

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN (Studi Kasus BMT Masyarakat Madani Sumut)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi

Manajemen Bisnis Syariah

Oleh:

MURTIA

NPM: 1501280017



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

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

PERSEMBAHAN

*Karya Ilmiah ini kupersembahkan kepada kedua
orangtuaku*

Ayahanda Sunardi

Ibunda Rosmini

Abangda Dedy Surya,

Abangda Devi Indrianto,

Abangda Jeffri Anto,

Kakanda Suci Tri Wahyuni

*Jak lelang selalu memberika do'a kesuksesan &
Keberhasilan bagi diriku*

Motto :

*Jangan pernah menyerah untuk
mendapatkan keberhasilan*

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Murtia

NPM : 1501280017

Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan berjudul: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus BMT Masyarakat Madani SUMUT) merupakan karya asli saya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 13 Maret 2019



Murtia

NPM: 1501280017

PESETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN**

Oleh:

**MURTIA
NPM: 1501280017**

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan sapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi

Medan, Maret 2019

Pembimbing


Drs. Saryo Edi, MA

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2019

PESETUJUAN

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (Tiga) eksemplar
Hal : Skripsi a.n Murtia
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam UMSU

Di-
Medan

Assalmu'alaikum Wr.Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran perbaikan seluruhnya terhadap skripsi mahasiswa a.n Nur Afni Aridha yang berjudul: PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus BMT Masyarakat Madani Sumut. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini dapat diterima dan diajukan pada siding munaqasah untuk mendapat Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Agama Islam UMSU.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing



Dr. Sarwo Edi, MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

NAMA MAHASISWA : Murtia
NPM : 1501280017
PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah
HARI, TANGGAL : Selasa, 19 Maret 2019
WAKTU : 08.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Sri Sudiarti, MA
PENGUJI II : Sri Fitri Wahyuni, SE, MM

PANITIA PENGUJI

Ketua

Dr. Muhammad Qorib, MA

Sekretaris

Zailani, S.PdI, MA

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

Nomor : 158 th. 1987

Nomor : 0543bJU/1987

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

1. Konsonan

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

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

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

2. Vokal

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

a. Vokal tunggal

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

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

b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

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

c. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
------------------	------	-----------------	------

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

Contoh:

- qāla : قال
- ramā : رم
- qīla : قيل

d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) Ta marbūtah hidup

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

2) Ta marbūtah mati

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

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

Contoh:

- rauḍah al-aṭfāl - rauḍatul aṭfāl: لروضةالطفا
- al-Madīnah al-munawwarah : قرونملاالمنيملا
- ṭalḥah: طلحة

e. Syaddah (tasydid)

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

Contoh:

- rabbanā : ربنا
- nazzala : نزل
- al-birr : ربلا
- al-hajj : حجلا
- nu'ima : نعم

f. Kata Sandang

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

1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

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

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

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

Contoh:

- ar-rajulu: لرجلا
- as-sayyidatu: ةسلا
- asy-syamsu: سمشلا
- al-qalamu: ملقلا
- al-jalalu: لاجلا

g. Hamzah

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

Contoh:

- *ta khuz na*: تاخذون
- *an-nau*: النوء
- *syai'un*: شيء
- *inna*: ان
- *umirtu*: امرت
- *akala*: اكل

h. Penulisan Kata

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

i. Huruf Kapital

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

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasul
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilalazibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laz³unzilafihi al-Qur'anu
- SyahruRamadanal-laziunzilafihil-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

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

Contoh:

- Naşrunminallahi wafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'an

- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

j. Tajwid

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

Abstrak

Murtia, 1501280017, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus BMT Masyarakat Madani Sumut), 2019, Skripsi, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penelitian ini dibuat karena kurangnya Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Rumusan yang diteliti adalah apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada BMT Masyarakat Madani Sumut?

Tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BMT Masyarakat Madani Sumut. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. data kuantitatif adalah data yang terbentuk angka yang diperoleh dari penelitian penyebaran angket. berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus BMT Masyarakat Madani SUMUT) sangat berpengaruh terhadap kepuasan Konsumen)

Kata Kunci : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus BMT MAsyarakat Madani Sumut) sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Abstract

Murtia, 1501280017, Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction (Case Study of North Sumatra Civil Society BMT), 2019, Thesis, Faculty of Islamic Religion, North Sumatra Muhammadiyah University. This research was made because of the lack of Service Quality towards Consumer Satisfaction. The formula studied is whether service quality has an effect on consumer satisfaction at North Sumatra Civil Society BMT?

The purpose of this study aims to determine the effect of service quality on consumer satisfaction at North Sumatra Civil Society BMT. The data used in this study are quantitative data. Quantitative data are data formed by numbers obtained from questionnaire dissemination. Based on the results of research and discussion, it can be concluded that the effect of service quality on customer satisfaction (SUMUT Civil Society BMT Case Study) is very influential on Consumer satisfaction)

Keywords: Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction (Case Study of North Sumatra Civil Society BMT) is very influential on consumer satisfaction

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum wr. wb.

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. skripsi ini diajukan dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (BMT Masyarakat Madani Sumut)**

Penulis menyadari bahwa sesungguhnya penulis dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bimbingan dan nasehat serta pengarahan pihak-pihak terkait dan mungkin dalam penyajiannya masih jauh dari kesempurnaan karena mungkin kiranya masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Karena itu dengan segenap kerendahan hati penulis menerima masukan baik saran maupun kritik demi sempurnanya skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga proposal ini dapat terselesaikan, yakni kepada :

1. Ayahanda tercinta Sunardi, dan ibunda tercinta Rosmini yang telah memberikan segala kasih sayang kepada penulis, berupa besarnya perhatian, pengorbanan, bimbingan serta doa yang tulus terhadap Penulis, sehingga Penulis termotivasi dalam menyelesaikan pembuatan skripsi ini.
2. Abang-abang Dedy Surya, Devi Indrianto, Jefri Anto dan Kakak Suci Triwahyuni yang penulis cintai dan sayangi, yang telah mendoakan dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Drs. Muhammad Qorib, MA, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Ibu Isra Hayati, S.Pd., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Drs.Sarwo Edi,MA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang banyak membantu penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini
7. Seluruh Staff Dosen pengajar dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
8. Yusman S.Ag, MA selaku pengurus BMT Masyarakat Madani Sumut yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan riset hingga selesai.
9. Seluruh Staff Karyawan BMT Masyarakat Madani Sumut terima kasih kerjasamanya selama proses pelaksanaan riset di perusahaan tersebut.
10. Seluruh teman-teman seperjuangan sekalian Manajemen Bisnis Syariah A Pagi.
11. Penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan baik dari segi isi maupun tata bahasa penulisannya. Untuk itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan Skripsi ini.

Penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan seluruh mahasiswa/i Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Medan, 13 Maret 2019

Penulis

MURTIA

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	2
C. Rumusan Masalah.....	3
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
E. Sistematika Pembahasan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen	5
a. Pengertian Kualitas Pelayanan secara Umum	5
b. Pengertian Kualitas Pelayanan dalam Islam.....	6
c. Pengertian Kepuasan konsumen.....	15
d. Pengertian Kepuasan Konsumen secara Umum.....	15
e. Pengertian Kepuasan Konsumen dalam Islam	16
B. Penelitian yang Relevan	19
C. Kerangka Berfikir.....	23
D. Hipotesis.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis penelitian	24
B. Tempat dan Waktu penelitian	24
C. Populasi dan Sampel Penelitian	26
a. Populasi	26
b. Sampel	26

D. Sumber Data.....	27
E. Definisi Operasional Variabel.....	27
F. Teknik Pengumpulan Data.....	28
G. Teknik Analisis Data.....	29

BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN

A. Deskripsi Perusahaan	33
a. Sejarah Perusahaan	33
b. Visi, Misi dan Logo Perusahaan.....	34
B. Deskripsi Responden.....	40
C. Penyajian Data	42
D. Analisa Data.....	53
E. Pembahasan.....	62

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nama Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel II.1	Hasil Penelitian Yang Relevan	19
Tabel III.1	Jadwal Pelaksanaan Waktu Penelitian Kegiatan	27
Tabel III.2	Definisi Operasional dan Indikator.....	29
Tabel III.3	Skala Likert.....	33
Tabel IV.1	Profil responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel IV.2	Profil responden berdasarkan	43
Tabel IV.3	Profil responden berdasarkan	43
Tabel IV.4	Profil responden berdasarkan	44
Tabel IV.5	Hasil Responden Pertanyaan 1 pada Variabel X.....	44
Tabel IV.6	Hasil Responden Pertanyaan 2 pada Variabel X.....	45
Tabel IV.7	Hasil Responden Pertanyaan 3 pada Variabel X.....	45
Tabel IV.8	Hasil Responden Pertanyaan 4 pada Variabel X.....	46
Tabel IV.9	Hasil Responden Pertanyaan 5 pada Variabel X.....	46
Tabel IV.10	Hasil Responden Pertanyaan 6 pada Variabel X.....	46
Tabel IV.11	Hasil Responden Pertanyaan 7 pada Variabel X.....	47
Tabel IV.12	Hasil Responden Pertanyaan 8 pada Variabel X.....	47
Tabel IV.13	Hasil Responden Pertanyaan 9 pada Variabel X.....	48
Tabel IV.14	Hasil Responden Pertanyaan 10 pada Variabel X.....	48
Tabel IV.15	Hasil Responden Pertanyaan 11 pada Variabel X.....	49
Tabel IV.16	Hasil Responden Pertanyaan 12 pada Variabel X.....	49
Tabel IV.17	Hasil Responden Pertanyaan 13 pada Variabel X.....	49
Tabel IV.18	Hasil Responden Pertanyaan 14 pada Variabel X.....	50
Tabel IV.19	Hasil Responden Pertanyaan 15 pada Variabel X.....	50
Tabel IV.20	Total Hasil Responden.....	51

Tabel IV.21	Hasil Responden Pertanyaan 1 pada Variabel Y	52
Tabel IV.22	Hasil Responden Pertanyaan 2 pada Variabel Y	52
Tabel IV.23	Hasil Responden Pertanyaan 3 pada Variabel Y	53
Tabel IV.24	Hasil Responden Pertanyaan 4 pada Variabel Y	53
Tabel IV.25	Hasil Responden Pertanyaan 5 pada Variabel Y	54
Tabel IV.26	Hasil Uji Validitas	54

DAFTAR GAMBAR

Nama Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar II.1	.Model Kepuasan Konsumen	16
Gambar II.2	Kerangka Berfikir.....	23
Gambar IV.1	Logo Perusahaan.....	34
Gambar IV.2	Struktur Organisasi Perusahaan	37

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kepuasan pelanggan/konsumen merupakan suatu indikator penting untuk pengukuran kinerja pengoperasian bisnis perusahaan. Hal ini karena, kepuasan pelanggan dapat digunakan sebagai kekuatan untuk pendorong bagi masa depan pasar dan profitabilitas suatu perusahaan. Produk berupa barang atau jasa yang lebih di minati akan mempunyai daya saing yang tinggi di pasar, bila perusahaan mampu memuaskan pelanggan melalui berbagai aktivitas dari program pemasaran serta akan menjadi penentu bagi keberhasilan bisnis perusahaan. Oleh karena itu, bisnis perusahaan akan selalu berupaya untuk menjaga hal yang terbaik bagi pemberian pelayanan yang dapat memuaskan para pelanggan.¹

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono) Menurut Suwithi dalam Anwar “ Kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan”.

Kemudian menurut Kotler, kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan².

¹ Sofjan Assauri, *Strategic Marketing : Sustaining Lifetime Customer Value*, Rajawali Pers, 2013, Jakarta, halaman 11

² <http://www.infodanpengertian.com/2015/11/pengertian-kualitas-pelayanan-> diakses pada tanggal 8 januari 2019

Pentingnya kualitas pelayanan yang baik dan cepat terhadap kepuasan pelanggan diperkuat oleh pendapat para ahli diantaranya Tjipto yang mengatakan bahwa, “perusahaan yang gagal memuaskan pelanggannya akan menghadapi masalah yang lebih kompleks lagi dikarenakan dampak *bad word of mouth* (kesan yang buruk pelanggan pada perusahaan). Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain”.

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetisi dalam usaha merebut pasaran atau langganan dengan memerikan kualitas yang memuaskan kepada konsumen.³

Berdasarkan observasi, masih ada beberapa karyawan yang kurang ramah dalam melayani pelanggan, sehingga pelanggan merasa kurang puas. Pelanggan merasa perusahaan sangat lambat dalam melakukan jasa pelayanan, Ketidak Percayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan karyawan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang kualitas jasa khususnya kualitas pelayanan jasa dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus BMT Masyarakat Madani Sumut)”**

A. Identifikasi Masalah

Adapun masalah-masalah dari yang dipaparkan di atas adalah:

1. Masih ada beberapa karyawan yang kurang ramah dalam melayani pelanggan, sehingga pelanggan merasa kurang puas.
2. Pelanggan merasa karyawan sangat lambat dalam melakukan jasa pelayanan
3. Ketidak Percayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan karyawan

³ H.A.S.Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian yang akan peneliti lakukan ini adalah

1. Apakah Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada BMT Masyarakat Madani Sumut?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BMT Masyarakat Madani Sumut

2. Manfaat Penelitian

Manfaat hasil penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan serta acuan bagi semua pihak yang ingin mendalami ilmu ekonomi Syariah. Serta dapat dijadikan sebagai tolak ukur ataupun data untuk penelitian serupa kedepannya. Memberikan sumbangan pemikiran dan dapat menambah keilmuan serta dapat dijadikan sebagai sumber informasi tentang Kualitas Pelayanan

- b. Secara Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai media evaluasi dan acuan khususnya bagi pihak BMT Masyarakat Madani Sumut dalam memperhatikan karyawan terutama mengenai Kualitas Pelayanan dalam mempengaruhi Kepuasan Konsumen.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran pembahasan yang jelas dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis menguraikan kedalam lima bab dengan sistematika sebagai berikut :

- Bab I : Pendahuluan. Bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- Bab II : Landasan Teori. Bab ini meliputi, deskripsi teori, penelitian yang relevan, kerangka berfikir, dan hipotesis.
- Bab III : Metodologi Penelitian. Bab ini berisikan metode penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi, sampel dan sumber data, definisi Operasional Variabel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.
- Bab IV : Hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini berisikan deskripsi institusi, deskripsi karakteristik responden, penyajian data, analisis data, interpretasi, hasil analisis data.
- Bab V : Penutup. Bab ini berisikan kesimpulan, saran, bagian akhir skripsi

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kualitas Pelayanan Secara Umum

Konsep kualitas pelayanan merupakan fokus penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi fisik dan kinerja layanan, menurut Zeithaml Bitner dan Gremler mengungkapkan bahwa ada lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) **Bukti Langsung (Tangible)**, yaitu berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, pegawai, dan material yang dipasang. Menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya seperti keadaan gedung, fasilitas restoran, desain restoran, dan kerapian penampilan karyawan.
- 2) **Keandalan (Reliability)**, yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Jika dilihat dalam bidang usaha jasa restoran, maka sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang karyawan mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu penyelesaian masalah yang dihadapi konsumen dengan cepat.
- 3) **Daya Tanggap (Responsiveness)**, yaitu kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat. Jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap di sebuah restoran, bisa dilihat dari kemampuan karyawan yang cepat tanggap di sebuah restoran, bisa dilihat dari kemampuan karyawan yang cepat memberikan pelayanan kepada konsumen dan cepat menangani keluhan mereka.

4) Jaminan (Assurance), yaitu pengetahuan, sopan santu, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Sebuah jasa restoran kepastian menjadi hal yang penting untuk dapat diberikan kepada konsumennya, seperti jaminan keamanan dan keselamatan dalam bertransaksi dan kerahasiaan konsumen yang terjamin.

5) Kepedulian/ Empati (Empathy), yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Layanan yang diberikan oleh para karyawan harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada konsumen¹

b. Pengertian Kualitas pelayanan Dalam Islam

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk memberikan hasil usaha yang baik dan tidak memberikan hasil usaha yang buruk kepada orang lain. Hal tersebut sebagaimana firman Allah Swt dalam ayat berikut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُعْمَضُوا فِيهِ ۚ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخَذِهِ إِلَّا أَنْ وَاعِلْمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, 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

Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis dapat bersikap profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyalahgunakan amanah yang menjadi tanggung jawabnya. Hal tersebut sebagaimana sabda Rasulullah saw

¹ Dwi Aliyyah Apriyani Suarti, PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei pada Konsumen The Little A Coffee shop Sidoarjo), Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)(Vol.51 No.2 Oktober 2017)

² Qur'an Kemenag Al-Baqarah

dalam hadis berikut. “Apabila amanah disia-siaan maka tunggulah kehacurannya” kemudian seseorang berkata, “Bagaimana caranya menyia-nyiakan amanah ya Rasulullah?” Rasulullah saw menjawab “Apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya maka tunggulah kehancuran” (HR.Bukhari)³

Pelayanan (*service*) bukan sebatas melayani, melainkan mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan demikian, penyampaian dalam pelayanan akan mengenai *heart share* pelanggan, yang kemudian dapat memperkokoh posisi dalam *mind share* pelanggan. Heart share dan mind share tersebut dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau perusahaan.

Baik dan buruknya perilaku bisnis perusahaan akan menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan. Hal tersebut sebagaimana firman Allah Swt dalam ayat berikut :

Al-Imran (3) ayat 159

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا
مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya :

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu.

³ Ana Toni Roby Candra Yudha, Manajemen Pelayanan Pemberdayaan Anak Yatim Pada Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri di Surabaya, Ana Toni Roby Candra Yudha Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam-Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Al Tijarah : (Vol.2, No.1, juni 2016)

Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (QS. 3:159)⁴

Berdasarkan ayat tersebut, setiap manusia dituntut untuk berperilaku lemah lembut agar agar orang lain merasa nyaman beradadi dekatnya, termasuk dan hal pelayanan. Apabila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dan nyaman dengan kelemah lembutan maka pelanggan dapat beralih ke perusahaan lain. Pelaku bisnis harus menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hal tersebut dilakukan agar pelanggan merasa nyaman dan terhindar dari rasa takut dan tidak percaya dari pelayanan yang diberikan.

Pengukuran	Kualitas	Pelayanan
Islam mengajarkan umatnya untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan atas usaha yang dijalankan.	Kualitas pelayanan dapat diukur dengan enam dimensi sebagai berikut :	

a. Compliance

Dimensi *compliance* atau kepatuhan berkenan dengan kepatuhan pelaku bisnis terhadap aturan atau hukum yang telah ditetapkan oleh Allah Swt aau dapat pula disebut syariat. Syariat Islam merupakan pedoman sekaligus aturan yang diturunkan oleh Allah Swt. Hal tersebut sebagaimana firman Allah Swt dalam ayat berikut :

Al-Maidah (5):48

وَ أَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ وَ مُهَيِّمًا
عَلَيْهِ فَأَحْكُم بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَ لَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ ط
لِكُلِّ جَعَلْنَا مَتَكُم شِرْعَةً وَ مَثَابًا ط وَ لَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَ

⁴ Qur'an Kemenag Al-Imran

لَكِن لَّيْلُوْكُمْ فِى مَا اَنْتُمْ فَاَسْتَبِقُوْا الْخَيْرَاتِ ط اِلَى اللّٰهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيْعًا
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِیْهِ تَخْتَلِفُوْنَ

48. Dan Kami telah turunkan kepadamu Al Quran dengan membawa kebenaran, membenarkan apa yang sebelumnya, Yaitu Kitab-Kitab (yang diturunkan sebelumnya) dan batu ujian[421] terhadap Kitab-Kitab yang lain itu; Maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu. untuk tiap-tiap umat diantara kamu[422], Kami berikan aturan dan jalan yang terang. Sekiranya Allah menghendaki, niscaya kamu dijadikan-Nya satu umat (saja), tetapi Allah hendak menguji kamu terhadap pemberian-Nya kepadamu, Maka berlomba-lombalah berbuat kebajikan. hanya kepada Allah-lah kembali kamu semuanya, lalu diberitahukan-Nya kepadamu apa yang telah kamu perselisihkan itu,

[421] Maksudnya: Al Quran adalah ukuran untuk menentukan benar tidaknya ayat-ayat yang diturunkan dalam Kitab-Kitab sebelumnya.

[422] Maksudnya: umat Nabi Muhammad s.a.w. dan umat-umat yang sebelumnya.

Hanya kepada Allah-lah kembali kamu semuanya, lalu diberitahukan-Nya kepadamu apa yang telah kamu perselisihkan itu, (QS.Al-Maidah (5):48)⁵

a. Reliability

Dimensi *reliability* atau keandalan berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat, ketepatan dan keakuratan tersebut akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan barang dan jasa.

QS. An Nahl (16) ayat 91

⁵ Qur'an Kemenag Al-Maidah

أَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ
عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۗ إِنَّ اللَّهَ يُعَلِّمُ مَا تَفْعَلُونَ

91. dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.⁶

b. Responsiveness

Dimensi *responsiveness* atau daya tagkap berkenaan dengan kesediaan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan cepat dan tepat apabila dikerjakan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya.

Kepercayaan yang diberikan pelanggan merupakan suatu amanah. Apabila amanah tersebut disia-siakan maka akan berdampak pada kegagalan suatu perusahaan.

Kepercayaan tersebut didapat dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidang dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat.

Rasulullah saw bersabda, "Apabila amanah disia-siakan maka tunggulah kehancurannya." Berkata seseorang, "Apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada kepadayang bukan ahlinya maka tunggulah kehancurannya." (HR.Bukhari)

c. Assurance

Dimensi *Assurance* atau jaminan berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, kesantunan, kepercayaan diri dari pemberi pelayanan, dan respek terhadap pelanggan. *Assurance* tersebut tentu akan meningkatkan rasa percaya, rasa aman, dan bebas dari resiko atau bahaya sehingga membuat pelanggan merasakan kepuasan Firman Allah dalam al- qur an surat al- Imran (3) : 159

⁶ Qur'an Kemenag An-Nahl

فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لَئِن لَّمْ يَكُنِ اللَّهُ غَافِقًا لِّمَا تُكْفِرُونَ لَأَلْجَأَنَّكُمْ إِلَىٰ عَذَابٍ أَلِيمٍ
 مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

159. Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

[246] Maksudnya: urusan peperangan dan hal-hal duniawiyah lainnya, seperti urusan politik, ekonomi, kemasyarakatan dan lain-lainnya.(QS. 3:159)⁷

d. Empathy

Dimensi *empathy* (empati) berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada pelanggan. Sikap empati pegawai ini dapat direalisasikan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan pelanggan, melayani transaksi pelanggan dengan senang hati, dan membantu pelanggan ketika mengalami kesulitan.

Abu Musa Al-Asy'ary r.a berkata bahwa Rasulullah saw bersabda, "seorang muslim yang menjadi bendahara (kasir) yang amanah, yang melaksanakan apa-apa yang diperintahkan kepadanya dengan sempurna dan suka hati, memberikannya kepada siapa yang diperintahkan memberikannya, maka bendahara itu termasuk salah seorang yang mendapat pahala bersedekah."

(HR.Bukhari dan Muslim)

e. *Tangibles* (bukti fisik)

Dimensi *tangibles* atau bukti fisik berkenaan dengan fasilitas fisik seperti gedung, ruang yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya. Dalam konsep Islam, pelayanan yang berkenaan dengan fasilitas fisik hendaknya lebih mengutamakan kenyamanan pelanggan, bukan menunjukkan kemewahan.

Dimensi Kesenjangan Kualitas Pelayanan

Dimensi penentu kualitas jasa tersebut harus dilakukan dengan baik agar tidak menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dengan pelanggan. Berikut lima kesenjangan yang dapat menyebabkan perbedaan persepsi tentang kualitas pelayanan

a. Kesenjangan Persepsi Manajemen

Kesenjangan ini terjadi akibat manajemen tidak paham terhadap keinginan pelanggan sehingga tidak mengetahui bentuk produk maupun layanan yang diinginkan pelanggan.

Beberapa faktor yang dapat menjadi penyebab kesenjangan ini dipaparkan sebagai berikut :

1. Analisis pasar merupakan kunci utama untuk dapat memahami keinginan pelanggan.
2. Hubungan yang kurang baik antara manajemen dengan pelanggan.
3. Jenjang antara kontak personal dan manajemen terlalu banyak⁸

b. Kesenjangan Spesifikasi Kualitas

Kesenjangan dapat terjadi pada spesifikasi kualitas produk antara persepsi manajemen mengenai ekspektasi pelanggan.

Beberapa faktor yang dapat menjadi penyebab kesenjangan ini dipaparkan sebagai berikut :

1. Kurangnya komitmen manajemen pada kualitas pelayanan sehingga menyebabkan karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan kehilangan arah.

⁸ Muhammad Ismail Yusanto Dan Muhammad Karabet Widjaja Kusuma, *Menggegas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), Cet 1, h. 166-168

2. Persepsi ketidakmapuan atau ketidakmungkinan perusahaan dalam memenuhi kepentingan dan keluhan pelanggan.
3. Kurangnya penetapan standar yang tidak dilakukan secara rutin.
4. Tidak adanya penetapan tujuan sebagai pengarah bagi pegawai dalam menyampaikan pelayanan berkualitas tinggi secara konsisten.⁹

c. Faktor Kesenjangan Penyampaian Jasa

Kesenjangan penyampaian jasa dapat terjadi akibat pelaksanaan belum memahami tugasnya secara baik, atau kurang terampil, serta tidak memenuhi standar kinerja.

Beberapa faktor yang dapat menjadi penyebab kesenjangan ini dipaparkan sebagai berikut :

1. Kebimbangan para karyawan dalam melaksanakan tuntutan pekerjaan
2. Terjadinya konflik dalam melaksanakan peran akibat mereka beranggapan bahwa mereka tidak dapat menyenangkan permintaan dan pelanggan
3. Ketidakcocokan antara karyawan dan pekerjaannya
4. Ketidaksesuaian teknologi dengan pekerjaan
5. Kurangnya pengawasan terhadap kinerja karyawan berdasarkan proses penyampaian jasa dan *output* pelayanan
6. Kurangnya nilai atau semangat kerja tim sehingga memengaruhi kualitas pelayanan¹⁰

d. Kesenjangan Komunikasi Pemasaran

Kesenjangan ini terjadi antara pelaksanaan penyampaian jasa dan komunikasi eksternal (janji perusahaan). Kesenjangan ini dapat disebabkan oleh terpengaruhnya pelanggan oleh janji dan iklan perusahaan sehingga menimbulkan adanya ketidaksesuaian antara pelayanan yang dijanjikan dan disampaikan.

Beberapa faktor yang dapat menjadi penyebab kesenjangan ini dipaparkan sebagai berikut :

⁹ Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Marketing Management*/cetakan.1 (Jakarta: Bumi Aksara, 2017)

¹⁰ *Ibid*, h.188

1. Komunikasi horizontal yang tidak memadai
2. Perbedaan kebijakan dan prosedur antar cabang atau departemen sehingga menyebabkan perbedaan dalam kualitas pelayanan
3. Kecenderungan perusahaan dalam memberi janji secara berlebihan terhadap pelanggan.

e. Kesenjangan dalam Pelayanan yang Dirasakan

Kesenjangan ini merupakan kesenjangan antara persepsi pelayanan dengan ekspektasi pelanggan. Kesenjangan ini terjadi akibat pihak perusahaan tidak dapat memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan.

Inteaksi Kualitas layanan

Inteaksi antar manusia memiliki dua nilai yaitu interaksi harus selaras dengan hukum Islam dan harus memiliki kandungan nilai-nilai akhlak mulia. Keselarasan hukum berarti setiap interaksi yang terjadi harus sejalan dengan *rule of the game* dari syariat Islam. Allah memerintahkan kepada manusia untuk saling tolong menolong dalam mengerjakan kebajikan dan takwa. Hal tersebut sebagaimana firman Allah Swt. Dalam ayat berikut :

Sabda Rasulullah saw dalam hadis berikut :

“Orang beriman itu bersikap ramah dan tidak ada kebaikan bagi seorang yang tidak bersikap ramah. Dan sebaik-baiknya manusia adalah orang yang paling bermanfaat bagi manusia.” (HR.Thabrani dan Daruquthni)

Dalam melayani orang lain, sudah seharusnya diiringi dengan senyuman. Senyuman menjadikan interaksi menjadi lebih akrab.

“*Senyummu dihadapan saudaramu (sesama muslim) adalah (bernilai) sedekah.*” (HR.At-Thirmidzi dan Ibnu Hibban). Jadi,dalam setiap kegiatan, manusia harus

senantiasa berlaku baik kepada sesama, termasuk dalam hal pelayanan terhadap pelanggan ¹¹

c. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting untuk pengukuran kinerja pengoperasian bisnis perusahaan. Hal ini karena, kepuasan pelanggan dapat digunakan sebagai kekuatan untuk pendorong bagi masa depan

d. Pengertian Kepuasan Konsumen Secara Umum

Kepuasan pelanggan merupakan pendorong utama bagi retensi dan loyalitas pelanggan. Sebagian pelanggan mendasarkan kepuasannya semata-mata hanya pada dorongan harga, sedangkan kebanyakan pelanggan lainnya mendasarkan kepuasannya pada kepuasan pembelian atas dasar tingkat kepuasan produk yang mereka butuhkan. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai cara antara lain : Umpan balik pasar secara *volunter* seperti komentar tertentu yang tidak diminta, survei pelanggan, riset pasar, dan forum diskusi pemantauan *online*. Pelanggan yang merasa puas akan lebih mungkin untuk membeli dan menjadi pelanggan yang baik. ¹²



Gambar 2.1

Model Kepuasan Pelanggan

Sumber : Russll S.Winer; Marketing Manajemen; edisi 3

¹¹ *Ibid*, h.191

¹² Sofjan Assauri Strategic Marketing : Sustaining Lifetime Customer Value, cetakan ke-2, Jakarta : Rajawali Pers, 2013

Gambar ini terpusat pada apa yang diharapkan pelanggan tentang kualitas produk. Sebenarnya kepuasan pelanggan didasarkan pada apa yang diharapkan dari kinerja atau performansi produk.

e. Pengertian Kepuasan Konsumen Secara Islam

Kepuasan konsumen dalam pandangan Islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, yang seharusnya sesuai syariat dengan kenyataan yang diterima.¹³ Sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan beberapa hal berikut :

a. Sifat Jujur dan Benar

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel terlibat dalam perusahaan tersebut, termasuk kepada pelanggan. Hal tersebut berdasarkan sabda Rasulullah saw dalam hadis berikut :

“ Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya” (HR.Ahmad dan Thabrani)¹⁴

b. Sifat Amanah

Amanah berarti tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, serta mengembalikan hak apa pun kepada pemiliknya. Dalam berdagang, dikenal istilah “menjual dengan amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri, kualitas, dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkan.

Pengertian Kepuasan Total Pelanggan

Kepuasan total pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan semula. Kepuasan pelanggan sepenuhnya dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu :

¹³ Veithzal Rivai Zainal, *Islamic Marketing Management*/cetakan.1 (Jakarta: Bumi Aksara, 2017)

¹⁴ *Ibid*, h.173

- a. Memenuhi kebutuhan dasar pelanggan
- b. Memenuhi harapan pelanggan dengan cara yang dapat membuat mereka datang kembali
- c. Melakukan lebih daripada apa yang diharapkan pelanggan

Kepuasan pelanggan relevan untuk semua pekerjaan sehingga kepuasan pelanggan bukan hanya tanggung jawab bagian pemasaran dan pelayanan purnajual¹⁵

Aspek yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara lebih efektif dan dapat melebihi harapan awal pelanggan dipaparkan sebagai berikut :

- a. *Warranty Costs*

Presentase penjualan sering kali digunakan oleh beberapa perusahaan untuk penanganan *Komplain dari pelanggan*. Perusahaan sering kali terlambat dalam menyadari atau menangani *complain* dari pelanggan

- b. Market share

Market share merupakan hal yang harus diukur dan berkaitan dengan kinerja perusahaan.

- c. *Cost of poor quality*

Cost of poor quality dapat bernilai memuaskan apabila biaya untuk *defecting customer* dapat diestimasikan

- d. *Industry Reports*

Industry Reports adalah laporan dari perusahaan yang paling adil, paling akurat, dan sangat diharapkan.

¹⁵ *Ibid*,h 174

Mengukur Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam mengembangkan sistem penyediaan produk baik barang maupun jasa yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan,serta dapat meminimalkan biaya dan waktu.¹⁶

Keluhan Pelanggan

Sebagai bentuk antisipasi,hal terbaik yang akan dilakukan perusahaan adalah mempermudah pelanggan untuk menyampaikan keluhan. Beberapa prosedur yang dapat membantu memulihkan keluhan pelanggan,yaitu :

- a. Membuka *hotline* 24 jam melalui telepon,faks atau email unuk menerima dan menindaklanjuti keluhan pelanggan;
- b. Menghubungi pelanggan yang menyampaikan keluhan secepat mungkin. Semakin lambat respons perusahaan, semakin besar ketidakpuasan yang akan menimbulkan berita negatif;
- c. Menerima anggung jawab atas kekecewaan pelanggan;
- d. Mempekerjakan orang yang memilii empati pada bagian pelayanan;
- e. Menyelesaikan keluhan dengan cepat dan mengusahakan kepuasan pelanggan¹⁷

¹⁶ *Ibid*,h.178

¹⁷ *Ibid*,hal 178

B. Penelitian Yang Relevan

Penelitian relevan yang dijadikan untuk menyusun konsep-konsep pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1

Penelitian Relevan

No	Judul/ Nama Penulis	Hasil Penelitian	Metode/ Variabel	Perbedaan	Kelemahan
1		<p>1. Variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah variabel <i>tangible</i>, yaitu sebesar 0,193.</p> <p>2. Kelima variabel tersebut adalah variabel <i>assurance</i> yang mempunyai hubungan yang tertinggi, yaitu sebesar 67,2%. Sedangkan yang terendah adalah variabel <i>responsiveness</i> yaitu sebesar 44,9%.</p> <p>3. Artinya bahwa dari kelima variabel tersebut masing-masing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.</p> <p>4. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi, maka dapat diketahui bahwa sumbangan efektif yang diberikan oleh masing-masing variabel yang tertinggi adalah variabel <i>responsiveness</i>, yaitu sebesar 0,301 atau 30,1% sedangkan yang paling rendah adalah <i>reliability</i>, yaitu sebesar 0,165 atau 16,50%.</p> <p>5. Berdasarkan hasil perhitungan Sumbangan Relatif (SR) diperoleh hasil dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel <i>Tangible</i> mempunyai presentasi tertinggi, yaitu sebesar 25,04% dan yang terendah adalah variabel <i>reliability</i>, yaitu sebesar 13,55%.</p> <p>6. Berdasarkan hasil perhitungan Sumbangan Efektif (SE) diperoleh hasil dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel <i>Tangible</i> mempunyai presentasi tertinggi, yaitu sebesar 17,54% dan yang terendah adalah</p>	<p>Metode penumpulan data yang digunakan dalam melakukan kegiatan ini ada dua yaitu:</p> <p>1. Data Primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Metode wawancara dan Angket</p> <p>2. Data Sekunder Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh dari buku-buku literatur.</p> <p>variabel dalam penelitian ini terdiri darivariable bebas (x) yaitu: Kualitas Pelayanan, dan variabel terikat (y) yaitu: Kepuasan Nasabah.</p>	<p>Penelitian Ini Membahas Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru Sedangkan Penelitian Saya Akan Membahas Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Bmt Masyarakat Madani Sumut)</p>	-

		variabel <i>reliability</i> , yaitu sebesar 9,36%.			
2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada Bank Panin Tbk Kcp A. Yani Banjarmasin in/ Fadma Yulianti	<p>1. Variabel-variabel kualitas pelayanan (<i>Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness</i>) secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin karena nilai F hitung (39,898) lebih besar dari F tabel (2,319) atau $\text{sig.F} = 0,000$ lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Besarnya pengaruh variabel-variabel kualitas pelayanan (<i>Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness</i>) secara simultan sebesar 69,6%.</p> <p>2. Analisis hasil uji parsial (uji t), bahwa variabel <i>Reliability</i> (X1), <i>Assurance</i> (X2), <i>Tangibles</i> (X3), <i>Empathy</i> (X4), <i>Responsiveness</i> (X5), secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin.</p> <p>3. Berdasarkan nilai koefisien beta, variabel <i>Reliability</i> (X1) merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin karena mempunyai nilai koefisien beta (0,366) paling besar jika dibandingkan dengan variabel kualitas pelayanan yang lain.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan Data sekunder dan Data primer, Teknik Pengumpulan Data Survei yaitu melakukan pengamatan secara langsung mengenai perkembangan nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin dengan mempelajari data dan informasi, sehingga memberikan gambaran secara jelas dan nyata dari permasalahan yang dihadapi.</p> <p>Kuesioner, yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan alternatif pertanyaan-pertanyaan secara tertulis kepada nasabah tabungan Bank Panin Tbk. KCP A. Yani Banjarmasin yang dijadikan responden untuk memperoleh data primer yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini, variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (x) yaitu: Kualitas Pelayanan, dan variabel terikat (y) yaitu: Kepuasan Nasabah.</p>	<p>Penelitian Ini Membahas Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru Sedangkan Penelitian Saya Akan Membahas Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Bmt Masyarakat Madani Sumut)</p>	<p>Kurangnya keterbatasan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini</p>
3	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan / Dwi Aryani Dan	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi Pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh secara Signifikan terhadap kualitas layanan. Dimensi terkuat Dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut Adalah <i>reliability, responsiveness, assurance, empathy, Dan tangibility</i>. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan Terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel Kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan Pada mahasiswa FISIP UI. Hal ini terbukti dari hasil Penelitian yang menunjukkan bahwa</p>	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan teknik pengumpulan data dan informasi, dalam penelitian ini menggunakan dua macam data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui survei. Alasan memilih teknik survei adalah keterbatasan</p>	<p>Penelitian Ini Membahas Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru Sedangkan</p>	<p>Didalam penelitian ini ada tertera menggunakan sumber data sekunder, tetapi masih kurangnya keterbatasan didalam memasukkan data-data dari perusahaan.</p>

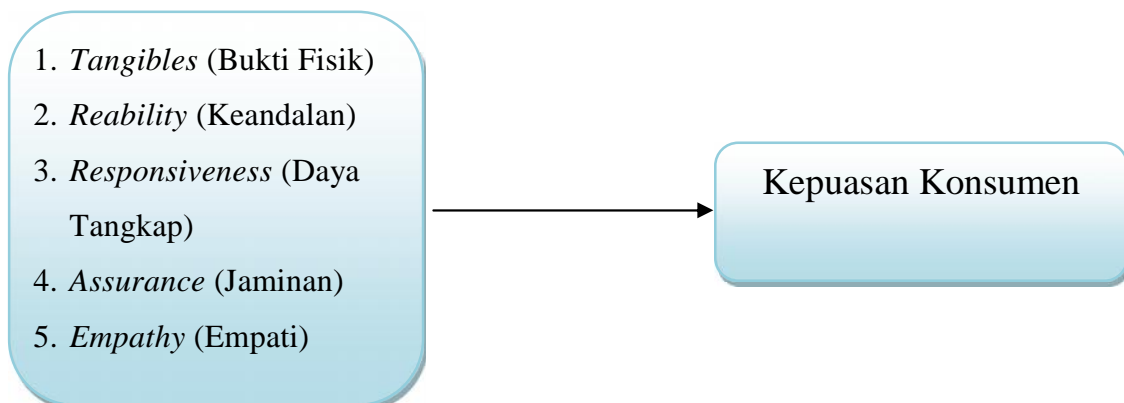
	Febrina Rosinta	<p>sebesar 72,9% Variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh Variabel kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel Kualitas layanan. Dari penelitian ini diketahui pula Bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan Terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas layanan KFC terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Hal ini ditunjukkan oleh sebesar 91% Variabel loyalitas pelanggan yang dapat dijelaskan Oleh variabel kualitas layanan, sedangkan sisanya Sebesar 9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar Kualitas layanan.</p>	waktu dan biaya, dan karakteristik responden sesuai dengan permasalahan penelitian, variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (x) yaitu: Kualitas Layanan, variabel terikat (y) yaitu: Kepuasan Pelanggan dan Variabel prantara yaitu: Membentuk Loyalitas Pelanggan.	Penelitian Saya Akan Membahas Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Bmt Masyarakat Madani Sumut)	
4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo Eswika Nilasari & Istiatin	<p>1. Berdasar uji F dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh simultan (secara bersama-sama) antara kualitas pelayanan yang mencakup variabel <i>tangible</i> (wujud fisik), <i>reliability</i> (kehandalan), <i>responsiveness</i> (daya tanggap), <i>assurance</i> (jaminan), <i>empathy</i> (empati) terhadap kepuasan konsumen Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo.</p> <p>2. Jadi hipotesis yang menyatakan: terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan yang mencakup variabel <i>tangible</i> (wujud fisik), <i>reliability</i> (kehandalan), <i>responsiveness</i> (daya tanggap), <i>assurance</i> (jaminan), <i>empathy</i> (empati) terhadap kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo, terbukti.</p> <p>3. Berdasar uji t diketahui terdapat pengaruh secara parsial antara variabel kualitas pelayanan yang mencakup variabel <i>tangible</i> (wujud fisik), <i>reliability</i> (kehandalan), <i>responsiveness</i> (daya tanggap), <i>assurance</i> (jaminan), <i>empathy</i> (empati) terhadap kepuasan konsumen Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan diduga terdapat pengaruh</p>	Sumber data: a) Data primer, dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diberikan pada konsumen Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. b) Data sekunder, dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen yang tersedia di kantor Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup: a) Metode observasi, b) Metode Kuesioner /angket, c) Metode dokumentasi/ , variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (x) yaitu: Kualitas Pelayanan, variabel terikat (y) yaitu: Kepuasan Konsumen	Penelitian Ini Membahas Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru Sedangkan Penelitian Saya Akan Membahas Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Bmt Masyarakat Madani Sumut)	Kurangnya keterbatasan dalam memaparkan data-data dari tempat penelitain, dikarenakan data ini juga menggunakan data sekunder yang seharusnya ada data-data dari perusahaan tersebut.

		yang signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan yang mencakup variabel <i>tangible</i> (wujud fisik), <i>reliability</i> (kehandalan), <i>responsiveness</i> (daya tanggap), <i>assurance</i> (jaminan), <i>empathy</i> (empati) terhadap kepuasan konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo, terbukti.			
5	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen <i>The Little A Coffee Shop</i> Sidoarjo) Dwi Aliyyah Apriyani Sunarti	<p>1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan membuktikan adanya pengaruh secara bersama-sama yaitu variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) terhadap Kepuasan Konsumen di <i>The Little A Coffee Shop</i> Sidoarjo (Y). Hal ini ditunjukkan oleh Signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hasil Analisis ini juga menunjukkan bahwa besarnya Kontribusi variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) yang ditunjukkan dari Nilai <i>adjusted R square</i> yaitu sebesar 0,856. Hal ini berarti bahwa kemampuan variabel-variabel Kualitas Pelayanan secara bersama-sama Memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 85,6 % Sedangkan sisanya sebesar 14,4 % dipengaruhi Oleh variabel lain.</p> <p>2. Secara parsial variabel-variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari variabel Bukti Fisik (X1), Keandalan (X2) Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), dan Empati (X5) memiliki Pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).</p> <p>3. Variabel Daya Tanggap (X3) merupakan Variabel yang mempunyai pengaruh dominan Terhadap Kepuasan Konsumen di <i>The Little A Coffee Shop</i> Sidoarjo. Kesimpulan tersebut Didasarkan pada hasil pengujian hipotesis Dengan koefisien regresi (B) sebesar 0,260.</p>	Penelitian ini menggunakan metode primer yang artinya melakukan pengamatan sendiri, Penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (<i>explanatory research</i>) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan di <i>The Little A Coffee Shop</i> Sidoarjo yang terletak di Jl. Pangerwojo, Pucang Sidoarjo. Didapat sampel 100 orang responden dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda, variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (x) yaitu: Kualitas Pelayanan, dan variabel terikat (y) yaitu: Kepuasan Nasabah.	Penelitian Ini Membahas Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru Sedangkan Penelitian Saya Akan Membahas Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Bmt Masyarakat Madani Sumut)	Penelitian ini tidak menjelaskan menggunakan metode apa dalam sumbernya, dan kurangnya keterbatasan dalam mengambil indikator dalam setiap variabel.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir dibuat agar memudahkan penyajian tahapan pelaksanaan penelitian ini. kerangka berfikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Uma).¹⁸

Colgate dan Danaher (Lupiyoadi dan Hamdani) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan karyawan terhadap pelanggan berpengaruh secara asimetris terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang buruk berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan daripada pelayanan yang dikategorikan baik. Dalam penelitian ini penulis mencari tahu seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan perumusan masalah maka hubungan kedua variable tersebut digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir

D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara atau jawaban sementara daripertanyaan yang ada pada perumusan masalah penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut :

Ha : “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

¹⁸ <https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/05/21/landasan-teori-kerangka-pikir-dan-hipotesis/>
(diakses pada Jum'at, 18 januari 2019)

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari kuesioner yang dibagikan kepada konsumen BMT Masyarakat Madani Sumut.

Penelitian deskriptif menurut kuncoro adalah suatu penelitian yang berupaya untuk mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya sehingga hanya akan mengungkapkan fakta-fakta.¹ Sedangkan pendekatan kuantitatif menurut kuncoro² penelitian ini dilakukan dengan metode pencatatan angka atas pengamatan fakta yang berhasil dilihat.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah konsumen pada BMT Masyarakat Madani Sumut.

1. Tempat Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada BMT Masyarakat Madani Sumut yang beralamat di Jl. Sidomulyo No.96, Hutan, Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 203.

2. Waktu Penelitian

Dalam Penelitian ini waktu yang dibutuhkan dari Pengajuan Judul, Observasi sampai penyusunan proposal hingga selesai laporan penelitian dimulai bulan November 2018 sampai Maret 2019. Wilayah penelitian dilakukan pada

¹Kuncoro Mudrajat, Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi, Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 124

²Ibid, h.125

konsumen BMT Masyarakat Madani yang ada disumatera utara. Yang digambarkan pada tabel 3.1 berikut :

Tabel 3.1
Jadwal Pelaksanaan Waktu Penelitian Kegiatan

Keterangan	Bulan dan Minggu																							
	Nov 2018				Des 2018				Jan 2019				Feb 2019				Mar 2019				Apr 2019			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan judul			■	■																				
Penyusunan proposal					■	■	■	■																
Bimbingan proposal									■	■														
Seminar proposal											■													
Proses Observasi											■	■	■	■										
Bimbingan skripsi															■	■	■	■						
Sidang skripsi																			■	■	■	■	■	■

C. Populasi Dan Sempel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas kelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi juga merupakan keseluruhan kumpulan elemen-elemen berkaitan dengan apa yang peneliti harapkan dalam mengambil beberapa kesimpulan.³ Dalam penelitian ini populasi adalah konsumen BMT Masyarakat Madani Sumut yang beralamat pada Jl. Sidomulyo No.96, Hutan, Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371 Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berjumlah 125 Responden

2. Sampel

Adapun sampel adalah bagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan.⁴ Pengambilan sampel menggunakan metode *Nonprobability Sampling* dengan penelitian *Accidental sampling*, adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen secara kebetulan bertemu dengan peneliti sebagai sampel, apabila cocok dijadikan sebagai sumber data yaitu sebanyak 99

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin (Sevilla et. al., 1960:182), sebagai berikut:

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

dimana

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

e: batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

³ Arfan Ikhsan dan Imam Ghozali, *Metodelogi Penelitian: Untuk Akutansi dan Manajemen*, (Medan: Maju, 2006), h. 84

⁴ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 192

$$n = \frac{N}{1 + N(\epsilon)^2} = \frac{125}{1 + 125 (0,1)^2} = 99.21$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 44 respondent.

D. Sumber Data

Kegiatan yang dilakukan sehubungan dengan penulisan penelitian ini, mengumpulkan data dengan cara seperti :

1. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh penulis dari lapangan (*field research*). Dalam hal ini penulis menggunakan metode pengumpulan data kuesioner.

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah pengetahuan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Konsumen (Y), secara ringkas variabel penelitian ini dijabarkan dalam definisi operasional sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definsi Operasional dan Indikator

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen.	1. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) 2. <i>Reability</i> (Keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (Daya Tangkap) 4. <i>Assurance</i> (Jaminan) 5. <i>Empathy</i> (Empati)
2.	Kepuasan Konsumen	Kepuasan konsumen	1. Kesesuaian

	(Y)	adalah perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan setelah pemakaian jasa	Harapan 2. Tingkat Kepuasan 3. Komplain
--	-----	--	---

F. Tehnik Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian ini adalah kuesioner yang teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada konsumen untuk dijawab. Pengumpulan Data Dalam penelitian ini dengan menggunakan Instrumen sebagai berikut :

- 1) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada konsumen untuk dijawab.
- 2) Angket adalah alat pengumpulan data untuk kepentingan penelitian, angket digunakan dengan mengedarkan formulir yang berisi beberapa pertanyaan kepada beberapa subjek (responden) untuk mendapat tanggapan secara tertulis.⁵ Dalam penyusunan kuesioner ini penulis menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat pertanyaan atau pernyataan.

Untuk keperluan analisis, penyusunan kategori itu dijelaskan sebagai berikut:

Pengukuran semua variabel terhadap konsumen BMT Masyarakat Madani Sumut dilakukan dengan menggunakan skala *likert*, yaitu dengan memberikan skors antara 1 sampai 5 untuk setiap jawaban yang dipilih dengan penilaian sebagai berikut:

⁵ Bagja Waluya, *Sosiologi : Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat untuk Kelas XII Sekolah Menengah Atas/Madrasah Aliyah Program Ilmu Pengetahuan Sosial* (Bandung: PT.Setia Purna Inves 2006), h.95

Tabel 3.3 skala *likert*

Sangat setuju	= 5
Setuju	= 4
Netral	= 3
Kurang setuju	= 2
Tidak setuju	= 1

Angket yang telah dikumpulkan kemudian akan di uji reabilitasnya untuk melihat apakah ada data yang harus digugurkan atau tidak. Setelah diuji, tahap selanjutnya adalah mengelola data yang ada dengan program SPSS 16.00 *for windows*.

G. Teknik Analisis Data

Alat analisa data Setelah menyelesaikan seluruh kuesioner, penulis melakukan editing dan kemudian membuat kategori sesuai dengan variabel yang akan diukur. Kategori tersebut kemudian *decoding* untuk masuk dalam pengolahan data. Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS versi 16.00 *for windows*.

Adapun Instrumen-instrumen yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji *Validasi*

Validasi didefinisikan sebagai sejauhmana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.⁶ Suatu instrument dikatakan valid apabila mampu mencapai tujuan pengukurannya, yaitu mengukur apa yang ingin diukurnya dan mampu mengungkapkan apa yang ingin diungkapkan.

Prosedur pengujian validasi instrumen dilakukan dengan mengukur skor variabel dari skor butir, menghitung koefisien korelasi sederhana antara skor butir (X) dengan variabel (Y).

⁶Ivan Gumilar, *Metode Riset Untuk Bisnis* (Bandung: Utama, 2007), h. 20.

Perhitungan ini menggunakan perhitungan korelasi sederhana yang diolah dengan menggunakan program SPSS 16.0. Bila korelasi tiap butir instrumen tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka tiap butir instrumen tersebut merupakan *construct* yang kuat, sebaliknya bila korelasi tiap butir instrumen besarnya dibawah 0,3 maka butir instrumen tersebut tidak valid.⁷

b. Uji *Reliabilitas*

Uji *Reliabilitas* digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh suatu instrumen memberikan hasil pengukuran yang konsisten, apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang.⁸ Suatu alat ukur atau instrumen dalam hal penelitian ini berbentuk kuesioner harus memenuhi syarat validitas dan reliabilitas sehingga data yang diperoleh dari pengukuran yang selanjutnya akan digunakan dalam pengujian hipotesis tidak memberikan hasil yang menyesatkan.

Uji *reliabilitas* instrumen hanya dilakukan pada butir-butir valid yang diketahui pada uji *validitas instrumen*. Pengujian *Cronbach Alpha* digunakan untuk menguji tingkat keandalan (*reliability*) dari masing-masing variabel. Instrumen dapat dikatakan andal atau *fleksibel* bila memiliki *koefisien reliabilitas* 0,6 atau lebih.⁹

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan merupakan data linier terbaik dan tidak bias (*best linier unbiased estimated/ BLUE*), sedangkan uji hipotesis dilakukan untuk menguji kebenaran hipotesis berdasarkan data penelitian. Uji asumsi klasik, sedangkan uji hipotesis dilakukan untuk menguji kebenaran hipotesis berdasarkan data penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan ada tiga, yaitu normalitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik Normal P-P Plot. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit*, h.124

⁸Azwar, *Reliabilitas dan Validitas*, Edisi III (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2002), h. 45.

⁹Suharsimi Arikunto, *Op. Cit*, h. 115-116.

mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.¹⁰ Untuk mendeteksi normalitas data dapat juga dengan uji kolmogorof-Smirnov dilihat dari nilai residual. Dikatakan normal bila nilai residual yang dihasilkan diatas nilai 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa residual terdistribusi normal.¹¹

b. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat keasamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau disebut heteroskedastisitas. Pengujian ini dapat dilihat dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel yaitu ZPRED dengan SRESID (nilai residualnya). Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik plot yang membentuk lingkaran, mengumpul seperti bola, semakin membesar semakin mengecil, dan membesar-membesar kemudian mengecil atau sebaliknya. Jika grafik plot menyebar atau tidak membentuk pola tertentu seperti yang disebutkan diatas, maka model regresi yang digunakan dapat dinyatakan heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtut waktu. Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel pengganggu (e_i) pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya (e_{t-1}). Pengujian autokorelasi menggunakan Uji Durbin Watson, dengan kriteria keputusan jika nilai Durbin Watson pada table model Summary dibawah 2 maka dikatakan bahwa data tidak terdapat masalah autokorelasi.¹²

3. Analisis Regresi Sederhana

Persamaan regresi sederhana merupakan suatu model matematis yang menggambarkan hubungan antara variable yang dipengaruhi (biasa disebut variable terikat, yang dinotasikan Y) dan variable yang memengaruhi (biasa disebut variable bebas, yang

¹⁰ Husein Umar, *Desain Penelitian MSDM Dan Perilaku Karyawan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 77.

¹¹ Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 89.

¹² *Ibid*, h. 158.

dinotasikan X). Adapun model regresi sederhana secara matematis dapat dituliskan dengan rumus seperti dibawah ini:

$$Y = \alpha + \beta X + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Nilai dari variabel dependen/ Variabel terikat

α = Konstanta, yaitu nilai Y jika $X=0$

β = Koefisien regresi

X = Nilai dari variabel independen/ Variabel bebas

ε = Merupakan penyimpangan antara titik observasi dengan garis regresi yang dibuat, atau bias disebut *error*.¹³

¹³ Mustafa Edwin Nasution dan hardius usman, *Op. Cit*, h. 127.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.Deskripsi Perusahaan

1.Sejarah perusahaan BMT Masyarakat Madani Sumatera Utara

Koperasi Syari'ah BMT Masyarakat Madani Sumatera didirikan pada hari Selasa tanggal 27 maret 2007 merupakan koperasi Syari'ah BMT yang diinisiasi oleh Bapak Poniman dan kawan-kawan di Sumatera Utara dan memperoleh Badan Hukum menteri Negara urusan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah SK Nomor ; 518.503/29BH/II/KUK/2007 pada tanggal 27 Maret 2007 dengan Akta Notaris No.108 Notaris Binsar Simanjuntak SH.³⁵

Koperasi Syariah BMT Masyarakat Madani Sumut merupakan jawaban sebagai respon positif berkembang pesatnya lembaga-lembaga keuangan mikro non bank dengan berbasis syariah.

Dengan BMT, diharapkan dapat terhimpun potensi ekonomi ummat sehingga BMT diharapkan ke depan mampu bertindak sebagai mediator sekaligus motivator bagi pertumbuhan usaha-usaha mikro, kecil, dan menengah sebagai basis pengembangan dan pemberdayaan masyarakat. Melalui pengembangan usaha mikro/kecil melalui fasilitas pembiayaan untuk modal usaha dan pendampingan manajemen serta pengembangan jaringan.

Kemiskinan hanya dapat dientaskan oleh orang miskin itu sendiri, BMT hanya memfasilitasi Firman Allah SWT "*Tuhan tidak merubah nasib suatu kaum sehingga kaum itu sendiri yang merubahnya*" (QS. Ar-Ra'd ayat 11).

Koperasi Syari'ah BMT Masyarakat Madani Sumut beralamat di Jl. A. Rahman Hakim No 161 Kelurahan Medan Timur Kecamatan Medan Area. Pada Akte Notaris Binsar Simanjuntak SH No. 108 27 Maret 2007 (Sebelum Perubahan). Setelah hasil RAT Tahun Buku 2010 pada Anggaran Dasar perubahan dan di Akte Notariskan Muhamad Irwan Hrp SH MKn. berpindah alamat di Jl.Sidomulyo Pasar IX Dusun XIII Desa Sei. Rotan No: 96 Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang Propinsi Sumatera Utara (dibelakang pabrik Baja Utama). Telepon /Fax 061-7389517 kode Pos 20371.

Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkan kembangkan bisnis usaha mikro dan usaha kecil, dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin, yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadist.

Dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan masyarakat luas, BMT melakukan ekonomi umat islam sebagai langkah menjauhkan umat dari lingkaran panjang rentenir. Melihat kondisi riil masyarakat kita dari sisi ekonomi belum dapat hidup secara layak dan mapan, masih sering terjerat rentenir, tidak adanya lembaga yang dapat membantu untuk meningkatkan pendapatan mereka, tidak punya posisi tawar dengan pihak lain dan kondisi-kondisi lainnya yang serba tidak menguntungkan bagi masyarakat kecil.

Padahal dari potensi yang dimiliki oleh mereka yang apabila dikelola oleh sistem kebersamaan, maka akan dapat meningkatkan ekonomi mereka, dengan memperhatikan permasalahan diatas. Dengan keterangan yang dibarengi ilmu serta pengalaman para tenaga profesional ini berhasil mendirikan BMT yang ada di desa sidomulyo ini, hal ini tidak terlepas dari usaha, kerja keras dan dukungan dari berbagai pihak, maka BMT Masyarakat Madani Sumut memiliki program dan rencana kerja untuk membenahi dan meningkatkan kinerja BMT.

Perubahan terus dilakukan, termasuk yang sangat mutlak adalah perubahan sistem kerja diubah menjadi lebih baik, begitu juga dengan sistem administrasinya maupun sistem pendekatan ke anggota/calon anggota terus dirubah, dan akhirnya sampai saat ini BMT bisa menunjukkan andil dan perannya bahkan dapat dikatakan peran yang cukup besar dalam pembinaan ekonomi umat dan masyarakat khususnya di daerah tembung.

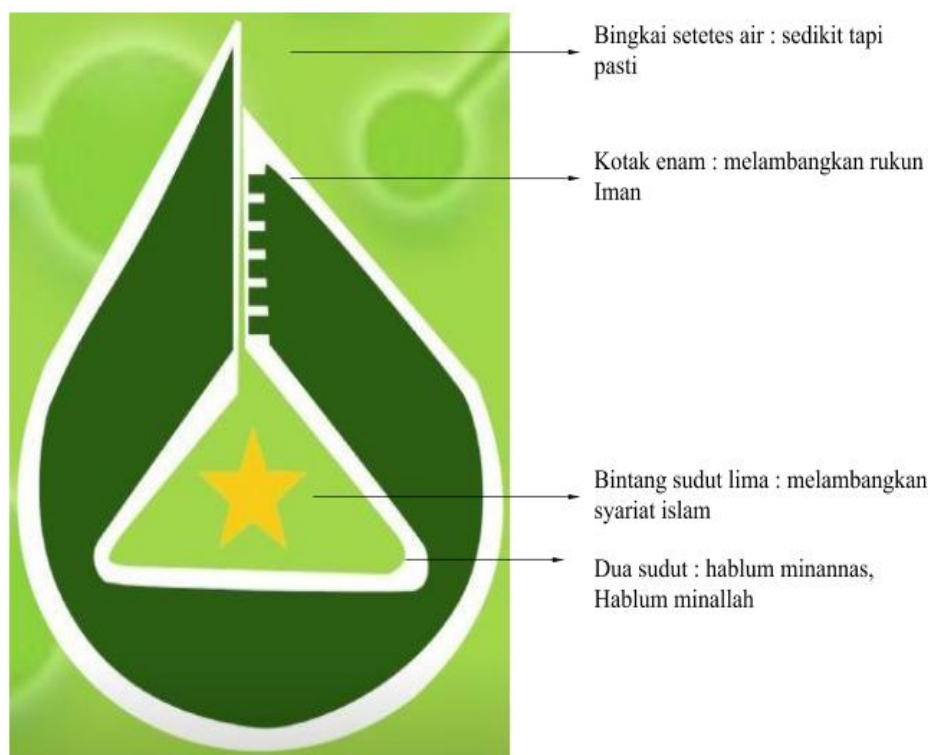
2. Visi misi dan logo perusahaan

a. Visi

Menjadi sebuah Lembaga Keuangan yang mandiri, sehat, besar dan kuat, yang kualitas ibadah anggotanya meningkat sedemikian rupa sehingga mampu berperan menjadi wakil pengabdian Allah memakmurkan kehidupan anggota pada khususnya dan umat manusia pada umumnya profesional, jujur, terpercaya, amanah, akuntabel, selamat dan sejahtera.

b. Misi

Mewujudkan gerakan pembebasan anggota dan masyarakat dari belenggu renternir, jerat kemiskinan dan ekonomi ribawi, gerakkan pemberdayaan meningkatkan kapasitas dalam kegiatan ekonomi riil dan kelembagaannya menuju tatanan perekonomian yang maju dan gerakan keadilan membangun struktur masyarakat madani yang adil dan berkemakmuran dan berkemajuan serta makmur berkeadilan berlandaskan syariah dan ridha Allah SWT



Gambar 4.1 Logo BMT

Makna yang terkandung di dalam logo BMT MASDA SUMUT antarlain :

Warna hijau : menunjukkan kesucian

Warna emas : menunjukkan kemakmuran dan kesejahteraan

Jadi , maknanya adalah walaupun BMT kecil bagaikan setetes air di padang tandus dengan mengedepan kan keimanan dan syariat islam untuk memperbaiki kehidupan manusia agar sejahtera dan makmur serta meningkatkan keimanan.

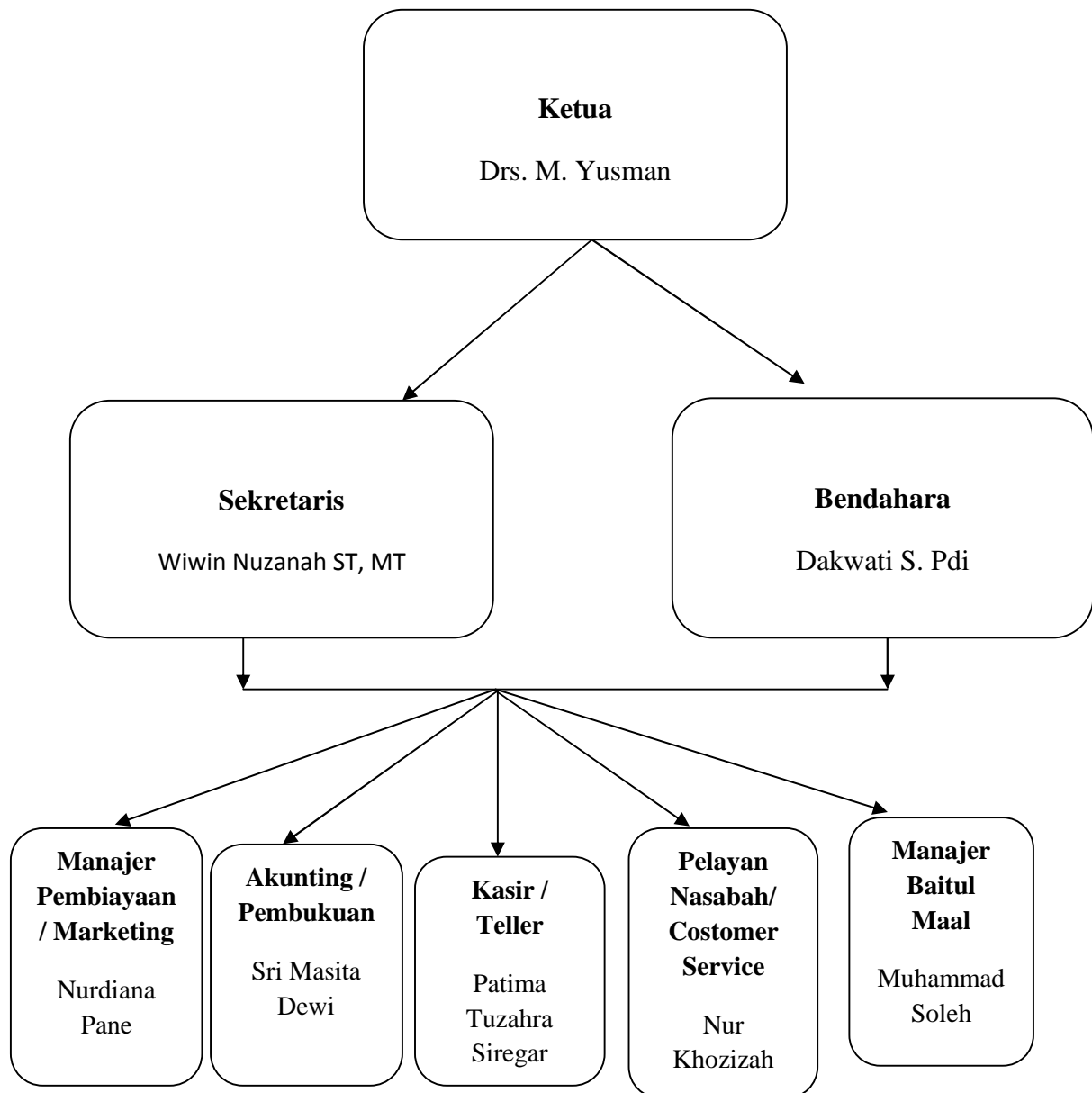
3. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas

a. Struktur organisasi BMT Masyarakat Madani Sumut

Struktur organisasi merupakan gambaran skematis tentang hubungan dan kerjasama dan orang-orang yang terdapat dalam rangka usaha mencapai tujuan. Secara sederhana struktur organisasi menyatakan alat dan cara kerja mengatur sumber daya manusia bagi kegiatan-kegiatan ke arah mencapai tujuan. Oleh karena itu struktur organisasi perlu dirancang sedemikian rupa sehingga sumber daya manusia yang tersedia dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya sekaligus sebagai sarana pengendalian intern melalui suatu sistem pembagian kerja yang serasi dan menurut bagian-bagian yang ada di dalam perusahaan. Belum ada struktur organisasi yang ideal bentuknya yang dapat digunakan pada sebuah badan atau lembaga usaha yang berjalan melainkan masing-masing badan usaha membuat struktur organisasi sendiri secara khusus sesuai dengan misi yang diemban.

Semua bagian dalam merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dilepas dan bagian yang lain sehingga perlu ditekankan pentingnya hubungan horizontal dalam organisasi sebagai alat koordinasi disamping hubungan vertikal serta penggunaan unit-unit organisasi yang lengkap untuk mempermudah pengorganisasian. Oleh karena itu setiap karyawan harus mutlak memahami struktur organisasi ditempat mereka bekerja.

Berdasarkan uraian diatas maka struktur organisasi BMT masyarakat madani sumut adalah sebagai berikut :



Gambar 4.2 Struktur Organisasi BMT Masyarakat Madani

b. Deskripsi tugas BMT Masyarakat Madani

1) Manager Operasional

Bertanggung jawab dalam pelaksanaan serta mengkoordinasi dan menyelenggarakan kegiatan sumber daya manusia yang meliputi kegiatan perencanaan dengan membina pekerja.

Tugas pokok yaitu :

- a) Bertanggung untuk seluruh kegiatan operasional BMT masyarakat madani sumut.

- b) Bertanggung jawab kepada intern pengelola BMT
- c) Bertanggung jawab di luar eksternal yang berkaitan dengan BMT
- d) Bertanggung jawab dan berhak melaksanakan transaksi keuangan baik operasional BMT maupun transaksi kepada lembaga lain
- e) Mewakili kelembagaan terhadap urusan kerjasama dengan lembaga lain
- f) Bertanggung jawab terhadap peningkatan operasional BMT
- g) Bertanggung jawab target bagi hasil yg telah di tetapkan oleh rapat anggota
- h) Bertanggung jawab terhadap ketua rapat anggota
- i) Membuat kebijakan dan keputusan untuk operasional kantor
- j) Membuat laporan rutin kepada ketua rapat anggota

2) *Marketing*

Bertanggung jawab dalam kebutuhan nasabah yang berada di lapangan serta memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh para calon nasabah yang akan membuka tabungan baru serta melakukan penagihan angsuran secara insentif kepada nasabah.

Tugas pokok :

- a) Mencari dan melayani nasabah baru : tabungan, pembiayaan, dan deposito.
- b) Melayani nasabah yang bertanya tentang produk dilapangan atau area masing masing.
- c) Melakukan kunjungan nasabah yang ditangani berdasarkan area yang ditentukan setiap haknya.
- d) Pelayanan kutipan harian berupa tabungan dan angsuran yang ditangani berdasarkan area yang ditentukan setiap harinya dengan maksimal.
- e) Melakukan penagihan angsuran secara insentif kepada nasabah dengan kolektalibitas KLDM (kurang lancar, diragukan, dan macet)
- f) Melayani nasabah diarea untuk buka tabungan dan pembiayaan.
- g) Menggantikan *account officer* lain apabila berhalangan hadir.
- h) Menangani dan menunjukkan nasabah yang akan disurvei atau mengunjungi tim pembiayaan.
- i) Serah terima uang kutipan ke *teller* setiap harinya.
- j) Membuat rekaan dan laporan yang akan ditugaskan

3) Teller

Bertanggung jawab dalam pengendalian dan mengatur semua proses yang berkaitan dengan pembiayaan serta transaksi sampai persiapan alat bantu transaksi.

Tugas pokok :

1. Mencatat transaksi pemasukan pengeluaran BMT
2. Mengeluarkan biaya transaksi atas perintah manajer kas keluar yg di setujui
3. Merealisasikan biaya operasional yg di mohonkan atas persetujuan yang telah di tanda tangani
4. Menerima setoran dari kolektor
5. Kolektif dengan slip jumlah tertulis
6. Kolektif dengan uang yang sudah di susun rapi
7. Menerima dan mencatat setoran (simpanan atau agunan) langsung ke kantor dalam buku/slip
8. Melayani semua penarikan
9. Semua pelayanan penarikan wajib melihat terlebih dahulu saldo dan kaitannya terhadap pembiayaan.
10. Wajib bersikap ramah , senyum sabar terhadap nasabah yang datang ke kantor
11. Wajib mensapa yang datang ke kantor
12. Setiap hari wajib menutup dan mencatat semua transaksi ke buku kas selambat-lambat nya pukul 17.00 WIB
13. Menyusun uang pendapatan setiap hari dengan rapi
14. Menyerahkan uang pendapat setiap hari kepada petugas yang di tunjuk atasan
15. Kekurangan kelebihan uang pada kas yang di tanggung oleh teller
16. Membuat laporan bulanan kepada manajer tertulis
17. Membuat catatan jumlah total slip
18. Mengkordinasikan kondisi kas dengan manager
19. Memahami dan menyimpulkan sebab sebab penarikan dan tabungan
20. Wajib mencatat setoran masing masing kolektor ke buku bonus kolektor
21. Harus berpakaian rapi sesuai kantor.
22. Membuat catatan kasbon karyawan
23. Membuat laporan per hari perminggu perbulan atas kejadian transaksi keuangan teller

24. Membuat laporan perbulan untuk tindak lanjuti kepada manager

4) Costomer Service

Bertanggung jawab dalam pengendalian dan mengatur semua proses yang berkaitan dengan pembiayaan serta transaksi sampai persiapan alat bantu transaksi.

1. Menangani seluruh surat masuk dan keluar
2. Mengadakan administrasi perkantoran
3. Membuat slip buku tabungan dan angsuran
4. Membuat surat permohonan
5. Membuat surat peringatan dan surat keputusan
6. Menyiapkan perlengkapan akad pembiayaan dan simpanan
7. Menyiapkan arsip
8. Bertanggung jawab terhadap terlaksananya peraturan kantor dan peraturan karyawan .
9. Menyiapkan jaminan nasabah penyimpanan dan dokumen lainnya
10. Mencatat tambahan dan pengurangan investasi kantor
11. Mengadakan perlengkapan kantor dan karyawan
12. Wajib leayani nasabah atas complain pertanyaan dan lain lain
13. Menyiapkan dan meninjau lanjuti buku tabungan angsuran deposito dan sertifikat
14. Mencatat dan menyimpan data anggota baru
15. Wajib bersikap ramah pada setiap nasabah yang datang ke kantor
16. Wajib mengetahui semua system yang berlaku di BMT ³⁶

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	41	41.4	41.4	41.4
Perempuan	58	58.6	58.6	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : Data SPSS 16.00 for windows

³⁶ Murtia, Laporan Magang BMT Masyarakat Madani Sumut, Medan: Fakultas Agama Islam. 2018. Tidak Dipublikasikan

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa dari 99 responden terdapat 41 orang (41,4%) laki-laki, 58 orang (56,6%) perempuan

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-30 Tahun	19	19.2	19.2	19.2
30-40 Tahun	32	32.3	32.3	51.5
> 30 Tahun	48	48.5	48.5	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : Data SPSS 16.00 for Windows

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa dari 99 responden terdapat 19 orang (19,2%) yang usianya 20-30 tahun, 32 orang (32,3%) yang usianya 30-40 tahun, serta 48 orang (48,5%) yang usianya >40 tahun.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	18	18.2	18.2	18.2
SMP	28	28.3	28.3	46.5
SMA	52	52.5	52.5	99.0
S1	1	1.0	1.0	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa dari 99 responden terdapat 18 orang (18,2%) yang pendidikannya SD, 28 orang (28,3%) yang pendidikannya SMP, 53 orang (53,5%) yang pendidikannya SMA serta 1 orang (1,0%) yang pendidikannya S1

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Wiraswasta	48	48.5	48.5	48.5
Ibu Rumah Tangga	49	49.5	49.5	98.0
Karyawan	2	2.0	2.0	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa dari 99 responden terdapat 48 orang (48,5%) yang pekerjaannya sebagai wiraswasta, 49 orang (49,5%) yang pekerjaannya sebagai Ibu Rumah Tangga, 2 orang (2,0%) pekerjaannya sebagai Karyawan

C.Penyajian Data

- 1) Distribusi dari hasil jawaban responden pada Variabel Kualitas Pelayanan (X) dengan jumlah 15 butir pertanyaannya yang terdiri dari pertanyaan pertama tentang Variabel Tangible (Kondisi Fisik), pertanyaan kedua tentang Variabel Reliability (Kehandalan), pertanyaan ketiga tentang Variabel Responsiveness (Daya Tangkap), pertanyaan keempat tentang Variabel Assurance (Jaminan), pertanyaan kelima tentang Variabel Empathy (Empati). Hasilnya dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 4.5
Hasil Responden Pernyataan 1 pada Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Setuju	10	10.1	10.1	13.1
Netral	40	40.4	40.4	53.5
Tidak Setuju	21	21.2	21.2	74.7
Sangat Setuju	25	25.3	25.3	100.0

Tabel 4.5
Hasil Responden Pernyataan 1 pada Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Setuju	10	10.1	10.1	13.1
Netral	40	40.4	40.4	53.5
Tidak Setuju	21	21.2	21.2	74.7
Sangat Setuju	25	25.3	25.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan Netral dengan jumlah frekuensi sebanyak 40 orang dan persentasinya sebesar 40,4 %

Tabel 4.6
Hasil Responden Pernyataan 2 pada Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	27	27.3	27.3	27.3
Setuju	46	46.5	46.5	73.7
Netral	14	14.1	14.1	87.9
Setuju	4	4.0	4.0	91.9
Sangat Setuju	8	8.1	8.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan setuju dengan jumlah frekuensi sebanyak 46 orang dan persentasinya sebesar 46,5 %

Tabel 4.7
Hasil Responden Pernyataan 3 pada Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Sangat Setuju	Tidak	11	11.1	11.1	11.1
	Tidak Setuju		15	15.2	15.2	26.3
	Netral		29	29.3	29.3	55.6
	Setuju		27	27.3	27.3	82.8
	Sangat Setuju		17	17.2	17.2	100.0
	Total		99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan Netral dengan jumlah frekuensi sebanyak 29 orang dan persentasinya sebesar 29,3 %

Tabel 4.8
Hasil Responden Pernyataan 4 pada Variabel X

			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	Tidak	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju		31	31.3	31.3	32.3
	Netral		21	21.2	21.2	53.5
	Setuju		20	20.2	20.2	73.7
	Sangat Setuju		26	26.3	26.3	100.0
	Total		99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan Sangat Setuju dengan jumlah frekuensi sebanyak 29 orang dan persentasinya sebesar 29,3 %

Tabel 4.9
Hasil Responden Pernyataan 5 pada Variabel X

			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	Tidak	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju		37	37.4	37.4	40.4
	Netral		16	16.2	16.2	56.6

Setuju	19	19.2	19.2	75.8
Sangat Setuju	24	24.2	24.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan Tidak Setuju dengan jumlah frekuensi sebanyak 37 orang dan persentasinya sebesar 37,4 %

Tabel 4.10
Hasil Responden Pernyataan 6 pada Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	12	12.1	12.1	12.1
Tidak Setuju	18	18.2	18.2	30.3
Netral	19	19.2	19.2	49.5
Setuju	33	33.3	33.3	82.8
Sangat Setuju	17	17.2	17.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan setuju dengan jumlah frekuensi sebanyak 33 orang dan persentasinya sebesar 33,3 %

Tabel 4.11
Hasil Responden Pernyataan 7 pada Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	7	7.1	7.1	7.1
Tidak Setuju	18	18.2	18.2	25.3
Netral	25	25.3	25.3	50.5
Setuju	29	29.3	29.3	79.8

Sangat Setuju	20	20.2	20.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan setuju dengan jumlah frekuensi sebanyak 29 orang dan persentasinya sebesar 29,3 %

Tabel 4.12

Hasil Responden Pernyataan 8 pada Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	5	5.1	5.1	5.1
Tidak Setuju	5	5.1	5.1	10.1
Netral	41	41.4	41.4	51.5
Setuju	24	24.2	24.2	75.8
Sangat Setuju	24	24.2	24.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan setuju dengan jumlah frekuensi sebanyak 40 orang dan persentasinya sebesar 40,4 %

Tabel 4.13

Hasil Responden Pernyataan 9 pada Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	15	15.2	15.2	15.2
Tidak Setuju	19	19.2	19.2	34.3
Netral	10	10.1	10.1	44.4
Setuju	30	30.3	30.3	74.7
Sangat Setuju	25	25.3	25.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan setuju dengan jumlah frekuensi sebanyak 30 orang dan persentasinya sebesar 30,3 %

Tabel 4.14
Hasil Responden Pernyataan 10 pada Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	5	5.1	5.1	5.1
Tidak Setuju	6	6.1	6.1	11.1
Netral	41	41.4	41.4	52.5
Setuju	32	32.3	32.3	84.8
Sangat Setuju	15	15.2	15.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan setuju dengan jumlah frekuensi sebanyak 41 orang dan persentasinya sebesar 41,1 %

Tabel 4.15
Hasil Responden Pernyataan 11 pada Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	6	6.1	6.1	6.1
Tidak Setuju	42	42.4	42.4	48.5
Netral	21	21.2	21.2	69.7
Setuju	18	18.2	18.2	87.9
Sangat Setuju	12	12.1	12.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan setuju dengan jumlah frekuensi sebanyak 42 orang dan persentasinya sebesar 42,4 %

Tabel 4.16
Hasil Responden Pernyataan 12 pada Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	21	21.2	21.2	21.2
Tidak Setuju	19	19.2	19.2	40.4
Netral	11	11.1	11.1	51.5
Setuju	25	25.3	25.3	76.8
Sangat Setuju	23	23.2	23.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan setuju dengan jumlah frekuensi sebanyak 25 orang dan persentasinya sebesar 25,3 %

Tabel 4.17
Hasil Responden Pernyataan 13 pada Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	9	9.1	9.1	9.1
Tidak Setuju	12	12.1	12.1	21.2
Netral	19	19.2	19.2	40.4
Setuju	43	43.4	43.4	83.8
Sangat Setuju	16	16.2	16.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan setuju dengan jumlah frekuensi sebanyak 43 orang dan persentasinya sebesar 43,4%

Tabel 4.18
Hasil Responden Pernyataan 14 pada Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	6	6.1	6.1	6.1

Tidak Setuju	11	11.1	11.1	17.2
Netral	35	35.4	35.4	52.5
Setuju	19	19.2	19.2	71.7
Sangat Setuju	28	28.3	28.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan setuju dengan jumlah frekuensi sebanyak 35 orang dan persentasinya sebesar 35,4 %

Tabel 4.19

Hasil Responden Pernyataan 15 pada Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Tidak Setuju	12	12.1	12.1	16.2
Netral	38	38.4	38.4	54.5
Setuju	21	21.2	21.2	75.8
Sangat Setuju	24	24.2	24.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan setuju dengan jumlah frekuensi sebanyak 38 orang dan persentasinya sebesar 38,4 %

Tabel 4.20

Total Hasil Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 28	1	1.0	1.0	1.0
29	3	3.0	3.0	4.0
30	2	2.0	2.0	6.1
32	4	4.0	4.0	10.1
33	3	3.0	3.0	13.1
34	4	4.0	4.0	17.2
35	6	6.1	6.1	23.2
36	2	2.0	2.0	25.3

37	5	5.1	5.1	30.3
38	5	5.1	5.1	35.4
39	6	6.1	6.1	41.4
41	2	2.0	2.0	43.4
47	3	3.0	3.0	46.5
52	2	2.0	2.0	48.5
53	5	5.1	5.1	53.5
54	1	1.0	1.0	54.5
56	2	2.0	2.0	56.6
57	3	3.0	3.0	59.6
58	2	2.0	2.0	61.6
59	4	4.0	4.0	65.7
60	6	6.1	6.1	71.7
61	5	5.1	5.1	76.8
62	7	7.1	7.1	83.8
63	4	4.0	4.0	87.9
64	3	3.0	3.0	90.9
65	3	3.0	3.0	93.9
66	2	2.0	2.0	96.0
67	1	1.0	1.0	97.0
68	1	1.0	1.0	98.0
70	1	1.0	1.0	99.0
72	1	1.0	1.0	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

- 2) Distribusi dari hasil jawaban responden pada Variabel Kualitas Pelayanan (Y) dengan jumlah 5 butir pertanyaannya yang terdiri dari pertanyaan tentang Kepuasan Konsumen. Hasilnya dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 4.21

Hasil Responden Pernyataan 1 pada Variabel Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Setuju Tidak	4	4.0	4.0	4.0

Setuju	46	46.5	46.5	50.5
Netral	9	9.1	9.1	59.6
Tidak Setuju	24	24.2	24.2	83.8
Sangat Setuju	16	16.2	16.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan setuju dengan jumlah frekuensi sebanyak 46 orang dan persentasinya sebesar 46,5 %

Tabel 4.22
Hasil Responden Pernyataan 2 pada Variabel Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	26	26.3	26.3	26.3
Setuju	48	48.5	48.5	74.7
Netral	11	11.1	11.1	85.9
Setuju	5	5.1	5.1	90.9
Sangat Setuju	9	9.1	9.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan setuju dengan jumlah frekuensi sebanyak 48 orang dan persentasinya sebesar 48,4 %

Tabel 4.23
Hasil Responden Pernyataan 3 pada Variabel Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	11	11.1	11.1	11.1
Tidak Setuju	14	14.1	14.1	25.3

Netral	36	36.4	36.4	61.6
Setuju	25	25.3	25.3	86.9
Sangat Setuju	13	13.1	13.1	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber : SPSS 16.00 for windows

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan rata-rata responden menjawab dengan pilihan Netral dengan jumlah frekuensi sebanyak 36 orang dan persentasinya sebesar 36,4 %

Tabel 4.24

Hasil Responden Pernyataan 4 pada Variabel Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	11	11.1	11.1	11.1
Tidak Setuju	21	21.2	21.2	32.3
Netral	31	31.3	31.3	63.6
Setuju	21	21.2	21.2	84.8
Sangat Setuju	15	15.2	15.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan kedua rata-rata responden menjawab dengan pilihan Netral dengan jumlah frekuensi sebanyak 31 orang dan persentasinya sebesar 31,4 %

Tabel 4.25

Hasil Responden Pernyataan 5 pada Variabel Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	9	9.1	9.1	9.1
Tidak Setuju	14	14.1	14.1	23.2
Netral	34	34.3	34.3	57.6

Ite m 9	Pea r s o n C o r r e l a t i o n S i g. (2- t a i l e d) N	.513* .000 99	.064 .532 99	.521* .000 99	.649** .000 99	.679** .000 99	.565** .000 99	.569** .000 99	.616** .000 99	1 99	.638* .000 99	.519* .000 99	.756* .000 99	.500* .000 99	.618* .000 99	.584* .000 99	.819* .000 99
Ite m 10	Pea r s o n C o r r e l a t i o n S i g. (2- t a i l e d) N	.561* .000 99	.011 .917 99	.584* .000 99	.602** .000 99	.630** .000 99	.428** .000 99	.486** .000 99	.543** .000 99	.638** .000 99	1 99	.566* .000 99	.607* .000 99	.702* .000 99	.560* .000 99	.548* .000 99	.773* .000 99
Ite m 11	Pea r s o n C o r r e l a t i o n S i g. (2- t a i l e d) N	.377* .000 99	.237* .018 99	.539* .000 99	.443** .000 99	.535** .000 99	.352** .000 99	.379** .000 99	.429** .000 99	.519** .000 99	.566* .000 99	1 99	.516* .000 99	.426* .000 99	.366* .000 99	.398* .000 99	.650* .000 99
Ite m 12	Pea r s o n C o r r e l a t i o n	.615* .157 99	.619* .000 99	.767** .000 99	.702** .000 99	.450** .000 99	.536** .000 99	.563** .000 99	.756** .000 99	.607* .000 99	.516* .000 99	1 99	.544* .000 99	.624* .000 99	.634* .000 99	.847* .000 99	

To Pea tal rso n Cor rela tion Sig. (2- tail ed) N	.709* *	.194	.779* *	.821 **	.850 **	.678 **	.736 **	.757 **	.819 **	.773* *	.650* *	.847* *	.695* *	.774* *	.760* *	1
	.000	.054	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

Sumber : Data SPSS

16.00

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Uji Reabilitas

Uji *reabilitas* instrumen hanya dilakukan pada butir-butir valid yang diketahui pada uji *validitas instrumen*. Pengujian *Cronbach Alpha* digunakan untuk menguji tingkat keandalan (*reliability*) dari masing-masing variabel. Instrumen dapat dikatakan andal atau *fleksibel* bila memiliki *koefisien reliabilitas* 0,6 atau lebih.

Tabel 4.27
Hasil Uji Realibilitas

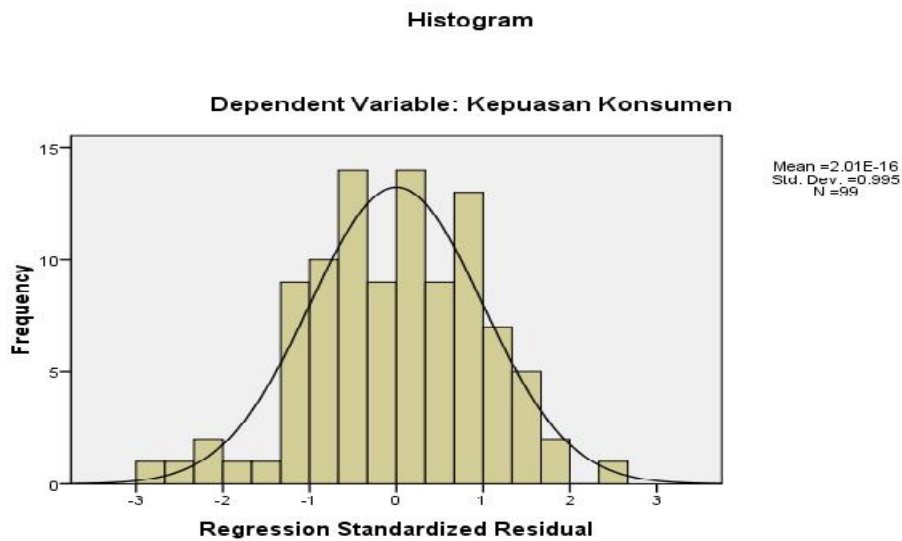
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	16

Sumber : Data SPSS 16.00 for windows

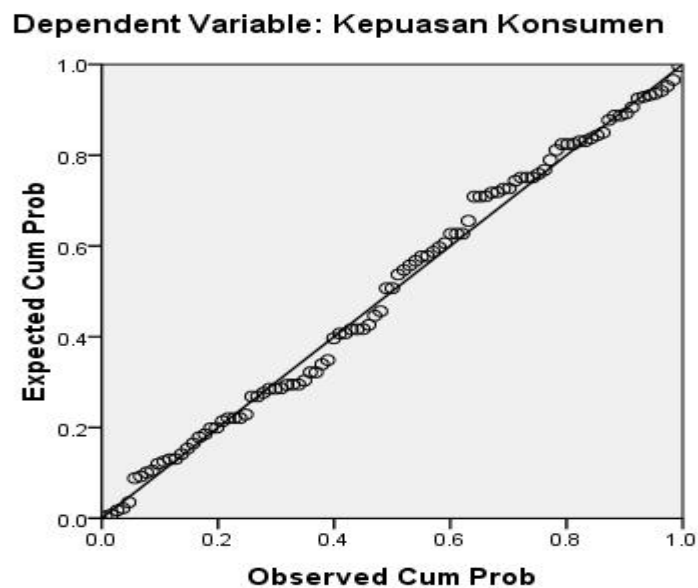
2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal.



Sumber : Data SPSS 16.00 for windows

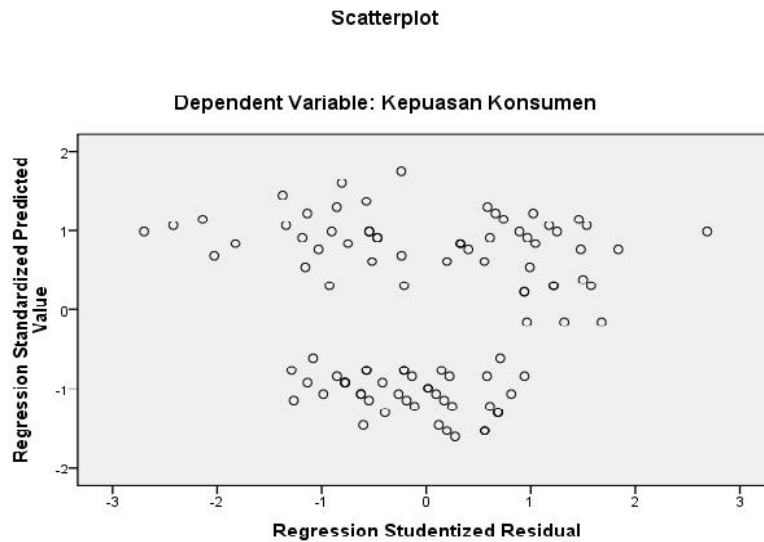
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data SPSS 16.00 for windows

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa *Normal P-P Plot* menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

c. Uji heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar diatas terlihat data tersebut tersebar disekitar angka 0 pada sumbu Kepuasan Konsumen(Y) dan tidak terdapat pola yang jelas. Dengan demikian tidak terdapat heteroskedastisitas.

d. uji autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.708 ^a	.501	.496	2.81297	.501	97.456	1	97	.000	.818

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pengelolaan data menggunakan SPSS IBM 16, nilai Durbin Watson dilihat pada kolom paling kanan sebesar 2.81297. Dengan demikian tidak terjadi autokorelasi karena hasil Durbin-Waston $2.81297 < 3$.

e. uji autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.708 ^a	.501	.496	2.81297	.501	97.456	1	97	.000	.818

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

D. Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan yang terdiri *compliance* (kepatuhan), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tagkap), *Assurance* (jaminan), *empathy* (empati), *tangibles* (bukti fisik).

Dari 99 nasabah yang menjadi anggota di BMT Masyarakat Madani Sumut tercatat 41 (empat puluh satu) orang laki-laki persentasinya sebesar 41,4 % dan 58 orang (lima puluh delapan) orang perempuan. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar yang menjadi nasabah adalah perempuan sebanyak 58 orang adanya 41 orang laki-laki. Dari deskripsi profil menurut usia yang menunjukkan bahwa responden terbesar dalam penelitian ini adalah usia > 40 tahun dengan persentasi 48,5 % dengan jumlah 48 orang. Nilai koefisien korelasi pada *Corrected Item total Correlation* positif dan lebih besar dari 0,3 dengan demikian semua bentuk pertanyaan untuk pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dinyatakan valid.

BAB V

Penutup

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan yang terdiri *compliance* (kepatuhan), *reliability* (keandalan) , *responsiveness* (daya tagkap) , *Assurance* (jaminan) , *empathy* (empati), *tangibles* (bukti fisik).

Dari 99 nasabah yang menjadi anggota di BMT Masyarakat Madani Sumut tercatat 41 (empat puluh satu) orang laki-laki persentasinya sebesar 41,4 % dan 58 orang (lima puluh delapan) orang perempuan. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar yang menjadi nasabah adalah perempuan sebanyak 58 orang adanya 41 orang laki-laki. Dari deskripsi profil menurut usia yang menunjukkan bahwa reponden terbesar dalam penelitian ini adalah usia > 40 tahun dengan persentasi 48,5 % dengan jumlah 48 orang.

B.Saran

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

Kualitas Pelayanan pada BMT Masyarakat Madani Sumut perlu di optimalkan lebih baik lagi agar konsumen lebih mengetahui dan mempercayai untuk menjadi nasabah pada BMT Masyarakat Madani Sumut. Kepuasan Konsumen pada BMT Masyarakat Madani Sumut lebih di optimalkan lagi agar konsumen merasa nyaman berkunjung dan menjadi nasah BMT Masyarakat Madani Sumut

DAFTAR PUSTAKA

Assauri Sofjan, *Strategic Marketing : Sustaining Lifetime Customer Value*, Rajawali Pers, 2013, Jakarta

<http://www.infodanpengertian.com/2015/11/pengertian-kualitas-pelayanan-> diakses pada tanggal 8 januari 2019

Moenir H.A.S, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)

Aliyyah Dwi Suarti Apriyani, PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Survei pada Konsumen The Little A Coffee shop Sidoarjo), Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* (Vol.51 No.2 Oktober 2017)

<https://alquran.pro/terjemahan> (diakses pada tanggal 17 januari 2019)

Toni Ana Roby Yudha Candra, *Manajemen Pelayanan Pemberdayaan Anak Yatim Pada Lembaga Amil Zakat Yatim Mandiri di Surabaya*, Ana Toni Roby Candra Yudha Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam-Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, *Al Tijarah* : (Vol.2, No.1, juni 2016)

<http://khalifahcenter.com/q3.159> (Diakses pada tanggal 30 januari 2019)

<https://risalahmuslim.id> (Sabtu, 19 Januari 2019, 11:52)

Ismail Muhammad Yusanto Dan Karabet Muhammad Widjaja Kusuma, *Menggegas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), Cet 1

Karabet Veithzal Zainal, *Islamic Marketing Management*/cetakan.1 (Jakarta: Bumi Aksara, 2017)

Wahab Wirdayani Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru

(Maqdis: *Jurnal Kajian Ekonomi Islam -Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017*)

Yulianti Fadma Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Pada Bank Panin Tbk Kcp A. Yani Banjarmasin (JURNAL SPREAD - OKTOBER 2013, VOLUME 3 NOMOR 2)

Aryani Dwi dan Rosinta Febrina Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Mei—Agus 2010, hlm. 114-126 ISSN 0854-3844 Volume 17, Nomor 2)

Nilasari Eswika & Istiatin PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DEALER PT. RAMAYANA MOTOR SUKOHARJO (Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01, Februari – Juli 2015)

Aliyyah Dwi Apriyani Sunarti Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen *The Little A Coffee Shop* Sidoarjo) (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 51 No. 2 Oktober 2017)

<https://www.galinesia.com> diakses pada Jum'at, 18 januari 2019

Mudrajat Kuncoro, Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi, Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis (Jakarta: Erlangga, 2003)

Ikhsan Arfan dan Ghozali Imam, Metodologi Penelitian: Untuk Akutansi dan Manajemen, (Medan: Maju, 2006)

Suryani dan Hendryadi, Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam, (Jakarta: Kencana, 2015)

Waluya Bagja, *Sosiologi : Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat untuk Kelas XII Sekolah Menengah Atas/Madrasah Aliyah Program Ilmu Pengetahuan Sosial* (Bandung: PT.Setia Purna Inves 2006),

Gumilar Ivan, *Metode Riset Untuk Bisnis* (Bandung: Utama, 2007)

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit,*

Azwar, *Reliabilitas dan Validitas*, Edisi III (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2002)

Suharsimi Arikunto, *Op. Cit,*.


Umar Husein, *Desain Penelitian MSDM Dan Perilaku Karyawan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 208)

Kurniawan Albert, *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014)

Edwin Mustafa Nasution dan hardius usman, *Op. Cit,*

Al-Gifari, *Analisis Regresi: Teori, Kasus dan Solusi*, Edisi II (Yogyakarta: BPF, 2001),

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**BMT MASYARAKAT MADANI
(BMT. MASDA)**

Pembukaan Simpanan

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : RAHMAD

Alamat : Il. Medan Jl. Kuis Rst 8

Telepon : 090 2661 5859

No. KTP/Identitas Lain: _____

Bermaksud Membuka Simpanan *)

Simpanan Mudharabah Simpanan Qurban

Simpanan Pendidikan Simpanan Idul Fitri

Simpanan Kesehatan Simpanan Kendaraan

Simpanan Walimah/Hajatan

ya telah membaca, memahami dan menyetujui serta akan menaati segala ketentuan-ketentuan simpan BMT MASDA yang tercantum pada surat permohonan ini dengan penuh nya.

ini salah satu

Ahli Waris

Nama : BINA RAHMADANI

Alamat : Il. Medan Jl. Kuis Rst 8

Hubungan Keluarga : ANAK

Penunjukkan ini sekaligus melepaskan BMT Masyarakat Madani dari segala kewajibannya untuk menerima dan melaksanakan tuntutan dari siapapun dengan dalih apapun mengenai hak terhadap penyimpanan ini.

Di
08 Maret 2018

Penyimpanan,


(RAHMAD)

Nama jelas dan tanda tangan

Diisi oleh petugas BMT

No. Rekening

--	--



**BMT MASYARAKAT MADANI
(BMT. MASDA)**

**DATA KEUANGAN
CALON ANGGOTA
PEMBILAYAN**

A. Identitas Pemohon

Nama _____

Tempat & Tanggal lahir _____

Agama _____ Usia _____ Tahun

Alamat Rumah (sekarang) _____

Stasiun / Usaha _____ Kode Pos _____ Telepon _____

Alamat Usaha _____ Kode Pos _____ Telepon _____

B. Status Rumah Tinggal

1. Hak Milik Ya Tidak

2. Kontrak Bulanan Tahunan

3. Lain-lain terdapat _____

C. Status Tempat dan Peralatan Usaha

1. Hak Milik Ya Tidak

2. Sewa Bulanan Tahunan

3. Lain-lain terdapat _____

D. Profil Usaha

1. Model Usaha

Sendiri Rp. _____

Keluarga Rp. _____

Pinjaman Pihak Lain Rp. _____

Jumlah Modal Rp. _____

2. Tabungan / Deposito

a. Bank _____ No. Rek. _____

b. Koperasi _____

c. Lembaga Keuangan Lainnya _____

3. Pinjaman Pihak Lain

a. Sumber Pinjaman _____

b. Sisa Pinjaman Rp. _____

c. Bunga Rp. _____

d. Jatuh Tempo _____

e. Angsuran Harian Mingguan Bulanan

4. Jumlah Tanggungan

a. Istri _____ Orang

b. Anak _____ Orang

c. Lain-lain _____ Orang

Jumlah _____ Orang

E. Kondisi Keuangan Usaha per / Hari / Bulan *)

1. Analisa Rugi Laba

a. Pendapatan Penjualan/ Jasa Rp. _____

b. Biaya Pokok Bahan/Pendapatan Rp. _____

c. Laba Kotor Rp. _____

d. Biaya Operasional

Gaji Karyawan Rp. _____

Trafik/Transportasi Rp. _____

Kebersihan Rp. _____

Kebijakan Rp. _____

Sewa Tempat Rp. _____

Lain-lain Rp. _____

Total Biaya Operasional Rp. _____

e. Laba Bersih (GND) Rp. _____

2. Pendapatan Tambahan

a. Rp. _____

b. Rp. _____

Total Pendapatan Tambahan Rp. _____

3. Konsumsi Keluarga

a. Makan Rp. _____

b. Konsumsi Rp. _____

c. Listrik Rp. _____

d. Biaya Sekolah Rp. _____

e. Telepon Rp. _____

f. Air Minum Rp. _____

g. Lain-lain Rp. _____

Total Biaya Keluarga Keluarga Rp. _____

4. Pendapatan Bersih (1+2-3) Rp. _____

F. Permohonan Pembilayaan

1. Jumlah Pengajuan Pembilayaan Rp. _____

2. Jangka waktu _____ Hari _____ Minggu _____ Bulan

3. Pembayaran Bulat Langa Peubahan

4. Jumlah Pembayaran Lama Rp. _____

5. Jenis Pembayaran : MDA / MSA / MSLA



BMT MASYARAKAT MADANI
(BMT MADDA)

لجنة إدارية

**PERMOHONAN
PEMBIAYAAN**

Kepada Yang
Koperal Syariah BMT Masyarakat Madani

Perihal : Permohonan Pembiayaan

Assalamu'alaikum W. W.

Yang beranda dengan di bawah ini :

Nama : _____ Usia : _____ Tahun

Tanggal & Tanggal lahir : _____

Agama : _____

Alamat Rumah (sekarang) : _____

 Kode Pos : _____ Telepon : _____

Pekerjaan : _____

Alamat Usaha : _____

 Kode Pos : _____ Telepon : _____

Dengan ini mengajukan permohonan kasitas kepada BMT Masyarakat Madani SUMUT

Selama : _____
 Untuk keperluan : _____

- Sebagai bahan pertimbangan, terlampir ini saya sampaikan :
1. Foto copy KTP/NIK dan KK (Suami/Istri)
 2. Foto copy Surat Nikah
 3. Foto copy S. A. N (Berkas atau buku rekening - rekening) untuk anggota pembiayaan baru
 4. Surat pernyataan dari Tokoh Agama / Pemangku Masjid / RT / RW / Lurah / Kepala U)
 5. Surat pernyataan dari Suami / Istri *) bagi yang sudah berkeluarga, dan Bapak / Ibu *) bagi yang belum, dan siapa bagi Duda / Janda *)
 6. Pasfoto 2 Jamban beserta kopongnya

Dari ini permohonan kami, atas bantuan serta kebijaksanaan Bapak saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum W. W.

.....
 * Ciri dan tanda tangan

.....
 Nama dan Tanda Tangan



**BMT MASYARAKAT MADANI
(BMT.MASDA)**

IDENTITAS PENYIMPAN

Bismillahirrahmanirrahim,

No. Rekening : Tgl :

Nama :

Alamat :

Jenis Simpanan :

Tanda Tangan Penyimpan

**KARTU ANGGOTA
BMT MASYARAKAT MADANI**

No,mor :

Nama :

Tpt./Tgl. Lahir :

Jenis Kalamia :

Kuesioner Penelitian

Pertanyaan I

IDENTITAS RESPONDEN

Saya membutuhkan informasi tentang anda untuk memudahkan dalam membuat interpretasi makna dari data yang di dapat. Oleh karena itu isilah data berikut ini dengan sebenarnya :

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

Pertanyaan II

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus BMT Masyarakat Madani Sumut)

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom yang tersedia dan sesuai dengan anda!

SS = Sangat Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

N = Netral

A						
Variabel Tangible (Kondisi Fisik)						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	BMT MASDA memiliki ruang tunggu yang sejuk					
2	BMT MASDA memiliki fasilitas parkir yang luas, sehingga mobil bisa parkir dengan mudah					
B						
Variabel Reliability (Kehandalan)						
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
4	Karyawan teller BMT MASDA melayani nasabah sesuai antrian					
5	Karyawan teller BMT MASDA melayani transaksi nasabah dengan cepat					
6	Karyawan BMT MASDA memberikan informasi kepada					

	calon nasabah dengan jelas					
C	Variabel Responsiveness (Daya Tangkap)					
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
7	Telepon kantor BMT MASDA mudah dihubungi					
8	Karyawan teller BMT MASDA selalu dalam posisi siap melayani nasabah					
9	Karyawan teller BMT MASDA merespon permintaan transaksi dengan cepat					
D	Variabel Assurance (Jaminan)					
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
10	Konsumen dapat mengambil dana konsumen apabila konsumen membutuhkannya					
11	Penampilan karawan BMT MASDA yang terlihat cerdas, membuat konsumen percaya untuk melakukan transaksi					
12	BMT MASDA memiliki reputasi yang baik di kalangan konsumen					
E	Variabel Empathy (Empati)					
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
13	Karyawan BMT MASDA mampu memberikan pelayanan tanpa penampilan fisik konsumen					
14	Karyawan BMT MASDA selalu tidak lupa memberikan salam					

	ketika bertemu dan selesai melayani transaksi konsumen					
15	Karyawan BMT MASDA memperhatikan kepentingan nasabah dengan sungguh-sungguh					
F	Variabel Kepuasan Konsumen					
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
16	Saya merasa puas dengan fasilitas yang disediakan BMT MASDA					
17	Saya merasa puas dengan profesionalisme kerja karyawan BMT MASDA					
18	Saya merasa puas dengan BMT MASDA karena mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah					
19	BMT MASDA menawarkan berbagai macam produk sehingga memudahkan saya untuk memilih produk sesuai kebutuhan					
20	Saya merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh BMT MASDA					

```

REGRESSION
  /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS CI BCOV R ANOVA COLLIN TOL CHANGE ZPP
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X
  /SCATTERPLOT=( *ZPRED , *SRESID)

  /RESIDUALS DURBIN HIST(ZRESID) NORM(ZRESID) .

```

Regression

Notes

Output Created		15-Mar-2019 08:40:52
Comments		
Input	Data	E:\perbaikan.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	99
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax	<pre> REGRESSION /DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS CI BCOV R ANOVA COLLIN TOL CHANGE ZPP /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X /SCATTERPLOT=(*ZPRED ,*SRESID) /RESIDUALS DURBIN HIST(ZRESID) NORM(ZRESID). </pre>	
Resources	Processor Time	00:00:05.023
	Elapsed Time	00:00:08.470
	Memory Required	1348 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	912 bytes

[DataSet1] E:\perbaikan.sav

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Konsumen	14.7475	3.96243	99
Kualitas Pelayanan	49.0606	13.10462	99

Correlations

		Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan
Pearson Correlation	Kepuasan Konsumen	1.000	.708
	Kualitas Pelayanan	.708	1.000

Sig. (1-tailed)	Kepuasan Konsumen	.	.000
	Kualitas Pelayanan	.000	.
N	Kepuasan Konsumen	99	99
	Kualitas Pelayanan	99	99

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	.708 ^a	.501	.496	2.81297	.501	97.456	

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	771.147	1	771.147	97.456	.000 ^a
	Residual	767.540	97	7.913		
	Total	1538.687	98			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	L
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.246	1.101		3.857	.000	
	Kualitas Pelayanan	.214	.022	.708	9.872	.000	

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Coefficient Correlations^a

Model		Kualitas Pelayanan
1	Correlations	Kualitas Pelayanan
		1.000
	Covariances	Kualitas Pelayanan
		.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	Kualitas Pelayanan
1	1	1.966	1.000	.02	.02
	2	.034	7.656	.98	.98

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	10.2393	19.6578	14.7475	2.80515	99
Std. Predicted Value	-1.607	1.750	.000	1.000	99
Standard Error of Predicted Value	.286	.572	.395	.063	99

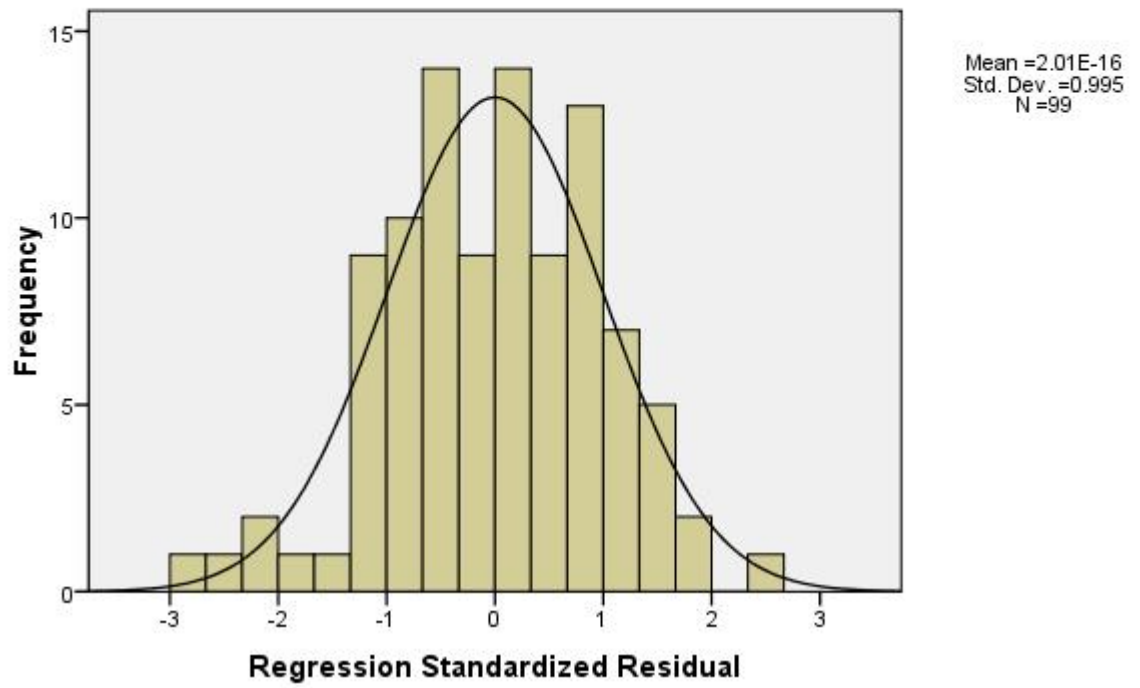
Adjusted Predicted Value	10.2105	19.6862	14.7501	2.80924	99
Residual	-7.51725	7.48275	.00000	2.79858	99
Std. Residual	-2.672	2.660	.000	.995	99
Stud. Residual	-2.700	2.687	.000	1.004	99
Deleted Residual	-7.67105	7.63584	-.00266	2.85222	99
Stud. Deleted Residual	-2.793	2.779	-.001	1.015	99
Mahal. Distance	.025	3.064	.990	.641	99
Cook's Distance	.000	.075	.010	.014	99
Centered Leverage Value	.000	.031	.010	.007	99

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Charts

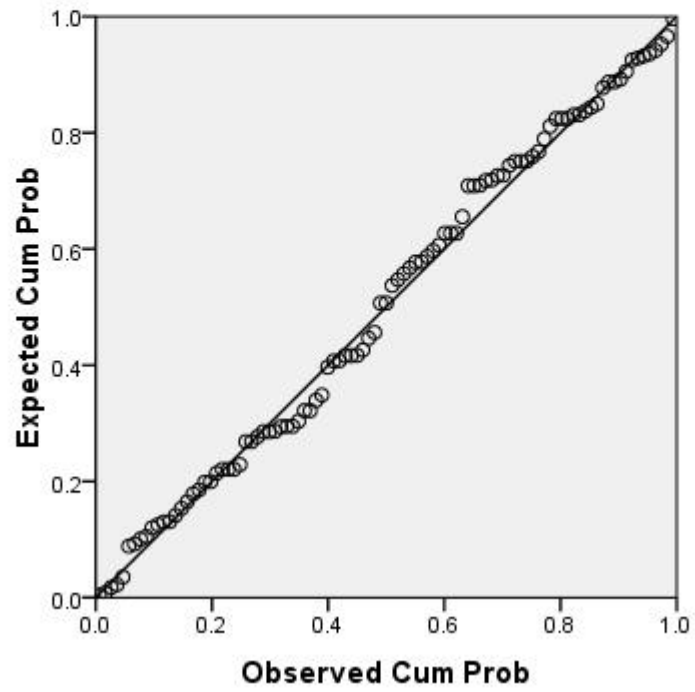
Histogram

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen



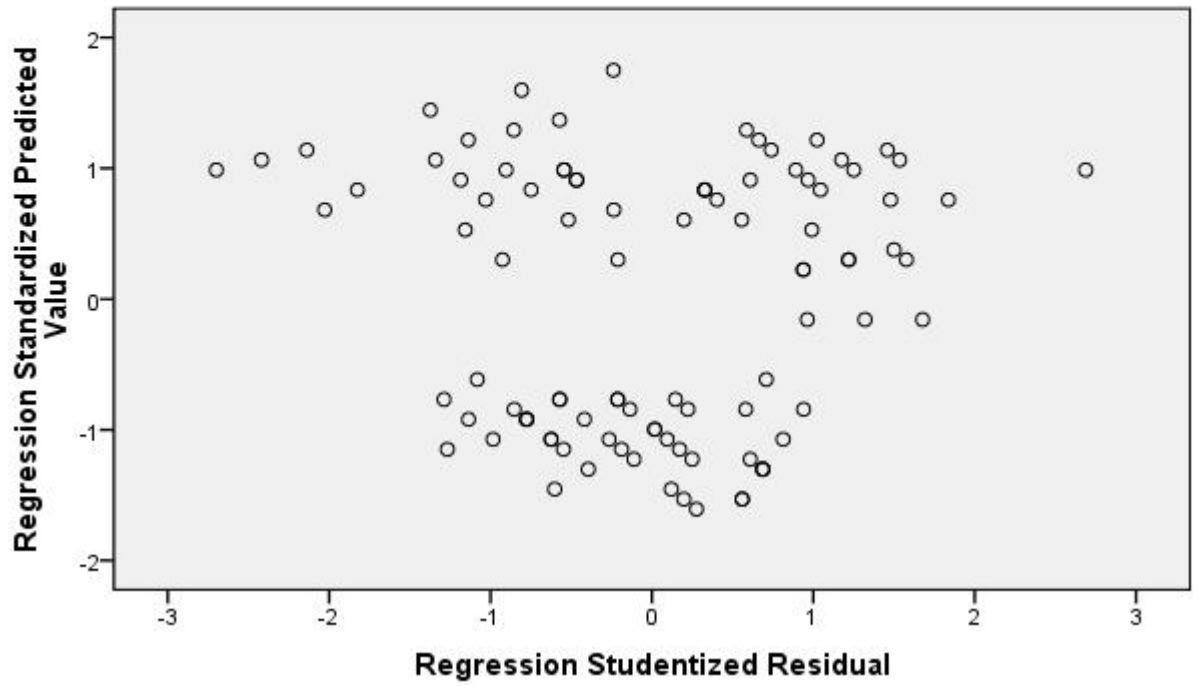
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen



Scatterplot

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen



```

FREQUENCIES VARIABLES=Jenis_Kelamin Usia Pendidikan Pekerjaan
  /ORDER=ANALYSIS.

FREQUENCIES VARIABLES=Jenis_Kelamin Usia Pendidikan Pekerjaan
  /ORDER=ANALYSIS.

NEW FILE.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
FREQUENCIES VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 Total
al

  /ORDER=ANALYSIS.

CORRELATIONS
  /VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 Total
  /PRINT=TWOTAIL NOSIG

  /MISSING=PAIRWISE.

CORRELATIONS
  /VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 Total
  /PRINT=TWOTAIL NOSIG

  /MISSING=PAIRWISE.

FREQUENCIES VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 Total
al

  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frequencies

Notes

Output Created		13-Mar-2019 16:09:27
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>

	N of Rows in Working Data File	99
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 Total /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.203
	Elapsed Time	00:00:00.156

[DataSet1]

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	Statistics
N	Valid	99	99	99	99	99	99	99	
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	

Frequency Table

		X1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Setuju	10	10.1	10.1	13.1
	Netral	40	40.4	40.4	53.5
	Tidak Setuju	21	21.2	21.2	74.7
	Sangat Setuju	25	25.3	25.3	100.0

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Setuju	10	10.1	10.1	13.1
	Netral	40	40.4	40.4	53.5
	Tidak Setuju	21	21.2	21.2	74.7
	Sangat Setuju	25	25.3	25.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	27	27.3	27.3	27.3
	Setuju	46	46.5	46.5	73.7
	Netral	14	14.1	14.1	87.9
	Setuju	4	4.0	4.0	91.9
	Sangat Setuju	8	8.1	8.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	11	11.1	11.1	11.1
	Tidak Setuju	15	15.2	15.2	26.3
	Netral	29	29.3	29.3	55.6
	Setuju	27	27.3	27.3	82.8
	Sangat Setuju	17	17.2	17.2	100.0

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	11	11.1	11.1	11.1
	Tidak Setuju	15	15.2	15.2	26.3
	Netral	29	29.3	29.3	55.6
	Setuju	27	27.3	27.3	82.8
	Sangat Setuju	17	17.2	17.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	31	31.3	31.3	32.3
	Netral	21	21.2	21.2	53.5
	Setuju	20	20.2	20.2	73.7
	Sangat Setuju	26	26.3	26.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	37	37.4	37.4	40.4
	Netral	16	16.2	16.2	56.6
	Setuju	19	19.2	19.2	75.8
	Sangat Setuju	24	24.2	24.2	100.0

X5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	37	37.4	37.4	40.4
	Netral	16	16.2	16.2	56.6
	Setuju	19	19.2	19.2	75.8
	Sangat Setuju	24	24.2	24.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	12	12.1	12.1	12.1
	Tidak Setuju	18	18.2	18.2	30.3
	Netral	19	19.2	19.2	49.5
	Setuju	33	33.3	33.3	82.8
	Sangat Setuju	17	17.2	17.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	7.1	7.1	7.1
	Tidak Setuju	18	18.2	18.2	25.3
	Netral	25	25.3	25.3	50.5
	Setuju	29	29.3	29.3	79.8
	Sangat Setuju	20	20.2	20.2	100.0

X7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	7	7.1	7.1	7.1
	Tidak Setuju	18	18.2	18.2	25.3
	Netral	25	25.3	25.3	50.5
	Setuju	29	29.3	29.3	79.8
	Sangat Setuju	20	20.2	20.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.1	5.1	5.1
	Tidak Setuju	5	5.1	5.1	10.1
	Netral	41	41.4	41.4	51.5
	Setuju	24	24.2	24.2	75.8
	Sangat Setuju	24	24.2	24.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	15	15.2	15.2	15.2
	Tidak Setuju	19	19.2	19.2	34.3
	Netral	10	10.1	10.1	44.4
	Setuju	30	30.3	30.3	74.7
	Sangat Setuju	25	25.3	25.3	100.0

X9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	15	15.2	15.2	15.2
	Tidak Setuju	19	19.2	19.2	34.3
	Netral	10	10.1	10.1	44.4
	Setuju	30	30.3	30.3	74.7
	Sangat Setuju	25	25.3	25.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.1	5.1	5.1
	Tidak Setuju	6	6.1	6.1	11.1
	Netral	41	41.4	41.4	52.5
	Setuju	32	32.3	32.3	84.8
	Sangat Setuju	15	15.2	15.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	6	6.1	6.1	6.1
	Tidak Setuju	42	42.4	42.4	48.5
	Netral	21	21.2	21.2	69.7
	Setuju	18	18.2	18.2	87.9
	Sangat Setuju	12	12.1	12.1	100.0

X11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	6	6.1	6.1	6.1
	Tidak Setuju	42	42.4	42.4	48.5
	Netral	21	21.2	21.2	69.7
	Setuju	18	18.2	18.2	87.9
	Sangat Setuju	12	12.1	12.1	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	21	21.2	21.2	21.2
	Tidak Setuju	19	19.2	19.2	40.4
	Netral	11	11.1	11.1	51.5
	Setuju	25	25.3	25.3	76.8
	Sangat Setuju	23	23.2	23.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	9	9.1	9.1	9.1
	Tidak Setuju	12	12.1	12.1	21.2
	Netral	19	19.2	19.2	40.4
	Setuju	43	43.4	43.4	83.8
	Sangat Setuju	16	16.2	16.2	100.0

X13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	9	9.1	9.1	9.1
	Tidak Setuju	12	12.1	12.1	21.2
	Netral	19	19.2	19.2	40.4
	Setuju	43	43.4	43.4	83.8
	Sangat Setuju	16	16.2	16.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	6	6.1	6.1	6.1
	Tidak Setuju	11	11.1	11.1	17.2
	Netral	35	35.4	35.4	52.5
	Setuju	19	19.2	19.2	71.7
	Sangat Setuju	28	28.3	28.3	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

X15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	12	12.1	12.1	16.2
	Netral	38	38.4	38.4	54.5
	Setuju	21	21.2	21.2	75.8
	Sangat Setuju	24	24.2	24.2	100.0

X15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	12	12.1	12.1	16.2
	Netral	38	38.4	38.4	54.5
	Setuju	21	21.2	21.2	75.8
	Sangat Setuju	24	24.2	24.2	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Total

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	28	1	1.0	1.0	1.0
	29	3	3.0	3.0	4.0
	30	2	2.0	2.0	6.1
	32	4	4.0	4.0	10.1
	33	3	3.0	3.0	13.1
	34	4	4.0	4.0	17.2
	35	6	6.1	6.1	23.2
	36	2	2.0	2.0	25.3
	37	5	5.1	5.1	30.3
	38	5	5.1	5.1	35.4
	39	6	6.1	6.1	41.4
	41	2	2.0	2.0	43.4
	47	3	3.0	3.0	46.5
	52	2	2.0	2.0	48.5
	53	5	5.1	5.1	53.5
	54	1	1.0	1.0	54.5

56	2	2.0	2.0	56.6
57	3	3.0	3.0	59.6
58	2	2.0	2.0	61.6
59	4	4.0	4.0	65.7
60	6	6.1	6.1	71.7
61	5	5.1	5.1	76.8
62	7	7.1	7.1	83.8
63	4	4.0	4.0	87.9
64	3	3.0	3.0	90.9
65	3	3.0	3.0	93.9
66	2	2.0	2.0	96.0
67	1	1.0	1.0	97.0
68	1	1.0	1.0	98.0
70	1	1.0	1.0	99.0
72	1	1.0	1.0	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Correlations

Notes

Output Created		13-Mar-2019 16:08:59
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	99
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 Total /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.421
	Elapsed Time	00:00:00.311

[DataSet1]

		X1	X2	X3	X4	X5	X6
X1	Pearson Correlation	1	-.038	.532**	.609**	.582**	.462**
	Sig. (2-tailed)		.706	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X2	Pearson Correlation	-.038	1	.142	.019	.116	.037
	Sig. (2-tailed)	.706		.160	.854	.251	.719
	N	99	99	99	99	99	99
X3	Pearson Correlation	.532**	.142	1	.675**	.661**	.466**
	Sig. (2-tailed)	.000	.160		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X4	Pearson Correlation	.609**	.019	.675**	1	.747**	.482**
	Sig. (2-tailed)	.000	.854	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X5	Pearson Correlation	.582**	.116	.661**	.747**	1	.526**
	Sig. (2-tailed)	.000	.251	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99
X6	Pearson Correlation	.462**	.037	.466**	.482**	.526**	1

	Sig. (2-tailed)	.000	.719	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99
X7	Pearson Correlation	.488**	.112	.609**	.635**	.636**	.443**
	Sig. (2-tailed)	.000	.270	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X8	Pearson Correlation	.519**	.270**	.591**	.501**	.549**	.526**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X9	Pearson Correlation	.513**	.064	.521**	.649**	.679**	.565**
	Sig. (2-tailed)	.000	.532	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X10	Pearson Correlation	.561**	.011	.584**	.602**	.630**	.428**
	Sig. (2-tailed)	.000	.917	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X11	Pearson Correlation	.377**	.237*	.539**	.443**	.535**	.352**
	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X12	Pearson Correlation	.615**	.157	.619**	.767**	.702**	.450**
	Sig. (2-tailed)	.000	.120	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X13	Pearson Correlation	.512**	-.013	.518**	.470**	.535**	.514**
	Sig. (2-tailed)	.000	.901	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X14	Pearson Correlation	.537**	-.038	.498**	.677**	.631**	.548**
	Sig. (2-tailed)	.000	.711	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X15	Pearson Correlation	.470**	.078	.509**	.582**	.659**	.529**
	Sig. (2-tailed)	.000	.443	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
Total	Pearson Correlation	.709**	.194	.779**	.821**	.850**	.678**

Sig. (2-tailed)	.000	.054	.000	.000	.000	.000
N	99	99	99	99	99	99

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

Notes

Output Created		13-Mar-2019 16:04:43
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 Total /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.140
	Elapsed Time	00:00:00.171

[DataSet1]

Warnings

No cases in data set.

Warnings

No cases in data set.
This command is not executed.

Frequencies

Notes

Output Created		13-Mar-2019 16:03:14
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 Total /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.000
	Elapsed Time	00:00:00.125

[DataSet1]

Warnings

No cases were input to this procedure. Either there are none in the working data file or all of them have been filtered out.
This command is not executed.

Frequencies

Notes

Output Created		13-Mar-2019 15:17:41
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	99
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Jenis_Kelamin Usia Pendidikan Pekerjaan /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.015
	Elapsed Time	00:00:00.202

[DataSet0]

Statistics

		Jenis_Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan
N	Valid	99	99	99	99
	Missing	0	0	0	0

Frequency Table

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	41	41.4	41.4	41.4
	Perempuan	58	58.6	58.6	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 Tahun	19	19.2	19.2	19.2
	30-40 Tahun	32	32.3	32.3	51.5
	> 30 Tahun	48	48.5	48.5	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	18	18.2	18.2	18.2
	SMP	28	28.3	28.3	46.5
	SMA	52	52.5	52.5	99.0
	S1	1	1.0	1.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wiraswasta	48	48.5	48.5	48.5
	Ibu Rumah Tangga	49	49.5	49.5	98.0
	Karyawan	2	2.0	2.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Frequencies

Notes

Output Created		13-Mar-2019 14:20:43
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	99
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Jenis_Kelamin Usia Pendidikan Pekerjaan /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.078
	Elapsed Time	00:00:00.422

[DataSet0]

Statistics

		Jenis_Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan
N	Valid	99	99	99	99
	Missing	0	0	0	0

Frequency Table

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	41	41.4	41.4	41.4
	Perempuan	58	58.6	58.6	100.0
Total		99	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 Tahun	19	19.2	19.2	19.2
	30-40 Tahun	32	32.3	32.3	51.5
	> 30 Tahun	48	48.5	48.5	100.0
Total		99	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	18	18.2	18.2	18.2

SMP	28	28.3	28.3	46.5
SMA	53	53.5	53.5	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Wiraswasta	48	48.5	48.5	48.5
Ibu Rumah Tangga	49	49.5	49.5	98.0
Karyawan	2	2.0	2.0	100.0
Total	99	100.0	100.0	



FAKULTAS AGAMA ISLAM

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

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



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada : Yth Dekan Fai UMSU
Di
Tempat

7 Rabiul Awal 1440 H
15 November 2018 M



Dengan Hormat
Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Murtia
Npm : 1501280017
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Kredit Kumalatif : 3.27
Megajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Masyarakat Pada Bmt Masyarakat Madani Sumut			
2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Bmt Masyarakat Madani Sumut)	26/11-2018 	Sarwo Edhi	
3	Analisis Zakat Produktif Di Lembaga Zakat (Studi Kasus Badan Amil Zakat Kota Medan)			

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

Wassalam
Hormat Saya

(Murtia)

Keterangan :
Dibuat rangkap 3 setelah di ACC : 1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map
** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di telek



Unggul Akhlak & Cerdas

Bismillah/beres-beres agar disetujui
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

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

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

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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Murtia
 Npm : 1501280017
 Semester : VII (Tujuh) A pagi
 Fakultas : Agama Islam
 Program studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : SI (Strata 1)
 Ketua Prodi : Isra Hayati, S.Pd., M.Si
 Dosen Pembimbing : Dr. Sarwo Edi, MA
 Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus BMT Masyarakat Madani Sumut)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
11-3-2019	bagian di perbaiki - struktur & perbaikan - Dend, lokasi di buat - job diskrpsi di buat.		
12-3-2019	Bagian di perbaiki - Populasi dan sampel - lihat apa.		
12-3-2019	populasi dan sampel yg tidak valid. Di sarankan lihat kuali,		

Medan,

2019

Diketahui/ Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Dosen Pembimbing

Dr. Sarwo Edi, MA



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Siempajawabawati agar diwulhan
Hawriantanggalya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

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

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

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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Murtia
 Npm : 1501280017
 Semester : VII (Tujuh) A pagi
 Fakultas : Agama Islam
 Program studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : S1 (Strata 1)
 Ketua Prodi : Isra Hayati, S.Pd., M.Si
 Dosen Pembimbing : Dr. Sarwo Edi, MA
 Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus BMT Masyarakat Madani Sumut)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
12-3-2019	Lihat hal 38. Struktur Tulisan di Satukan dan Lembar halaman		
12-3-2019	Skripsi belum selesai BAB V Belum ada.		
12-3-2019 Acc 13.	Daftar isi belum ada Perbaiki! ACC.		

Medan,

2019

Diketahui/ Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd., M.Si

Dosen Pembimbing

Dr. Sarwo Edi, MA



UMSU

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

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

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

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

17 J. Akhir 1440 H
22 Februari 2019 M

Kepada Yth : Pimpinan BMT Masyarakat Madani SUMUT
Di

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

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

Nama : MURTIA
NPM : 1501280017
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus BMT Masyarakat Madani SUMUT)

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

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

A.n Dekan

Wakil Dekan I

Zailani, S.Pd.I, MA

CC. File



KOPERASI SYARIAH
BMT MASYARAKAT MADANI SUMUT
(BMT MASDA)

idomulyo No. 96 Dusun XIII Desa Sei Rotan Kec. Percut Sei Tuan Kab. Deli Serdang
Sumatera Utara Kode Pos: 20371



Percut Sei Tuan, 27 Februari 2019

Nomor : 194/BMT-Masda / II / 2019
Lamp : -
Hal : Balasan Izin Riset

Kepada Yth:
Bapak Dekan
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, sehubungan dengan surat Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tertanggal 22 Februari 2019 Nomor: 86/II.3/UMSU-01//F/2018 Tentang Riset di Koperasi Syariah BMT Masyarakat Madani Sumatera Utara (BMT MASDA SUMUT), yang bernama :

Nama : Murtia
NIM : 1501280017
Sem/Jurusan : VIII (delapan)/Manajemen Bisnis Syariah

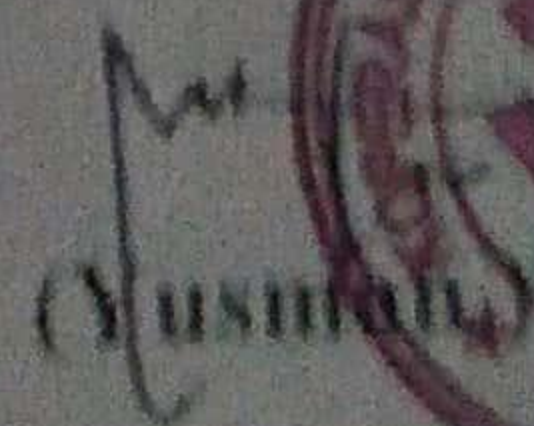
Maka dengan ini kami atas nama pengurus menerima mahasiswa yang namanya tertera di atas kami beri izin untuk melaksanakan Riset dan Pengambilan data pada BMT MASDA SUMUT.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pengurus Koperasi Syariah BMT Masyarakat Madani Sumut

Ketua


(Murtia)



Daftar Riwayat Hidup

Nama Lengkap : Murtia
Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 14 Maret 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pendidikan Terakhir : SMK Trittech Informatika
Alamat : Jl.Medan Utara Gang.Setia Budi No.38
No. Tlp/ HP : 082366823650

Nama Orang Tua

Ayah : Sunardi
Ibu : Rosmini
Alamat : Jl.Medan Utara Gang.Setia Budi

Pendidikan

Tahun 2003-2009 : SD NEGERI 064977 Medan
Tahun 2009-2012 : SMP NEGERI 35 Medan
Tahun 2012-2015 : SMK Trittech Informatika Medan
Tahun 2015-2019 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya

Yang Menyatakan


Murtia



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

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

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

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

Unggul Berkeadilan & Berkeadilan
 Kita Mengembangkan Diri di Era Globalisasi
 Untuk Dunia yang Lebih Baik



BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pada hari ini Sabtu, 16 Februari 2019 M telah diselenggarakan Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah menerangkan bahwa :

Nama : Murtia
 Npm : 1501280017
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus BMT Masyarakat Madani Sumut)

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	- Perbaikan daftar isi. - Tambahkan daftar tabel & gambar.
Bab I	- Perbaikan spasi & margin - Perbaikan body note menjadi footnote.
Bab II	- Perbaikan rumusan tujuan & manfaat. - Perbaikan subbag, konstanta judul & isi.
Bab III	- Perbaikan kon indikator variabel x dan y. - Perbaikan kerangka berfilir.
Lainnya	- Perbaikan hipotesis. - Perbaikan daftar tabel
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, 16 Februari 2019

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)

Sekretaris Program Studi

(Khairunnisa, MM)

Pembimbing

(Drs. Sarwa Edi, MA)

Pembahas

(Isra Hayati, S.Pd., M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

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

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

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

Bila menerima surat ini agar disebarkan
kepada dan tangganya



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang diselenggarakan pada hari Senin, 07 Februari 2019 M, menerangkan bahwa :

Nama : Dwi Pradita
Npm : 1501280015
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh *Relationship Marketing* Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada BMT Al-Musabbihin Medan

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi.

Medan, Februari 2019

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Isra Hayati, S.Pd, M.Si)

Pembimbing

(Dr. Sri Sudiarti, MA)

Sekretaris Program Studi

(Khairunnisa, MM)

Pembahas

(Drs. Sarwo Edi, MA)

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan

Wakil Dekan I

(Zailani, S.PdI, M.A)