kantor.
- 8) Memimpin kegiatan kelompok pemutusan pembiayaan sesuai dengan kebutuhan yang berlaku.

b. Tanggung Jawab Pemimpin Cabang

- 1) Seluruh operasional kantor cabang syariah dan unit kantor dibawahnya kepada direksi.
- 2) Kinerja kantor cabang syariah dengan mengacu pada rencana kerja anggaran tahunan dan standar rasio yang sehat.
- 3) Pencapaian program kerja kantor cabang syariah.
- 4) Terjaminya likuiditas bank sesuai ketentuan yang berlaku.
- 5) Kelayakan dan kualitas pembiayaan yang diberikan.
- 6) Pelaksanaan transaksi dan penggunaan aplikasi OLIB'S.

2. Wakil Pimpinan Cabang.

a. Tugas Wakil Pemimpin Cabang

- 1) Memberikan saran dan pertimbangan kepada pemimpin cabang.
- 2) Mensurvei unit kerja dikantor cabang yang dibawahnya.

- 3) Membantu pimpinan cabang dalam membina dan mengawasi seluruh pekerjaan staf dan karyawan dilingkungan kantor cabang.
  - 4) Melakukan upaya peningkatan pelayanan kepada nasabah.
  - 5) Mengkoordinir penyusunan usulan rencana kerja dari unit kerja yang dibawahnya.
- b. Tanggung Jawab Wakil Pimpinan Cabang.
- 1) Bertanggung jawab atau seluruh tugasnya kepada pemimpin cabang.
  - 2) Bertanggung jawab atas kelancaran dan kebenaran pelaksanaan seluruh operasional unit kerja yang disupervisinya.
  - 3) Memegang teguh rahasia jabatan dan rahasia bank.
3. Pelaksanaan Pemasaran
- a. Tugas Pemimpin Pelaksanaan Pemasaran
- 1) Mengawasi dan mengatur seluruh kegiatan operasional tugasnya.
  - 2) Menyusun rencana kerja anggaran tahunan action program sesuai bidang tugas.
  - 3) Memberikan saran – saran atau pertimbangan – pertimbangan kepada pemimpin cabang tentang langkah – langkah atau tindakan – tindakan yang perlu dibidang tugasnya.
  - 4) Memeriksa analisa permohonan pembiayaan yang dilakukan oleh analisa pembiayaan.
  - 5) Memeriksa kembali keabsahan dan kelengkapan dokumen – dokumen yang berhubungan dengan permohonan pembiayaan.
  - 6) Memeriksa data calon pembiayaan dan meminta konfirmasi ke bank lain atau kantor cabang Bank SUMUT Syariah lainnya.
- b. Tanggung Jawab Pemimpin Pelaksanaan Pemasaran
- 1) Bertanggung jawab kepada pemimpin cabang.
  - 2) Memegang teguh rahasia jabatan dan rahasia bank.
  - 3) Bertanggung jawab atas kelancaran penagihan pelunasan dan angsuran pokok serta margin yang telah direlisir.
  - 4) Bertanggung jawab atas kelayakan dan kualitas pembiayaan yang diberikan.

- 5) Bertanggung jawab atas pencapaian target pemasaran pembiayaan.
- 6) Bertanggung jawab atas biaya – biaya yang dikeluarkan untuk kepentingan pemasaran dengan mengacu pada standar rasio yang sehat.

#### 4. Pelaksana Funding Officer

##### a. Tugas Pemimpin Pelaksanaan Funding Officer.

- 1) Mengawasi dan mengatur seluruh kegiatan operasional pelaksanaan tugasnya.
- 2) Menyusun rencana kerja target yang telah di tentukan
- 3) Memberikan saran – saran dan pertimbangan – pertimbangan kepada pemimpin cabang tentang langkah – langkah atau tindakan – tindakan yang perlu di bidang tugasnya.
- 4) Bertanggung jawab atas nasabah yang berada dibawah binaannya yang meliputi komunikasi dan supervise.
- 5) Menjalin hubungan dan komunikasi yang baik dengan nasabah.
- 6) Membuat laporan tentang target funding.

##### b. Tanggung Jawab Pemimpin Pelaksanaan Funding

- 1) Bertanggung jawab kepada pelaksanaan cabang
- 2) Memegang teguh rahasia jabatan dan rahasia bank
- 3) Bertanggung jawab atas pencapaian target fundingnya.
- 4) Bertanggung jawab atas keamanan dan keselamatan seluruh dana yang dititipkan.

#### 5. Pemimpin Pelaksanaan Pelayanan Nasabah

- 1) Mengawasi dan mengatur seluruh kegiatan operasional dipelaksanaan pelayanan nasabah
- 2) Memberikan saran – saran atau pertimbangan – pertimbangan kepada wakil pemimpin cabang tentang langkah – langkah atau tindakan – tindakan yang perlu diambil dibidang tugasnya.
- 3) Memeriksa kebenaran surat – surat sebagai pelayanan nasabah.

## 6. Pelaksanaan Adm. Operasional

- 1) Mengatur, membimbing, mengarahkan, mengawasi pegawai dalam melaksanakan tugasnya.
- 2) Mengawasi memeriksa follow up surat – surat masuk dan keluar baik dari ekstren maupun intern.
- 3) Melakukan supervisi atas kebenaran data yang diinput ke computer sesuai dengan yang berlaku.

## F. Hasil Penelitian

### 1. Deskripsi Hasil Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penelitian menjadikan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 21 pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan (X), dan 4 pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah (Y). Angket diberikan kepada 50 nasabah pada PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai, sebagai sampel penelitian menggunakan skala likert berbentuk table checklist. Dalam hal ini, penulis akan menguraikan satu persatu tentang karakteristik responden dengan bantuan program SPSS versi 18, yaitu sebagai berikut :

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

Kriteria	Keterangan	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

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

**Statistics**

		Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir
N	Valid	50	50	50	50
	Missing	0	0	0	0

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017.

Dalam tabel – tabel ini menunjukkan bahwa untuk karakteristik responden yang telah dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan terakhir pendidikan.

**a. Jenis Kelamin**

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

**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki – Laki	22	44,0	44,0	44,0
	Perempuan	28	56,0	56,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner, Data Diolah Penulis, SPSS 18, 2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian ini terdiri dari jenis kelamin laki – laki sebanyak 22 orang dan jenis kelamin perempuan 28 orang. Dengan demikian, presentase antara responden laki – laki dan responden perempuan didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 56% sedangkan laki – laki sebesar 44%.

**b. Usia**

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

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 Tahun	1	2,0	2,0	2,0
	20 - 35 Tahun	16	32,0	32,0	34,0
	36 - 50 Tahun	21	42,0	42,0	76,0
	> 50 Tahun	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017.

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang memiliki usia <20 tahun sebanyak 1 orang (2%), responden yang memiliki usia 20 – 35 tahun sebanyak 16 orang (32%), responden yang memiliki usia 36 – 50 tahun sebanyak 21 orang (42%), dan responden yang memiliki >50 tahun sebanyak 12 orang (24%). Dengan demikian, presentase responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 36 – 50 tahun.

**c. Pekerjaan**

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

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/ Mahasiswa	2	4,0	4,0	4,0
	Wiraswasta	13	26,0	26,0	30,0
	Pegawai Negeri Sipil	16	32,0	32,0	62,0
	Pegawai Swasta	11	22,0	22,0	84,0
	Lain – Lain	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang memiliki pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 2 orang (4%), responden yang memiliki

pekerjaan wiraswasta sebanyak 13 orang (26%), responden yang memiliki pekerjaan pegawai negeri sipil sebanyak 16 orang (32%), dan responden yang memiliki pekerjaan pegawai swasta sebanyak 11 orang (22%). Dengan demikian, presentase responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan pegawai negeri sipil sebanyak 16 orang (32%).

#### d. Pendidikan Terakhir

**Tabel IV.6**  
**Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

		Pendidikan Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	22	44,0	44,0	44,0
	Diploma D3	10	20,0	20,0	64,0
	Sarjana S1	17	34,0	34,0	98,0
	Magister S2	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang memiliki pendidikan terakhir SMA sebanyak 22 orang (44%), responden yang memiliki pendidikan terakhir Diploma (D3) sebanyak 10 orang (20%), responden yang memiliki pendidikan terakhir Sarjana (S1) sebanyak 17 orang (34%). Dengan demikian, presentase responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA sebanyak 22 orang (44%).

## 2. Tanggapan Responden

### a. Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Tanggapan responden terhadap variabel X (kualitas pelayanan) pada PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai, sebagaimana terdapat pada tabel IV.7 berikut ini.

**Tabel IV.7**  
**Memberikan Pinjaman Bebas Bunga**

		Item 1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2,0	2,0	2,0
	Kurang Setuju	1	2,0	2,0	4,0
	Setuju	40	80,0	80,0	84,0
	Sangat Setuju	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang memberikan pinjaman bebas bunga berjumlah 1 orang (2%) menyatakan tidak setuju, 1 orang (2%) menyatakan kurang setuju, 40 orang (80%) menyatakan setuju, 8 orang (16%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.8**  
**Tidak Menggunakan Sistem Bunga Pada Tabungan**

		Item 2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	2,0	2,0	2,0
	Setuju	42	84,0	84,0	86,0
	Sangat Setuju	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang tidak menggunakan sistem bunga pada tabungan berjumlah 1 orang (2%) menyatakan kurang setuju, 42 orang (84%) menyatakan setuju, 7 orang (14%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.9**  
**Menyediakan Bagi Hasil Pada Produk Investasi**

**Item 3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2,0	2,0	2,0
	Setuju	39	78,0	78,0	80,0
	Sangat Setuju	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang menyediakan bagi hasil pada produk investasi berjumlah 1 orang (2%) menyatakan tidak setuju, 39 orang (78%) menyatakan setuju, dan 10 orang (20%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.10**  
**Menjamin Keamanan Nasabah dalam Bertransaksi**

**Item 4**

		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	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi berjumlah 34 orang (68%) menyatakan setuju, 16 orang (32%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.11**  
**Dapat Menyimpan Data Dengan Benar dan Akurat**

**Item 5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	39	78,0	78,0	78,0
	Sangat Setuju	11	22,0	22,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang dapat menyimpan data dengan benar dan akurat sebanyak 39 orang (78%) menyatakan setuju, 11 orang (22%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.12**  
**Dapat Menanamkan Kepercayaan dan Rasa Aman Kepada Nasabah**

**Item 6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	38	76,0	76,0	76,0
	Sangat Setuju	12	24,0	24,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang dapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah sebanyak 38 orang (76%) menyatakan setuju, 12 orang (24%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.13**  
**Selalu Menjalankan Tugasnya Dengan Benar dan Tepat**

**Item 7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	6,0	6,0	6,0
	Setuju	33	66,0	66,0	72,0
	Sangat Setuju	14	28,0	28,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang selalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat sebanyak 3 orang (6%) menyatakan kurang setuju, 33 orang (66%) menyatakan setuju, dan 14 orang (28%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.14**  
**Memberikan Pelayanan Sepanjang Hari Kepada Semua Nasabah**

**Item 8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	2,0	2,0	2,0
	Setuju	39	78,0	78,0	80,0
	Sangat Setuju	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang memberikan pelayanan yang sama sepanjang hari kepada semua nasabah sebanyak 1 orang (2%) menyatakan kurang setuju, 39 orang (78%) menyatakan setuju, dan 10 orang (20%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.15**  
**Melayani Nasabah Sejak Pertama Kali Datang**

**Item 9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	2,0	2,0	2,0
	Setuju	36	72,0	72,0	74,0
	Sangat Setuju	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang melayani nasabah sejak pertama kali datang sebanyak 1 orang (2%) menyatakan kurang setuju, 36 orang (72%) menyatakan setuju, dan 13 orang (26%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.16**  
**Menginformasikan Kepada Nasabah Tentang Produknya**

**Item 10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	6	12,0	12,0	12,0
	Setuju	32	64,0	64,0	76,0
	Sangat Setuju	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang menginformasikan kepada nasabah tentang produk – produknya sebanyak 6 orang (12%) menyatakan kurang setuju, 32 orang (64%) menyatakan setuju, dan 12 orang (24%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.17**  
**Lokasi Strategis dan Mudah Terjangkau**

**Item 11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	10,0	10,0	10,0
	Setuju	27	54,0	54,0	64,0
	Sangat Setuju	18	36,0	36,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang lokasi strategis dan mudah terjangkau sebanyak 5 orang (10%) menyatakan kurang setuju, 27 orang (54%) menyatakan setuju, dan 18 orang (36%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.18**  
**Memiliki Fasilitas yang Nyaman dan Bersih Serta Aman**

**Item 12**

		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	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang memiliki fasilitas yang menarik, nyaman dan bersih serta aman untuk digunakan sebanyak 8 orang (16%) menyatakan kurang setuju, 28 orang (56%) menyatakan setuju, dan 14 orang (28%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.19**  
**Penampilan Karyawan yang Islami**

**Item 13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	26	52,0	52,0	52,0
	Sangat Setuju	24	48,0	48,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang penampilan karyawan yang islami sebanyak 26 orang (52%) menyatakan setuju, dan 24 orang (48%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.20**  
**Informasi yang Diberikan Mudah Dimengerti dan Dipahami**

**Item 14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	2,0	2,0	2,0
	Setuju	40	80,0	80,0	82,0
	Sangat Setuju	9	18,0	18,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang informasi yang diberikan mudah dimengerti dan dipahami sebanyak 1 orang (2%) menyatakan kurang setuju, 40 orang (80%) menyatakan setuju, dan 9 orang (18%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.21**  
**Staff Bersikap Ramah dan Sopan dalam Melayani Nasabah**

**Item 15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	6,0	6,0	6,0
	Setuju	28	56,0	56,0	62,0
	Sangat Setuju	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang staff bersikap ramah dan sopan dalam melayani nasabah sebanyak 3 orang (6%) menyatakan kurang setuju, 28 orang (56%) menyatakan setuju, dan 19 orang (38%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.22**  
**Staff Penuh Perhatian dan Sabar dalam Melayani Nasabah**

**Item 16**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	4,0	4,0	4,0
	Setuju	35	70,0	70,0	74,0
	Sangat Setuju	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang staff penuh perhatian dan sabar dalam melayani nasabah sebanyak 2 orang (4%) menyatakan kurang setuju, 35 orang (70%) menyatakan setuju, dan 13 orang (26%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.23**  
**Staff Bersikap Simpatik Terhadap Permasalahan Nasabah**

**Item 17**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	4,0	4,0	4,0
	Setuju	40	80,0	80,0	84,0
	Sangat Setuju	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang staff bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah sebanyak 2 orang (4%) menyatakan kurang setuju, 40 orang (80%) menyatakan setuju, dan 8 orang (16%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.24**  
**Staff Mengetahui Kebutuhan Nasabah**

**Item 18**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	4,0	4,0	4,0
	Setuju	41	82,0	82,0	86,0
	Sangat Setuju	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang staff mengetahui kebutuhan nasabah sebanyak 2 orang (4%) menyatakan kurang setuju, 41 orang (82%) menyatakan setuju, dan 7 orang (14%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.25**  
**Staff Tetap Ada Pada Jam – Jam Kerja**

**Item 19**

		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	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang staff tetap ada pada jam – jam kerja sebanyak 4 orang (8%) menyatakan kurang setuju, 38 orang (76%) menyatakan setuju, dan 8 orang (16%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.26**  
**Staff Melayani Nasabah dengan Cepat, Tepat, dan Efisien**

**Item 20**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	2,0	2,0	2,0
	Setuju	36	72,0	72,0	74,0
	Sangat Setuju	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang staff melayani nasabah dengan cepat, tepat, dan efisien sebanyak 1 orang (2%) menyatakan kurang setuju, 36 orang (72%) menyatakan setuju, dan 13 orang (26%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.27**  
**Staff Memiliki Pengetahuan yang Cukup untuk Permasalahan Nasabah**

		Item 21			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	2,0	2,0	2,0
	Setuju	33	66,0	66,0	68,0
	Sangat Setuju	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang staff memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pernyataan dan permasalahan nasabah sebanyak 1 orang (2%) menyatakan kurang setuju, 33 orang (66%) menyatakan setuju, 16 orang (32%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

Berdasarkan distribusi jawaban responden tentang variabel kualitas pelayanan di atas, dapat disimpulkan bahwa rata – rata menyatakan setuju sebanyak 70,8% dari hasil kuesioner kualitas pelayanan.

#### **b. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

Tanggapan responden terhadap variabel Y (kepuasan nasabah) pada PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai, sebagaimana terdapat pada tabel IV. 28 berikut ini.

**Tabel IV.28**  
**Layanan yang Diberikan Sesuai dengan Harapan Nasabah**

		Item 22			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	42	84,0	84,0	84,0
	Sangat Setuju	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang layanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah sebanyak 42 orang (84%) menyatakan setuju, 8 orang (16%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.29**  
**Puas dengan Sistem Syariah yang Dijalankan**

**Item 23**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	37	74,0	74,0	74,0
	Sangat Setuju	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang merasa puas dengan sistem syariah yang dijalankan sebanyak 37 orang (74%) menyatakan setuju, 13 orang (26%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.30**  
**Merasa Senang menabung**

**Item 24**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	2,0	2,0	2,0
	Setuju	28	56,0	56,0	58,0
	Sangat Setuju	21	42,0	42,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang merasa puas menabung di bank tersebut sebanyak 1 orang (2%)

menyatakan kurang setuju, 28 orang (56%) menyatakan setuju, 21 orang (42%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

**Tabel IV.31**  
**Bersedia Merekomendasikan**

**Item 25**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	8,0	8,0	8,0
	Setuju	34	68,0	68,0	76,0
	Sangat Setuju	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber: Kuesioner Data Diolah Penulis, SPSS 18,2017

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang menjawab tentang bersedia merekomendasikan sebanyak 4 orang (8%) menyatakan kurang setuju, 34 orang (68%) menyatakan setuju, dan 12 orang (24%) menyatakan sangat setuju atas butir pernyataan yang diajukan kepada responden.

Berdasarkan distribusi jawaban responden tentang variabel kepuasan nasabah di atas, dapat disimpulkan bahwa rata – rata menyatakan setuju sebanyak 70,5% dari hasil kuesioner kepuasan nasabah.

### **3. Analisis Data**

#### **a. Uji t (Uji Parsial)**

Uji t statistik (parsial) statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh jatuh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel independen. Uji ini menandai bahwa variabel independen adalah Kualitas Pelayanan, sedangkan variabel dependen adalah Kepuasan Nasabah. Dalam model ini apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

**Tabel IV. 32**  
**Uji t (Uji Parsial)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,574	2,102		,749	,458		
	Kualitas Pelayanan	,183	,025	,727	7,345	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil dari uji untuk variabel X (kualitas pelayanan) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 0,000 dengan signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sedangkan  $t_{tabel}$  dengan  $df=n-k = 50 - 2 = 48$  adalah sebesar 2,011, maka diperoleh  $t_{hitung} (7,345) > t_{tabel} (2,011)$  berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai.

**b. Koefisien Determinasi (*squer R<sup>2</sup>*)**

Koefisien Determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjalankan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Tabel IV. 33

**Uji R<sup>2</sup>**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,727 <sup>a</sup>	,529	,519	,92367	2,176

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil regresi di atas diperoleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,529 yang menunjukkan bahwa model yang dibuat untuk memprediksi pengaruh kualitas pelayanan mampu menjelaskan kepuasan nasabah yaitu sebesar 52,9%, jadi sisanya ( $100\% - 52,9\% = 47,1\%$ ).

## G. Pembahasan

### 1. Kualitas Pelayanan

Dari deskripsi data sebelumnya terlihat besar mayoritas responden menjawab setuju (70,8%). Dengan demikian dapat diartikan bahwa pelayanan di PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai cukup berkualitas.

Kualitas ini terlihat dari jawaban – jawaban responden yang umumnya setuju, terutama dilihat dari pernyataan – pernyataan tentang: Memberikan Pinjaman Bebas Bunga, Tidak menggunakan sistem bunga pada tabungan, Menyediakan bagi hasil pada produk investasi, Dapat menyimpan data dengan benar dan akurat, Memberikan pelayanan sepanjang hari kepada semua nasabah, Informasi yang diberikan mudah dimengerti dan dipahami, Staff bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah, Staff Mengetahui Kebutuhan Nasabah.

### 2. Kepuasan Nasabah

Dari deskripsi data sebelumnya terlihat besar mayoritas responden menjawab setuju (70,5%). Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan di PT.Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai cukup memuaskan. Kepuasan ini terlihat dari jawaban-jawaban responden yang umumnya setuju, terutama dilihat

dari pertanyaan-pertanyaan tentang: Layanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah, Puas dengan sistem syariah yang dijalankan, Merasa senang menabung, Bersedia merekomendasikan.

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

Dari hasil regresi di peroleh nilai thitung kualitas pelayanan sebesar 7,345 dan pada tabel dengan tingkat signifikan sebesar 5% dan df 48 adalah di peroleh 2.011 jadi terlihat bahwa thitung > ttabel ( $7,345 > 2,011$ ), sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai. Dari hasil perhitungan nilai signifikan yang diperoleh adalah 0,000 atau ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga hipotesis diterima, maka disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian, pengelolaan data dan pembahasan pada Bab IV dapat ditarik kesimpulan, yaitu berdasarkan dari hasil perhitungan uji parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai.

Berdasarkan hasil uji  $r$  menunjukkan bahwa memprediksi pengaruh kualitas pelayanan mampu menjelaskan kepuasan nasabah yaitu sebesar 52,9% pada PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai.

#### **B. Saran**

Dari hasil penelitian yang terdiri dari deskripsi data ( Jenis Kelamin, Usia, Pekerjaan, dan Pendidikan Terakhir ) dan analisis data, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai hendaknya selalu memperhatikan harapan – harapan nasabah yang begitu besar karena nasabah adalah orang yang memberikan amanah kepada pihak PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai untuk mengelola dananya dan memberikan perlindungan terhadap resiko yang tidak terduga.
2. Pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Bank SUMUT Syariah Cabang Binjai hendaknya lebih ditingkatkan lagi agar hubungan yang diperoleh menghasilkan hubungan yang lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arviyan dan Veithzal. *Islamic Banking* Jakarta: PT. Bumi Aksara 2010.
- Chandra, Tjiptono. *Pemasaran Strategis* Edisi 2; Yogyakarta: C.V Andi Offset 2012.
- Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahnya*.
- Emzir. *Metodologi Penelitian Pendidikan* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2014.
- Emzir. *Analisis Data* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2012.
- Griffen Jill. *Menumbuhkan Kesetiaan Pelanggan* Jakarta: Erlangga 2003.
- H.R. Bukhari dan Muslim. *Shahih Bukhori dan Muslim*. Retrieved Januari 10, 2017, From Lidwa Pustaka: <http://app.lidwa.com/>
- HR. Tarmidzi dan Ibnu Majah. *Shahih Tarmidzi dan Ibnu Majah*. Retrieved Januari 10, 2017, From Lidwa Pustaka: <http://app.lidwa.com/>
- Irfan dan Azuar. *Metode Penelitian Assosiatif* Bandung: Citra Pustaka Medan Printis 2013.
- Irfan, Juliandi dan Azuar. *Metodologi Penelitian Kauntitatif* Bandung: Citapustaka Media Perintis 2013.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2013.
- Keller, Philip. *Manajemen Pemasaran* Jakarta: Penerbit Erlangga 2009.
- Muhamad. *Manajemen Dana Bank Syariah* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2014.
- Taufik. *Dinamika Pemasaran* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2005.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Pelayanan Jasa* Yogyakarta: Andi 2007.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius. *Pemasaran Strategik* Yogyakarta: Andi 2012.
- Tjiptono, Gregorius. *Pemasaran Strategik* Yogyakarta: ANDI, 2012.
- Safrinal, Irfan, Azwar. *Metodologi Penelitian Bisnis* UMSU PRESS 2015.

Sasuni Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis* Jakarta: Salemba Empat 2012.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-16 . Bandung: Alfabeta.

Setiawan Eko. Suatu Alternatif untuk Mengukur Kualitas Pelayanan Dalam Bisnis Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam* 2006.

Soedarmo. *Menjadi Kaya dengan UKM Otomotif Roda Dua* Jakarta: 2006.

<http://digilib.uin-suka.ac.id/14681/>