

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH (STUDI KASUS BANK SYARIAH MANDIRI  
KC PADANG BULAN)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada  
Program Studi Perbankan Syariah*

**Oleh :**

**YULI YANTI SIREGAR**  
**NPM. 1501270076**



**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**



Unggul, Gauder & Capuque

Bila menjabar surat ini agar diterbitkan  
Nomor dan tanggalnya

**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](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

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



**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Yuli Yanti Siregar  
NPM : 1501270076  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)  
Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
Dosen Pembimbing : Isra Hayati, S.Pd, M.Si  
Judul Skripsi : Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Padang Bulan)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
4-3-2019	- Perbaiki penyusunan angket		
5-3-2019	- Perbaiki perhitungan sampel		
	- Perbaiki hasil penelitian		
6-3-2019	- Perbaiki pembahasan		
	- Perbaiki kesimpulan		
12-3-2019	- Ace sidang meja hijau		

Medan, 13 Maret 2019

Diketahui/Disetujui  
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Skripsi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si



Unggul Berakhlak & Capaian

Wala' ma'adun aakhirah inna lillahi raji'un  
Nomor dan tanggalnya

**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](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

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

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk mempertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama Mahasiswa : Yuli Yanti Siregar  
NPM : 1501270076  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Padang Bulan)

Medan, 14 Maret 2019

Pembimbing Skripsi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Dekan  
Fakultas Agama Islam

Dr. Muhammad Qorib, MA



**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](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

*Unggul, Cerdas & Terpercaya*

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

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya



**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini disusun oleh:

**Nama Mahasiswa** : Yuli Yanti Siregar  
**Npm** : 1501270076  
**Program Studi** : Perbankan Syariah  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Padang Bulan)

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 13 Maret 2019

**Pembimbing Skripsi**

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

**UMSU**

**Diketahui/ Disetujui  
 Oleh:**

**Dekan  
 Fakultas Agama Islam**

**Ketua Program  
 Studi Perbankan Syariah**

*Unggul | Cerdas | Terpercaya*

  
 Dr. Muhammad Qorib, MA

  
 Selamat Pohan, S. Ag, MA

Medan, Maret 2019

Nomor : Istimewa  
Hal : Skripsi a.n. **Yuli Yanti Siregar**  
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam

Di\_

Medan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran perbaikan seluruhnya terhadap skripsi mahasiswa a.n. **Yuli Yanti Siregar** yang berjudul "**Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Padang Bulan)**", Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini dapat diterima dan diajukan pada sidang munaqasah untuk mendapat gelar sarjana Strata Satu (SI) dalam Perbankan Syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb.

Pembimbing Skripsi



**Isra Hayati, S.Pd, M.Si**

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS BANK  
SYARIAH MANDIRI KC PADANG BULAN)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)  
Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh:

**YULIYANTI SIREGAR**  
NPM. 1501270076

**PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH**

**Pembimbing**



**Isra Hayati, S.Pd, M.Si**

**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**

**PERSETUJUAN  
SKRIPSI BERJUDUL**

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS BANK  
SYARIAH MANDIRI KC PADANG BULAN)**

Oleh:

**YULI YANTI SIREGAR**  
**NPM. 1501270076**

*Telah selesai diberikan bimbingan dalam penelitian skripsi sehingga  
naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui  
untuk dipertahankan dalam ujian skripsi*

Medan, /3 Maret 2019

Pembimbing



Isra Hayati, S.Pd, M.Si

**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2019**

## *PERSEMBAHAN*

*Karya Ilmiah ini kupersembahkan kepada kedua orangtuaku*

*Ayahanda Alm. Sopian Anwar Siregar*

*Ibunda Ernidawati Artonang*

*Yang tak pernah lelah memberikan do'a kesuksesan &  
Keberhasilan bagi diriku*

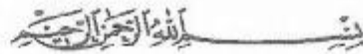
*Motto :*

*Jangan Menunggu*

*Takkan pernah ada waktu yang tepat*



## PERNYATAAN ORISINALITAS



Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Yuli Yanti Siregar  
NPM : 1501270076  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Padang Bulan)**” merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarisme, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya.

Medan, 13 Maret 2019  
Hormat saya  
Yang membuat pernyataan,



**YULI YANTI SIREGAR**  
**NPM. 1501270076**

**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	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)

خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	Es dan ye
ص	Sad	S	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	.	Koma terbalik di atas
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	Hamzah	'	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
و —	dammah	U	u

### b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ى — □	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و — □	Fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

~ kataba: كتب

~ fa'ala: فعل

~ 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	□	A dan garis di atas
ى □	Kasrah dan ya	□	I dan garis di atas
و و—	Dammah dan wau	□	U dan garis di atas

Contoh:

qāla : قال

ramā : مر

qīla : لىق

### d. Ta marbūtah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) *Ta marbūtah* hidup

ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat *fatāh*, *kasrah* dan *damamah*, 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:

- *rauḥah al-afāl - rauḥatul afāl*: لروضة الألفا
- *al-Madīnah al-munawwarah*: نهالمنورةىالمد
- *alḥah*: 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*: البر
- *al-hajj*: الحج
- *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: الرجل
- as-sayyidatu: السيدة
- asy-syamsu: الشمس
- al-qalamu: القلم
- al-jalalu: الجلال

#### 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'khuzūna: تاخذون
- an-na'u': النوع
- 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 didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasūl
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilalazibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-laz<sup>3</sup>unzilafihi 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:

- Na□runminallahiwayat□unqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

## j. Tajwid

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



## ABSTRAK

**Yuli Yanti Siregar, 1501270076. Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan), Pembimbing: Isra Hayati, S.Pd, M.Si**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dimensi kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan. Pendekatan penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan ini menggunakan teknik *accidental sampling* maka jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 25 responden. Hasil penelitian menunjukkan nilai regresi (persamaan regresi) yaitu  $Y = 66,754 + 0,683X$ , dimana  $a = 66,754$  mempunyai arti pada saat Dimensi Kualitas Jasa 0 (nol) maka Kepuasan Nasabah sebesar 66,754 sedangkan  $b = 0,683$  mempunyai arti pada saat Dimensi Kualitas Jasa meningkat sebesar 1 maka loyalitas meningkat sebesar 0,683. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Dimensi Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 5,120, maka dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  yaitu  $5,120 > 1,713$ . Dan mempunyai angka signifikan sebesar  $0,000 \leq 0,05$ . ( $Sig_{0,000} < \alpha_{0,05}$ ) maka dapat disimpulkan  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Dimensi Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Bulan. Besarnya pengaruh Dimensi Kualitas Jasa terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 0,495 atau 49,5 % menunjukkan sekitar 49,5% variabel Kepuasan Nasabah dipengaruhi Dimensi Kualitas Jasa. Sedangkan sisanya ( $100\% - 49,5\% = 50,5\%$ ) dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian

**Kata Kunci: Dimensi Kualitas Jasa, Kepuasan Nasabah**

## ABSTRACT

**Yuli Yanti Siregar, 1501270076. Effect of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction (Case Study at Bank Syariah Mandiri Padang Bulan Sub-Branch Office), Advisor: Isra Hayati, S.Pd, M.Sc**

*The purpose of this study was to determine the dimensions of service quality influencing customer satisfaction at PT. Bank Syariah Mandiri Padang Bulan Sub-Branch Office. The approach of this research used is quantitative research. This retrieval technique uses accidental sampling technique, the number of samples to be studied is 25 respondents. The results show regression values (regression equation), namely  $Y = 66.754 + 0.683X$ , where  $a = 66.754$  means when the Dimensions of Service Quality 0 (zero), Customer Satisfaction is 66.754 while  $b = 0.683$  has meaning when the Dimensions of Service Quality increase by 1 then loyalty increases by 0.683. Based on the results of the partial testing of the effect of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction obtained  $t_{count}$  of 5.120, it can be seen that  $t_{count} > t_{table}$  is  $5.120 > 1.713$ . And has a significant number of  $0,000 < 0,05$ . ( $Sig < 0,000 < 0,05$ ) then it can be concluded  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected, this shows that there is a significant influence between the Dimensions of Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Bank Syariah Mandiri Padang Bulan Branch. The magnitude of the influence of Service Quality Dimensions on customer loyalty is equal to 0.495 or 49.5% indicating that around 49.5% of Customer Satisfaction variables are influenced by Service Quality Dimensions. While the rest ( $100\% - 49.5\% = 50.5\%$ ) is influenced by variables or other factors not included in the study*

*Keywords: Dimensions of Service Quality, Customer Satisfaction*

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum, Wr. Wb*

Syukur Alhamdulillah, atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis serta tidak lupa juga Shalawat beriring salam penulis tujukan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Padang Bulan)”** yang diajukan untuk melengkapi tugas dan syarat menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Terkhusus untuk kedua orang tua Ayahanda Alm. Sopian Anwar Siregar dan Ibunda Ernidawati Aritonang yang telah membersarkan penulis dengan penuh kasih sayang, mendidik, memotivasi dan memberikan dukungan kepada penulis baik secara moril maupun secara matrial, dan untuk kakakku tersayang Meri Hidayanti Siregar, adik-adikku tersayang Amin Alfian Siregar, Silvia Siregar, Aldiansyah Siregar dan Anugrah Siregar serta seluruh keluarga tercinta.
2. Bapak Dr. Agussani M.A.P, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qarib, MA, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Zailani, S.Pd.I, MA selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Munawir Pasaribu, S.Pd.I, MA selaku wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Selamat Pohan, S.Ag, MA selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Riyan Pradesyah, SE,Sy, M.EI selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Isra Hayati, S.Pd, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
9. Seluruh Staff Dosen pengajar dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
10. Sahabatku tersayang Rahmi Agustina Nasution, Arnita Rodiani Rambe, Irma Isroyani Siregar, Riza Umami yang selalu bersama-sama saat suka dan duka selama perkuliahan dan seluruh teman-teman seperjuangan di Program Studi Perbankan Syariah khususnya Kelas A Sore Perbankan Syariah Angkatan 2015 yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Demikian kata pengantar ini penulis sampaikan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin

*Wassalamualaikum, Wr.Wb.*

Medan, Maret 2019

Penulis

**YULI YANTI SIREGAR**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Perumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
A. Deskripsi Teori.....	7
1. Dimensi Kualitas Jasa (Pelayanan) .....	7
a. Pengertian Dimensi Kualitas Jasa (Pelayanan).....	7
b. Strategi Penyempurnaan Kualitas Jasa.....	8
c. Karakteristik Dimensi Kualitas Jasa .....	9
d. Indikator Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa .....	10
2. Kepuasan Nasabah .....	12
a. Pengertian Kepuasan Nasabah .....	12
b. Strategi Kepuasan Nasabah.....	13
c. Pengukuran Kepuasan Nasabah .....	14
d. Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah ..	15
e. Indikator Kepuasan Nasabah.....	15
B. Penelitian yang Relevan .....	16
C. Kerangka Berfikir.....	20
D. Hipotesis.....	20

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	21
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	21
C. Populasi dan Sampel .....	22
D. Variabel Penelitian .....	22
E. Definisi Operasional Variabel.....	22
F. Teknik Pengumpulan Data.....	23
G. Instrument Penelitian.....	24
H. Teknik Analisis Data.....	25
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
A. Deskripsi Penelitian.....	28
1. Sejarah dan Kegiatan Operasional Bank Syariah Mandiri KC. Padang Bulan .....	28
2. Visi, Misi, Prinsip dan Nilai Budaya Bank Syariah Mandiri ..	31
3. Tujuan dan Strategi Perusahaan .....	33
4. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Bulan .....	33
5. Produk dan Jasa Bank Syariah Mandiri .....	44
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
C. Penyajian Data.....	47
D. Analisis Data .....	53
E. Interpretasi Hasil Analisis Data.....	58
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>61</b>
A. Simpulan .....	61
B. Saran .....	61

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman Tabel
Tabel 2.1	Penelitian yang Relevan.....	17
Tabel 3.1	Waktu Penelitian.....	21
Tabel 3.2	Skala Likert.....	24
Tabel 3.3	Tabel kisi- Kisi Angket.....	24
Tabel 4.1	Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2	Usia .....	47
Tabel 4.3	Pendidikan .....	47
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Dimensi Kualitas Jasa (X).....	48
Tabel 4.5	Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	48
Tabel 4.6	Hasil Uji Realiabilitas Variabel X dan Y.....	50
Tabel 4.7	Skor Angket Untuk Variabel X (Dimensi Kualitas Jasa).....	50
Tabel 4.8	Skor Angket Untuk Variabel Y (Kepuasan Nasabah) .....	52
Tabel 4.9	Linieritas .....	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Linearitas Sederhana .....	56
Tabel 4.11	Uji t .....	57
Tabel 4.12	Uji Koefisien Determinasi .....	58

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman Gambar</b>
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir.....	20
Gambar 4.1	Struktur Perusahaan Bank Syariah Mandiri .....	34
Gambar 4.2	Histogram .....	54
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas.....	54



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Perumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	5
F. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>7</b>
A. Deskripsi Teori .....	7
1. Dimensi Kualitas Jasa (Pelayanan).....	7
a. Pengertian Dimensi Kualitas Jasa (Pelayanan).....	7
b. Strategi Penyempurnaan Kualitas Jasa .....	8
c. Karakteristik Dimensi Kualitas Jasa .....	9
d. Indikator Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa.....	10
2. Kepuasan Nasabah .....	12
a. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	12
b. Strategi Kepuasan Nasabah .....	13
c. Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	14
d. Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	15
e. Indikator Kepuasan Nasabah .....	15
B. Penelitian yang Relevan.....	16
C. Kerangka Berfikir .....	19
D. Hipotesis .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>21</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	21

B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	21
C. Populasi dan Sampel.....	22
D. Variabel Penleitian.....	23
E. Definisi Operasional Variabel .....	23
F. Teknik Pengumpulan Data.....	24
G. Instrument Penelitian .....	24
H. Teknik Analisis Data .....	25

**DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

<b>Nomor Tabel</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman Tabel</b>
Tabel 2.1	Penelitian yang Relevan .....	16
Tabel 3.1	Waktu Penelitian Penulis .....	21
Tabel 3.2	Skala Likert .....	24
Tabel 3.3	Kisi-kisi Angket .....	24

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman Gambar</b>
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir .....	20

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Jumlah perbankan syariah di Indonesia yang semakin banyak dan terus berkembang memperketat iklim persaingan mendapatkan nasabah dan meningkatkan persaingan kualitas antar bank. Salah satu bank yang berkontribusi besar dalam industri perbankan syariah adalah Bank Syariah Mandiri (BSM). Bank Syariah Mandiri merupakan bank syariah yang paling cepat perkembangannya baik di kota maupun di daerah. Namun, jumlah kantor pelayanan Bank Syariah Mandiri belum sebanyak bankbank konvensional.

Bank Syariah Mandiri saat ini juga harus bersaing dengan bank konvensional untuk mendapatkan nasabah untuk itu Bank Syariah Mandiri harus selalu memperbaiki kualitas jasanya (*service quality*). Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Pada gilirannya perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.<sup>1</sup>

Membangun kepuasan konsumen merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Kepuasan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjukkerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara hasil kerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai. Sebaliknya, apabila hasil kerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan akan meningkat. Karena harapan yang dimiliki konsumen cenderung selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya pengalaman konsumen, para manajer harus secara

---

<sup>1</sup>Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, edisi 2 (Yogyakarta : Andi Offset, 2012), hlm.115

tetap memonitor kemampuannya untuk memenuhi pembatas kepuasan yang semakin tinggi.

Kepuasan nasabah salah satunya dipengaruhi oleh kemampuan karyawan dalam mengkomunikasikan kredibilitas mereka dan menciptakan kepercayaan dan keyakinan. Nasabah bank terutama nasabah yang memutuskan untuk menggunakan jasa perbankan syariah untuk menyimpan dananya harus memperkuat keyakinan nasabah bahwa uang yang disimpannya akan aman. Kualitas juga dipengaruhi oleh seluruh elemen perbankan terutama karyawan. Dikutip dari Yazid, Zaithmal dan Bitner menyatakan bahwa peran orang, yang terdiri dari karyawan lini depan dan yang mendukung di bagian belakang sangat penting bagi keberhasilan setiap perusahaan jasa.<sup>2</sup>

Karyawan bank lini depan merupakan orang yang melakukan kontak langsung dengan nasabah maupun calon nasabah. Karyawan lini depan tidak mengerjakan jasa secara keseluruhan namun di mata nasabah karyawan lini depan menjadi gambaran perusahaan secara keseluruhan. Elemen ini mencerminkan perusahaan dan secara langsung mempengaruhi kepuasan nasabah bank.

Mengukur kualitas jasa dalam perbankan syariah sangat penting mengingat perubahan lingkungan persaingan dalam dunia perbankan. Perbankan syariah yang terus tumbuh dan semakin menglobal mengakibatkan tingkat kompetisi semakin tinggi. Bank syariah agar mampu bersaing harus secara rutin mengukur kualitas jasa agar mengetahui seberapa besar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank selama ini.

Othman dan Owen menyebutkan beberapa alasan mengapa bank syariah perlu memperhatikan pentingnya kualitas jasa. Pertama, produk dan pelayanan bank dirasa oleh nasabah memiliki kualitas nilai-nilai agama yang baik karena berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Kedua, pentingnya menerapkan *service quality* pada bank syariah karena akan berhubungan dengan biaya, keuntungan, kepuasan nasabah, *customer retention*, *positive word of mouth*, serta memasarkan perusahaan dan meningkatkan kinerja keuangan bank.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup>Yazid, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta : Ekonisia, 2008), hlm.157

<sup>3</sup>Abdul Qawi Othman and Lynn Owen, "Adopting And Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Bank : A Case Study in KuwaitFinance House," *International Journal ofIslamic Financial Service* Vol. 3:1 (2010), hlm. 3

*Service quality* atau kualitas jasa yang dirasakan oleh nasabah bank syariah dapat diukur melalui teori *service quality* Othman dan Owen dengan enam dimensi yakni *sharia compliance, reliability, assurance, tangibles, empathy, dan responsiveness*. Keenam dimensi tersebut disebut dimensi CARTER. Dimensi CARTER merupakan pengembangan dari teori SERVQUAL milik Parasuraman yang memiliki lima dimensi yakni *reliability, assurance, tangibles, empathy, dan responsiveness*. Penambahan *sharia compliance* menurut Othman dan Owen perlu ditambahkan untuk mengukur seberapa sesuai perbankan syariah menerapkan hukum-hukum Islam dalam bisnisnya serta mengukur tingkat kepuasan nasabah bank syariah dari segi keIslaman elemen-elemen bank.

Bank Syariah Mandiri sebagai bank yang hadir dengan nilai-nilai islam dan menjalankan bisnis berlandaskan syariat Islam sebisa mungkin menghadirkan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan harapan nasabah. Jika pelayanan baik akan berdampak pada terciptanya kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri, begitupun untuk Bank Syariah Mandiri akan otomatis menciptakan *image* baik bank. *Image* baik dapat dimanfaatkan oleh Bank Syariah Mandiri untuk mendapat perhatian dari calon nasabah maupun nasabah untuk loyal pada bank.

Di Medan persaingan bisnis perbankan syariah dapat dilihat dari jumlah Bank Umum Syariah (BUS) maupun Unit Usaha Syariah (UUS) di sekitar Bank Syariah Mandiri seperti Bank Muamalat, Bank Syariah Mega Indonesia dan BRI Syariah. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulang sebagai salah satu praktisi perbankan syariah di Medan dapat memanfaatkan kondisi persaingan untuk semakin meningkatkan kualitas jasanya (*service quality*) agar nasabah selalu merasa nyaman terutama bagi nasabah penyimpan dana karena mereka telah mempercayakan bank untuk menjaga hartanya. Untuk menjaga eksistensi bank maka perlu memberikan pelayanan prima setiap saat.

Sebagai bank yang mulai dikenal luas oleh masyarakat tentu Bank Syariah Mandiri KCP Padang Bulan akan memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada setiap nasabah maupun calon nasabah. Kualitas jasa yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Padang Bulan melalui karyawan-karyawannya tentu menjadi salah satu faktor penentu tingkat kepuasan nasabah. Semakin tinggi

tingkat kepuasan nasabah maka akan semakin baik pula para nasabah memberikan informasi-informasi kepada calon nasabah baru.

Berdasarkan studi pendahuluan yang penulis lakukan di PT. BSM KCP Padang Bulan, penulis melihat adanya permasalahan yang terjadi menyangkut kepuasan nasabah. Adapun permasalahan yang terjadi ialah adanya nasabah mengeluh bahwa jaringan pada mesin ATM yang sering mengalami gangguan/*offline*, selain itu fasilitas mesin ATM yang kurang banyak dibandingkan bank lain, serta kurangnya area parkir bagi nasabah di PT. BSM Padang Bulan sehingga nasabah merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. BSM KCP Padang Bulan Medan.

Selain itu juga pelayanan yang disajikan PT. BSM Padang Bulan cukup baik, tetapi tidak diimbangi dengan adanya pelayanan khusus terhadap nasabah prioritas. Nasabah prioritas tersebut adalah nasabah yang memiliki kredit dengan plafon yang besar dan rutin menggunakan produk kredit PT. BSM Padang Bulan dan nasabah dengan perputaran tabungan giro yang tinggi dan besar. Selayaknya nasabah tersebut memiliki pelayanan khusus yang diberikan oleh PT. BSM Padang Bulan.

Untuk meneliti tingkat kepuasan nasabah penabung Bank Syariah Mandiri KCP Padang Bulan. Penelitian ini akan meneliti kualitas jasa (*service quality*) Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan terhadap kepuasan nasabah melalui dimensi CARTER (*sharia compliance, assurance, reliability, tangibles, empathy, responsiveness*), dengan memfokuskan penelitian pada nasabah penyimpan dana (penabung).

Bedasarkan pemaparan di atas tentu setiap nasabah bank akan memiliki alasan tersendiri mengenai tingkat kepuasan atas pelayanan yang diberikan oleh bank. Melihat latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik mengambil judul penelitian **“Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan)”**



## **B. Identifikasi Masalah**

Dalam penelitian ini, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Nasabah mengeluh bahwa jaringan pada mesin ATM yang sering mengalami gangguan/*offline*
2. Fasilitas mesin ATM kurang banyak dibanding Bank lain sehingga nasabah merasa kurang puas.
3. Kurangnya pelayanan khusus terhadap nasabah nasabah yang memiliki kredit dengan plafon yang besar dan rutin menggunakan produk kredit PT. BSM Padang Bulan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah prioritas.
4. Kurangnya area parkir di PT. BSM Padang Bulan

## **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah yang akan diangkat adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Berwujud (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan?
2. Bagaimana pengaruh Keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan?
3. Bagaimana pengaruh ketanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan?
4. Bagaimana pengaruh Jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan?

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah:

1. untuk menjelaskan pengaruh berwujud (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan.

2. Untuk menjelaskan pengaruh kehandalan (reliability) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan
3. Untuk menjelaskan ketanggapan (responsiveness) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padang Bulan
4. Untuk menjelaskan pengaruh jaminan (assurance) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

##### **1. Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam mengetahui dan memperdalam kajian analisis pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri.

##### **2. Secara Praktis**

- a. Memperkaya pengetahuan ilmiah tentang dimensi kualitas layanan dan kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Padang Bulan.
- b. Referensi bagi perusahaan tempat penelitian dilakukan khususnya mengenai dimensi kualitas jasa dan kepuasan nasabah
- c. Memberikan kesempatan kepada penelitian lain bahwa perusahaan dapat menjadi sarana pembelajaran melalui penelitian ilmiah.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun dengan sistematika yang terdiri dari beberapa bab atau bagian yaitu:

Bab I : PENDAHULUAN

BAB ini menguraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

Bab II : LANDASAN TEORETIS

BAB ini membahas mengenai deskripsi teori, penelitian yang relevan, kerangka berfikir, hipotesis.

**Bab III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini pada dasarnya mengungkapkan sejumlah cara yang memuatkan uraian tentang metode dan langkah-langkah penelitian secara operasional, yang meliputi rancangan penelitian, tahapan penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan pemeriksaan keabsahan temuan.

**Bab IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini penulisan memaparkan tentang menjabarkan dan menganalisa hasil penelitiannya, tentang bagaimana pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan.

**Bab V : PENUTUP**

Bab ini berisi dari, simpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Deskripsi Teori

#### 1. Dimensi Kualitas Jasa (Pelayanan)

##### a. Pengertian Dimensi Kualitas Jasa (Pelayanan)

Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan dari ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten, dan dengan kata lain kualitas suatu produk/jasa adalah sejauh mana produk/jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya.

Dimensi kualitas jasa merupakan isu strategik bagi setiap organisasi pemasaran, terlepas dari bentuk produk yang dihasilkan. Dimensi kualitas jasa merupakan derajat atau tingkat karakteristik yang melekat pada produk yang mencukupi persyaratan atau keinginan<sup>4</sup>

Kualitas jasa merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.<sup>5</sup>

Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relative, yaitu tergantung pada perspektif atau cirri-ciri yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Namun terdapat 3 orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain, yaitu: (1) persepsi pelanggan, (2) produk/jasa, (3) proses. Untuk yang berwujud barang, ketiga orientasi ini dapat dibedakan dengan jelas tetapi tidak untuk jasa. Untuk jasa, produk, dan proses, tidak dapat dibedakan dengan jelas, bahkan produknya adalah proses itu sendiri.<sup>6</sup>

Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian,

---

<sup>4</sup>Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2013) hlm. 212

<sup>5</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction* Edisi 3 (Jogjakarta: Andi, 2011) hlm.18

<sup>6</sup>Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa, *Teori Dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa, Cet.1*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2011, hlm. 103-104

ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa: jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan.

### **b. Strategi Penyempurnaan Kualitas Jasa**

Meningkatkan kualitas jasa tidaklah semudah membalikan telapak tangan atau saklar lampu. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan secara cermat, karena upaya penyempurnaan kualitas jasa berdampak signifikan terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Di antara berbagai faktor yang perlu mendapatkan perhatian utama adalah:

#### 1) Mengidentifikasi detrmninan utama kualitas jasa

Setiap penyedia jasa wajib berupaya menyampaikan jasa berkualitas terbaik kepada para pelanggan sasaran annya. Upaya ini membutuhkan proses mengidentifikasi determinan atau faktor penentu utama kualitas jasa berdasarkan sudut pandang pelanggan.

#### 2) Mengelola ekspektasi pelanggan

Tidak jarang sebuah perusahaan berusaha melebih-lebihkan pesan komunikasinya kepada pelanggan dengan tujuan memikat sebanyak mungkin konsumen. Hal seperti ini dapat menjadi “bumerang” bagi perusahaan. Semakin banyak janji yang diberikan, semakin besar pula ekspektasi pelanggan.

#### 3) Mengelola bukti kualitas jasa

Manajemen bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi konsumen selama dan sesudah jasa disampaikan. Oleh karena jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sebagaimana halnya barang fisik, maka pelanggan cenderung memperhatikan dan mempersepsikan fakta-fakta tangibles yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas.

#### 4) Mendidik pelanggan tentang jasa

Membantu pelanggan dalam memahami sebuah jasa merupakan upaya positif untuk mewujudkan proses penyampaian dan pengkonsumsian jasa secara efektif dan efisien.

5) Menumbuhkembangkan budaya kualitas

Budaya kualitas merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi proses penciptaan dan penyempurnaan kualitas secara terus-menerus.

6) Menciptakan automating quality

Otomatisasi berpotensi mengatasi masalah variabilitas kualitas jasa yang disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki organisasi. Akan tetapi, sebelum memutuskan akan melakukan otomatisasi, penyedia jasa wajib mengkaji secara mendalam aspek-aspek yang membutuhkan sentuhan manusia dan elemen-elemen yang memerlukan otomatisasi.

7) Menindaklanjuti jasa

Penindaklanjutan jasa diperlukan dalam rangka menyempurnakan atau memperbaiki aspek-aspek jasa yang kurang memuaskan dan mempertahankan aspek-aspek yang sudah baik.

8) Mengembangkan sistem informasi kualitas jasa

Sistem informasi kualitas jasa merupakan sistem yang mengintegrasikan berbagai ancangan riset secara sistematis dalam rangka mengumpulkan dan menyebarkan informasi kualitas jasa guna mendukung pengambilan keputusan.

**c. Karakteristik Dimensi Kualitas Jasa**

Jasa memiliki 4 (empat) karakteristik utama, yaitu sebagai berikut:

1) Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat tidak berwujud (*intangibility*), artinya tidak dapat melihat, mencium, meraba, mendengar dan merasakan hasilnya sebelum mereka membelinya. Nilai tidak berwujud dari jasa dapat berupa kenikmatan, rasa aman, serta kepuasan. Untuk mendapat semua itu biasanya konsumen akan mencari terlebih dahulu informasi dari jasa yang akan digunakannya seperti lokasi, harga, serta bentuk pelayanan yang akan diberikan.

## 2) Tidak Terpisah (*Inseparability*)

Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*) artinya jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu perusahaan jasa yang menghasilkannya dengan konsumen yang menggunakan jasa tersebut. Interaksi antara penyedia jasa dengan konsumen terjadi ketika jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Jika konsumen membeli suatu jasa maka ia akan berhadapan langsung dengan sumber atau penyedia jasa.

## 3) Keanekaragaman (*Variability*)

Jasa yang diberikan sering kali berubah-ubah tergantung siapa yang menyajikannya, kapan dan dimana penyaji jasa tersebut dilakukan. Konsumen sebelum mengambil keputusan untuk menggunakan suatu jasa biasanya akan meminta pendapat orang lain, oleh karena itu penyedia jasa akan terus berlomba-lomba menawarkan bervariasi jasa dengan kualitas yang baik guna menciptakan kepuasan dari konsumennya.

## 4) Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang. Dalam hal ini jasa berbeda dengan barang, karena biasanya barang dapat disimpan dan digunakan berulang-ulang kali maka tidak demikian dengan jasa, apabila jasa tidak langsung digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Suatu jasa yang diberikan oleh penyedia jasa tergantung dari permintaan pasar yang berubah-ubah.<sup>7</sup>

### **d. Indikator Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa**

Terdapat lima (5) indikator dimensi kualitas pelayanan jasa (*service quality*) sebagai berikut:<sup>8</sup>

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

Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari

---

<sup>7</sup> Nasution, M. "*Total Quality Management*", Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm. 67

<sup>8</sup> Ibid

pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2) Keandalan (*reliability*)

Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3) Ketanggapan (*responsiveness*)

Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas yang tidak akan membiarkan pelanggan menunggu kemudian muncul persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4) Jaminan dan Kepastian (*assurance*)

Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kooptetisi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

5) Empati (*Empathy*)

Empati (*Empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.



## 2. Kepuasan Nasabah

### a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan nya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kemudian karapan tersebut.<sup>9</sup>

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang mengatakan hasil perbandingan antara hasil kerja atau produk atau jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.<sup>10</sup>

Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurang nya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang di peroleh tidak memenuhi harapan nasabah.<sup>11</sup>

Kepuasan nasabah menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya ( norma kinerja lainnya) dengan kinerja *actual* produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Dimensi-dimensi keinginan nasabah diimplementasikan oleh perusahaan dalam bentuk strategi bauran pemasaran, bahwa nilai nasabah dapat diciptakan melalui:<sup>12</sup>

- 1) Dimensi Produk (meliputi *care product, basic product, expected product augmented product* dan *potential product*).
- 2) Layanan penjualan (meliputi kecepatan dan ketepatan proses transaksi, kecepatan dan ketepatan produk yang diterima, kemudahan mengakses jaringan perbankan, kesederhanaan dalam birokrasi dan prosedur transaksi, atmosfir pelayanan yang hangat dan bersahabat, proaktif terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah).
- 3) Layanan purna jual dan keluhan (meliputi: *customer service*, bagian layanan purna jual apabila terjadi masalah atas produk yang telah di

---

<sup>9</sup> M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta.2010), hal 192

<sup>10</sup> Philip Kotler. *Marketing Manajemen*.( New Jersey:Prentice Hall.2000), hal 36

<sup>11</sup>James F. Engel, et.al.*Perilaku Konsumen*, ahli bahasa FX Budiyanto.(Jakarta:Binarupa Aksara.1992), hal 11

<sup>12</sup>Philip Kotler. *Marketing Manajemen*. (New Jersey:Prentice Hall. 2000),hlm.195

beli atau digunakan oleh nasabah, masalah direspon dengan cepat, layanan yang simpatik, layanan proaktif atau petugas *call center* yang bertugas untuk mengatasi berbagai keluhan yang disampaikan oleh nasabah berkaitan dengan pelayanan perbankan)

Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan rasa lega yang di miliki seseorang ketika dirinya telah mengkonsumsi suatu produk atau jasa dari orang lain atau lembaga yang bersangkutan.

Menurut Hoffman dan Beteson kepuasan atau tidak kepuasan adalah perbandingan dari ekspektasi konsumen kepada persepsi mengenai interaksi jasa yang sebenarnya.

Sedangkan menurut Richard F. Gerson mengatakan yang dimaksud kepuasan pelanggan adalah harapannya telah terpenuhi.<sup>13</sup> Jadi dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum pengertian kepuasan nasabah dilihat dari kesesuaian antara harapan atau keinginan pelanggan terhadap pelayanan yang diterimanya.

#### **b. Strategi Kepuasan Nasabah**

Strategi kepuasan nasabah yang ingin dicapai oleh perusahaan diantaranya:

- 1) Strategi pemasaran berkesinambungan (*Relationship marketing strategy*) yaitu, menjalin hubungan yang baik secara terus menerus (berkesinambungan) dengan nasabah, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi hubungan jangka panjang. Nasabah bukan hanya puas tetapi juga loyal terhadap bank.
- 2) Strategi pelayanan prima yaitu, menawarkan pelayanan yang baik dibandingkan dengan pesaing. Usaha ini biasanya membutuhkan biaya yang cukup besar, tetapi juga memberikan dampak yang besar (positif) kepada nasabah. Begitu juga sebaliknya, jika biaya yang dikeluarkan kecil

---

<sup>13</sup> Mts.Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Layanan*,(Jakarta: Bayu Media Publishing,2007), hlm 167

maka dampak yang yang dapat dirasakan oleh nasabah juga kecil (negatif).<sup>14</sup>

### c. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank, nasabah akan loyal kepada bank, mengulangi lagi membeli produknya dan mempromosikannya kepada orang lain disekelilingnya. Agar kita tahu bahwa nasabah puas atau tidak puas berhubungan dengan bank, maka perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan nasabah. Dalam menentukan seberapa besar kepuasan nasabah terhadap suatu bank dapat dilakukan dengan berbagai cara.

Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu:

#### 1) Sistem keluhan dan

Usulan Artinya seberapa banyak keluhan atau complain yang dilakukan nasabah dalam suatu periode, makin banyak berarti makin kurang baik.

#### 2) Survei kepuasan konsumen

Dalam hal ini bank perlu secara berkala melakukan survei baik melalui wawancara maupun kusioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank tempat nasabah melakukan transaksi selama ini. Untuk itu perlu adanya survei kepuasan konsumen.

#### 3) Konsumen samara

Bank dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank secara langsung, sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.

#### 4) Analisis mantan pelanggan

Dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta. 2010), hal.205

<sup>15</sup>Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015) hlm. 163)

#### **d. Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat 5 (lima) faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan :

##### 1) Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas dengan hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

##### 2) Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri produk, pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan.

##### 3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu, cenderung mempunyai kepuasan yang tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk itu tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan merasa puas.

##### 4) Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama menetapkan harga yang relative murah, akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

##### 5) Biaya

Pelanggan yang tidak mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk.<sup>16</sup>

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

Pengukuran kepuasan nasabah sangatlah penting untuk dilakukan karena memberikan informasi bermanfaat bagi perusahaan, pemegang saham, investor, pemerintah, dan nasabah. Ada enam konsep inti mengenai obyek pengukuran. Berikut ini adalah 6 indikator kepuasan nasabah:

##### 1) Kepuasan pelanggan keseluruhan

Pelanggan langsung ditanya seberapa puas dengan produk atau jasa. Kepuasan diukur berdasar produk atau jasa perusahaan bersangkutan dan

---

<sup>16</sup> *Ibid*, hlm. 98

membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan terhadap produk atau jasa pesaing.

2) Dimensi kepuasan nasabah

Mengidentifikasi dimensi – dimensi kunci kepuasan nasabah dan meminta nasabah menilai produk atau jasa berdasar item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan atau keramahan staff. Meminta nasabah menilai produk atau jasa pesaing berdasar item spesifik serta menentukan dimensi – dimensi yang paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3) Konfirmasi harapan

Kepuasan tidak diukur langsung. Namun disimpulkan berdasar kesesuaian / ketidaksesuaian antara harapan nasabah dengan kinerja actual produk pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

4) Minat pembelian ulang

Kepuasan pelanggan diukur berdasar perilaku dengan jalan menanyakan nasabah apakah belanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

5) Kesiediaan untuk merekomendasi

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bukan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian mobil, broker rumah, asuransi jiwa, tur keliling) kesediaan nasabah untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarga

6) Ketidakpuasan nasabah

Ketidakpuasan nasabah meliputi *complain*, retur, biaya garansi, *product recall*, dan konsumen yang beralih ke pesaing.<sup>17</sup>

## **B. Penelitian yang Relevan**

Penelitian terdahulu dan yang relevan ini digunakan penulis untuk memperoleh data, membandingkan, dan memberi masukan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Beberapa penelitian yang dikaji yaitu:

---

<sup>17</sup> *Ibid*, hlm. 453-454

**Tabel 2.1**  
**Penelitian yang Relevan**

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1	Juzan Tri Hartanto <sup>18</sup>	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah (study kasus PD. BPR Bank Jogja)	Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa dimensi SERVQUAL yaitu empati, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel-variabel bukti fisik, keandalan, jaminan, dan daya tanggap berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2	Muhammad Ichsan Sahib <sup>19</sup>	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Makassar Air Traffic Service Canter MATSC PT (Persero) Angkasa Pura I Makassar	Hasil penelitian membuktikan bahwa daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan konsumen pada MATSC PT (Persero) Angkasa Pura I Makassar. Secara parsial daya

<sup>18</sup>Juzan Tri Hartanato, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah (Study Kasus Pada PD. BPR Bank Jogja)*, 2010

<sup>19</sup>Muhammad Ichsan Sahib. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Makassar Air Traffic Service Canter MATSC PT (Persero) Angkasa Pura I Makassar*, 2010

			tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan telah diterapkan dengan baik dalam mencapai kepuasan konsumen pada MATSC PT (Persero) Angkasa Pura I Makassar.
3	Lalu Zulhendri Oktavi <sup>20</sup>	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan nasabah Shar-e di Yogyakarta (studi kasus pada loket Shar-e yang berkedudukan di Kantor Pos Gondokusuman Yogyakarta)	Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan yang diberikan oleh Loket Shar-E yang berkedudukan di kantor pos Gondokusuman Yogyakarta berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Shar-E. Hasil pengujian ini menghasilkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,530 yang berarti kualitas pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan nasabah Shar-E pada Loket Shar-E yang berkedudukan di kantor pos Gondokusuman

<sup>20</sup> Lalu Zulhendri Oktavi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan nasabah Shar-e di Yogyakarta (studi kasus pada loket Shar-e yang berkedudukan di Kantor Pos Gondokusuman Yogyakarta)* 2013

			Yogyakarta sebesar 53%. Artinya, kualitas pelayanan bukan faktor satu-satunya yang mempengaruhi kepuasan nasabah Shar-E, tetapi ada faktor lain yang mempengaruhinya selain variabel bebas dalam penelitian tersebut.
4	Muh Yunus Bandu <sup>21</sup>	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat	Hasil penelitian bahwa keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Uji t menghasilkan signifikansi keandalan 0,000, daya tanggap 0,299, jaminan 0,531, empati 0,024, dan bukti fisik 0,086.

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu di atas bahwa peneliti sama sama membahas tentang kepuasan dan kualitas pelayanan jasa, namun dalam hal ini peneliti mengambil objek pada kepuasan nasabah dengan lokasi penelitian yang brbeda.

---

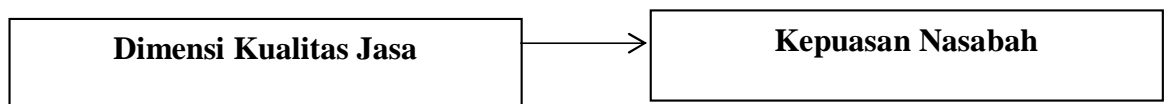
<sup>21</sup> Muh Yunus Bandu, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Barat*. 2013



### C. Kerangka Berfikir

Pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik barang maupun jasa, sedangkan kinerja atau hasil yang dirasakan merupakan persepsi pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang ia beli. Kepuasan dan ketidakpuasan berawal dari persepsi/harapan pelanggan akan sesuatu yang akan diterima dari perusahaan yang menyediakan pelayanan yang bertujuan untuk mendapatkan kesetiaan pelanggan dimana kesetiaan tersebut adalah kunci sukses bagi suatu perusahaan.

Pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah adalah jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberi kepuasan. Jadi, pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan/anggota dipengaruhi oleh apa yang diinginkan oleh pelanggan sudah sesuai dengan produk yang berupa barang maupun jasa dan pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**

### D. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah: “Ada Pengaruh Dimensi kualitas Jasa terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan.”

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang tidak dilakukan secara mendalam, umumnya menyelidiki permukaannya saja dan memerlukan waktu yang relatif lebih singkat.<sup>22</sup>

Sedangkan jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.<sup>23</sup> Yaitu pengaruh *Customer relationship management* terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Padang Bulan.

##### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat yang dijadikan lokasi dalam penelitian ini adalah PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan yang beralamat di Padang Bulan

**Tabel 3.1**  
**Waktu Penelitian**

No	Tahapan Penelitian	Bulan																						
		Desember				Januari				Februari				Maret				April						
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
1	Pengajuan Judul			■	■																			
2	Pembuatan Proposal				■	■	■																	
3	Bimbingan Proposal						■	■	■	■	■													
4	Seminar Proposal												■											

<sup>22</sup> Narbuko Cholid, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h. 2

<sup>23</sup> Azuar Juliandi, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Medan: Umsu Press, 2015), h. 17

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya<sup>24</sup>. Populasi yang dijadikan objek penelitian ini adalah nasabah yang terdaftar di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan periode Desember 2018 yang berjumlah 1270 orang.

#### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>25</sup> Teknik pengambilan ini menggunakan teknik *accidental sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan penelitian dan anggota sampel yang diambil tidak direncanakan terlebih dahulu tapi didapatkan atau dijumpai secara tiba-tiba dan jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 25 responden.

### D. Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini ada 2 variabel yaitu:

1. Dimensi Kualitas Jasa (X)
2. Kepuasan Nasabah (Y)

### E. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini terdapat dua variabel penelitian yaitu :

1. Dimensi Kualitas Jasa (X)

Usaha pemenuhan dari keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian jasa dalam rangka memenuhi harapan pelanggan/nasabah.

Terdapat Terdapat lima (5) indikator dimensi kualitas pelayanan jasa (*service quality*) sebagai berikut:

---

<sup>24</sup> Ibid, hlm.389

<sup>25</sup> Ibid, h.91

- a. Berwujud (*tangible*)
  - b. Keandalan (*reliability*)
  - c. Ketanggapan (*responsiveness*)
  - d. Jaminan dan Kepastian (*assurance*)
  - e. Empati (*Empathy*)
2. Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan nasabah.

Indikator dari kepuasan nasabah, yaitu:

- a. Kepuasan pelanggan keseluruhan
- b. Dimensi kepuasan nasabah
- c. Konfirmasi harapan
- d. Minat pembelian ulang
- e. Kesiediaan untuk merekomendasi
- f. Ketidakpuasan nasabah

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan:<sup>26</sup>

### **1. Angket**

Angket adalah pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat atau persepsi responden penelitian tentang suatu variabel yang diteliti.<sup>27</sup>

Di dalam angket terdapat beberapa pernyataan yang memuat variabel dimensi kualitas jasa dan kepuasan nasabah dan pada variabel-variabel terdapat pernyataan yang sesuai dengan indikator yang mempengaruhinya. Angket yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 20 butir pernyataan, dimana untuk dimensi kualitas jasa sebanyak 10 pernyataan dan 10 pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah.

---

<sup>26</sup> Juliandi, Azuar dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi* ( Medan : UMSU, 2014 ),hal.69

<sup>27</sup>Ibid, Sugiyono

Pengujian kevaliditas dan realibel instrument maka di uji dengan uji validitas dan realibelitas.

## 2. Observasi

Pengamatan atau observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian.

## G. Instrument Penelitian

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin.<sup>28</sup> Patokan untuk menyusun instrumen yang menggunakan skala likert memiliki variasi dari sangat negatif sampai sangat positif dengan 5 (lima) alternatif jawaban, dengan jawaban masing-masing sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

Alternatif Jawaban	Skor Masing-Masing Jawaban
SS : Sangat Setuju	5
S : Setuju	4
N : Netral	3
TS: Tidak Setuju	2
STS : Sangat Tidak Setuju	1

Sebelum membuat daftar pernyataan terlebih dahulu dibuat kisi-kisi instrumen dengan menjabarkan variabel menjadi sub variabel yang akan diukur. Dibawah ini tabel kisi-kisi angket sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Tabel kisi- Kisi Angket**

No	Variabel	Indikator	Nomor Butir Pertanyaan
1	Dimensi kualitas jasa (X)	a. Berwujud ( <i>tangible</i> ) b. Keandalan ( <i>reliability</i> )	1,2 3,4

<sup>28</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2006), h.65

		c. Ketanggapan ( <i>responsiveness</i> )	5,6
		d. Jaminan dan Kepastian ( <i>assurance</i> )	7,8
		e. Empati ( <i>Empathy</i> )	9,10
2	Kepuasan Nasabah (Y)	a. Kepuasan pelanggan keseluruhan	1,2
		b. Dimensi kepuasan nasabah	3,4,
		c. Konfirmasi harapan	5,6,
		d. Minat pembelian ulang	7,8,
		e. Kesiediaan untuk merekomendasi	9,10
		f. Ketidakpuasan nasabah	11,12

## H. Teknik Analisis Data

Analisis Penelitian ini dilakukan secara bertahap sebagai berikut :

### 1. Uji Validitas dan Realibilitas

#### a. Uji Validitas

Program yang digunakan untuk menguji validitas dan realibilitas instrumen adalah program SPSS Versi 16. Yang terdiri dari Uji Validitas dan Uji Realibilitas. Seperti dari butiran pertanyaan dalam angket tersebut terdapat 10 pernyataan untuk variabel X dan 10 pernyataan untuk variabel Y, dan kemudian dilakukan untuk perhitungan untuk seluruh butir pernyataan.

#### b. Uji Reliabilitas

Selanjutnya butir instrumen yang valid diatas diuji reliabilitasnya. Untuk menguji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Dikatakan reliabil jika hasil *Alpha* > 0,6 dengan rumus sebagai berikut.

$$r = \left[ \frac{K}{(K-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Dimana :

r = Reliabilitas Instrument

k = Banyaknya Butir Pertanyaan

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah Varians Butir

$\sigma_1^2$  = Varians Total

Kriteria Pengujiannya.

Jika nilai koefisien yakni  $Alpha > 0,6$  maka realibilitas cukup baik. Jika nilai koefisien reliabilitasnya yakni  $Alpha < 0,6$  maka realibilitasnya kurang baik.

## 2. Metode Analisa Data

Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas ini memiliki dua cara untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, yaitu melalui pendekatan histogram dan pendekatan grafik. Pada pendekatan histogram data berdistribusi normal apabila distribusi data tersebut tidak melenceng kekiri atau kekanan. Pada pendekatan grafik, data berdistribusi normal apabila titik 1 mengikuti data disepanjang garis diagonal.

### b. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana adalah pengujian terhadap data yang mana terdiri dari dua variabel, yaitu satu variabel independen satu variabel dependen, dimana variabel tersebut bersifat kausal (berpengaruh). Persamaan dari regresi linier sederhana adalah<sup>29</sup>:

$$Y = a + Bx$$

Dimana :

Y = Kepuasan Nasabah

A = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

Bila b (+) maka naik, dan b (-) maka terjadi penurunan.

X = Dimensi Kualitas Jasa

---

<sup>29</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. hal. 154

**c. Uji Hipotesis (Uji t)**

Uji korelasi dalam penelitian ini disebut dengan korelasi antara variabel karena yang dikorelasikan hanya terdiri dari dua variabel, atau hanya ada satu pasang perhitungan korelasi.

Penentuan penerimaan hipotesis dengan uji t dapat dilakukan dengan tabel t. Nilai t hitung hasil regresi dibandingkan dengan nilai t pada tabel. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka akan berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial, dan sebaliknya jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial. Hal tersebut juga berlaku untuk F hitung. Misalnya untuk jumlah sampel 71 maka nilai t tabel untuk signifikansi 5% adalah dengan melihat nilai t dengan *degree of freedom* untuk pengujian satu arah sebesar  $71-1=70$ .

**d. Uji Koefisien Determinasi (Adjust  $R^2$ )**

Analisis ini digunakan untuk melihat presentase (%), dan mengetahui besarnya kontribusi pengaruh variabel X (pemberian pembiayaan Mudharabah terhadap variabel Y (Peningkatan Hasil Usaha), dan analisis ini harus dihitung dengan rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

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

Dimana :

D : koefisien determinasi

R : koefisien korelasi rank Spearman



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Penelitian

##### 1. Sejarah dan Kegiatan Operasional Bank Syariah Mandiri KC. Padang Bulan

Bank merupakan lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama yaitu tempat menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat dan memberikan pelayanan jasa lainnya. Menghimpun berarti mengumpulkan uang dengan cara membeli dari masyarakat luas dalam bentuk simpan giro, tabungan dan deposito, menyalurkan berarti memberikan kembali dana yang diperoleh melalui simpan giro, tabungan dan deposito kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman atau kredit dalam istilah bank konvensional. Sedangkan dalam bank Islam disebut dengan pembiayaan. Memberikan pelayanan jasa maksudnya adalah memberikan jasa pendukung atau pelengkap kegiatan perbankan, seperti jasa setoran, jasa pengiriman uang, jasa penagihan dan sebagainya.<sup>30</sup>

Praktek-praktek seperti menitipkan harta, meminjam harta untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis serta melakukan pengiriman uang, telah ada sejak zaman Rasulullah Saw.<sup>31</sup> Lembaga keuangan terkenal pertama yang didirikan oleh umat Islam sekitar sepuluh tahun setelah nabi wafat oleh Khalifah Umar Ibnu Khattab yang dikenal dengan *baitul mal*, *baitul mal* adalah suatu lembaga atau dewan yang mengurus subsidi untuk warga negara miskin dan mengelola pemasukan dan pembagian ghanimah (harta rampasan). Menurut Kadin Sadr sebagaimana dikutip Abdul Manan, Umar Ibnu Khattab sudah menggunakan cek guna untuk membayar gaji dan tunjangan kepada yang berhak. Dengan cek yang diberikan ini, para karyawan menukarkannya dengan gandum di *baitulmal* yang ketika itu diimport dari Mesir.<sup>32</sup> Berdasarkan uraian di atas, dapat

---

<sup>30</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqih Muamalah* (Jakarta: Amzah, 2010), hal. 498-499.

<sup>31</sup> Adiwirman Abdul Karim, *Islamic Banking: Fiqh and Financial Analysis* (Jakarta PT. RajaGrafindo Persada, 2005), edisi 3, hal. 13-15.

<sup>32</sup> Abdul Mannan, *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hal. 202

diketahui bahwa pada awal islam sudah ada praktik perbankan islam, meskipun dalam bentuk praktek yang sederhana seperti ada individu yang membuka usaha dengan fungsi pinjam meminjam uang, ada yang melakukan fungsi pengiriman uang dan ada pula yang memberikan modal kerja. Praktik perbankan sebagaimana yang dijelaskan diatas dilarang dalam islam. Dalam urusan muamalat, hukum asal sesuatu diperbolehkan, kecuali ada dalil yang melarangnya. Maka untuk mengimbangi praktik yang dilakukan bank-bank konvensional, muncullah bank-bank syariah yang semakin banyak.

Krisis moneter dan ekonomi sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis politik nasional telah membawa dampak besar dalam perekonomian nasional. Krisis tersebut telah mengakibatkan perbankan Indonesia yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami kesulitan yang sangat parah. Keadaan tersebut menyebabkan pemerintah Indonesia terpaksa mengambil tindakan untuk merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia. Lahirnya Undang-Undang No. 10 tahun 1998, tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, pada bulan November 1998 telah memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia. Undang-Undang tersebut memungkinkan bank beroperasi sepenuhnya secara syariah atau dengan membuka cabang khusus syariah. PT. Bank Susila Bakti (PT. Bank Susila Bakti) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi berupaya keluar dari krisis 1997 – 1999 dengan berbagai cara. Mulai dari langkah-langkah menuju merger sampai pada akhirnya memilih konversi menjadi bank syariah dengan suntikan modal dari pemilik, Dengan terjadinya merger empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, BankExim dan Bapindo) ke dalam PT. Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999, rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi bank syariah (dengan nama Bank Syariah Sakinah) diambil alih oleh PT. Bank Mandiri (Persero). PT. Bank Mandiri (Persero) selaku pemilik baru mendukung sepenuhnya dan melanjutkan rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi bank syariah, sejalan dengan keinginan PT. Bank Mandiri (Persero) untuk membentuk unit syariah. Langkah awal dengan merubah Anggaran Dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Sakinah berdasarkan Akta

Notaris : Ny. Machrani M.S. SH, No. 29 pada tanggal 19 Mei 1999. Kemudian melalui Akta No. 23 tanggal 8 September 1999 Notaris : Sutjipto, SH nama PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri diubah menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.<sup>33</sup> Pada tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 1/24/KEP. BI/1999 telah memberikan izin perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah kepada PT. Bank Susila Bakti. PT. Bank Syariah Mandiri hadir sebagai bank yang mengkombinasikan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi operasinya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan PT. Bank Syariah Mandiri sebagai alternatif jasa perbankan di Indonesia. Hadir dengan Cita-Cita Membangun Negeri dengan Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak awal pendiriannya.

Industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia. Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*). Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

---

<sup>33</sup> [www.Syariahmandiri.co.id](http://www.Syariahmandiri.co.id). 69

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

## 2. Visi, Misi, Prinsip dan Nilai Budaya Bank Syariah Mandiri

### a. Visi: “Bank Syariah Terdepan dan Modern”

**Bank Syariah Terdepan:** Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen consumer, micro, SME, commercial, dan corporate. **Bank Syariah Modern:** Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

### b. Misi:

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 3) Menciptakan suasana pasar perbankan syariah agar dapat berkembang dengan mendorong terciptanya syarikat dagang yang terkoordinasi dengan baik
- 4) Mempekerjakan pegawai yang profesional dan sepenuhnya mengerti operasional perbankan syariah
- 5) Menunjukkan komitmen terhadap standar kinerja operasional perbankan dengan pemanfaatan teknologi mutakhir, serta memegang teguh prinsip keadilan, keterbukaan dan kehati-hatian
- 6) Mengutamakan mobilisasi pendanaan dari golongan masyarakat menengah dan ritel, memperbesar portofolio pembiayaan untuk skala menengah dan kecil, serta mendorong tenwujudnya manajemen zakat, infak dan shadaqah yang lebih efektif sebagai cerminan kepedulian sosial

### c. Prinsip Syariah

Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah.

Bank Syariah adalah Bank Umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. (UU No. 10 tahun 1998 tentang Perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan).<sup>34</sup> Prinsip Operasi Bank Syariah Bank Syariah menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:

- 1) Prinsip-Keadilan Prinsip ini tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara Bank dan Nasabah.
- 2) Prinsip-Kemitraan Bank Syariah menempatkan nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun Bank pada kedudukan yang sama dan sederajat dengan mitra usaha. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko dan keuntungan yang berimbang di antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana maupun Bank. Dalam hal ini bank berfungsi sebagai *intermediary institution* lewat skim-skim pembiayaan yang dimilikinya.
- 3) Prinsip-Keterbukaan Melalui laporan keuangan bank yang terbuka secara berkesinambungan, nasabah dapat mengetahui tingkat keamanan dana dan kualitas manajemen bank.
- 4) Univeralitas Bank dalam mendukung operasionalnya tidak membedakan suku, agama, ras dan golongan agama dalam masyarakat dengan prinsip Islam sebagai rahmatan lil'alamiin.

Di dalam Al-Qur'an, beberapa ayat yang menyinggung tentang prinsip syariah, di antaranya QS. Ar-Rum: 39 yang berbunyi:

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبًّا لِيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوَ عِنْدَ اللَّهِ ۗ وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ  
وَجَهَ اللَّهُ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْغَفُونَ

---

<sup>34</sup> www. Syariahmandiri.co.id

Artinya: *Dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).*

Selanjutnya, hadits yang terkait dengan pelarangan riba. Salah satunya yaitu:

عَنْ ابْنِ مَسْعُودٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَا أَحَدٌ أَكْثَرَ مِنَ الرَّبَا إِلَّا كَانَ عَاقِبَتُهُ أَمْرَهُ إِلَى قَلَّةٍ

Artinya : *“Rasulullah SAW melaknat orang yang memakan riba, orang yang member makan riba, penulis dan saksi riba. Kemudian mereka bersabda: mereka semua adalah sama”*. (HR. Muslim).

#### **d. Budaya Perusahaan (Bank Syariah Mandiri)**

Bank Syariah Mandiri sebagai bank yang beroperasi atas dasar prinsip syariah Islam menetapkan budaya perusahaan yang mengacu kepada sikap *akhlaqul karimah* (budi pekerti mulia), yang terangkum dalam lima pilar yang disingkat **SIFAT**, yaitu:<sup>35</sup>

- 1) **Siddiq** (Integritas) **Menjaga Martabat dengan Integritas**. Awali dengan niat dan hati tulus, berpikir jernih, bicara benar, sikap terpuji dan perilaku teladan.
- 2) **Istiqomah** (Konsistensi) **Konsisten adalah Kunci Menuju Sukses**. Pegang teguh komitmen, sikap optimis, pantang menyerah, kesabaran dan percaya diri.
- 3) **Fathanah** (Profesionalisme) **Profesional adalah Gaya Kerja Kami**. Semangat belajar berkelanjutan, cerdas, inovatif, terampil dan adil.
- 4) **Amanah** (Tanggung-jawab) **Terpercaya karena Penuh Tanggung Jawab**. Menjadi terpercaya, cepat tanggap, obyektif, akurat dan disiplin

---

<sup>35</sup> [www.Syariahmandiri.co.id](http://www.Syariahmandiri.co.id)

- 5) **Tabligh (Kepemimpinan) Kepemimpinan Berlandaskan Kasih-Sayang.** Selalu transparan, membimbing, visioner, komunikatif dan memberdayakan.

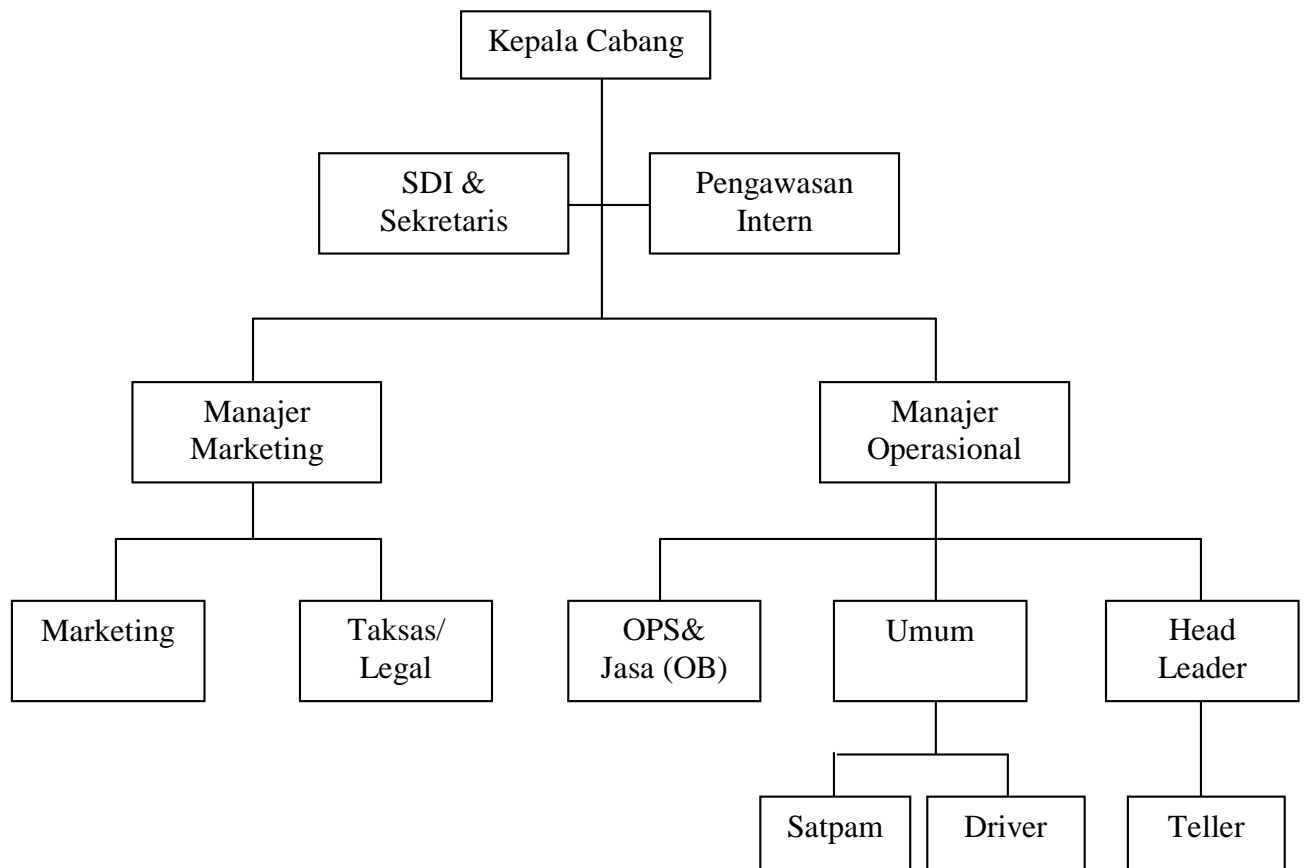
### **3. Tujuan dan Strategi Perusahaan**

Sesuai misinya menjadi bank syariah terpercaya pilihan mitra usaha, BSM bertekad untuk memberikan kemaslahatan bagi masyarakat luas dan turut serta meningkatkan kesejahteraan di atas landasan ekonomi syariah. Tekad tersebut ditegakkan di atas empat prinsip utama (keadilan, kemitraan, keterbukaan, dan universalitas). Adapun maksud universalitas adalah tekad pelayanan pada seluruh golongan masyarakat di Indonesia, tanpa membedakan latar belakang suku, agama, dan ras. Hal itu, lanjutnya, selaras dengan keyakinan bahwa ajaran Islam adalah pembawa rahmat kepada seluruh alam.

Strategi yang digunakan Bank Syariah Mandiri adalah *Aggressive Maintenance Strategy*. Dalam peningkatan volume bisnis, sepanjang tahun keempat ini, PT Bank Syari'ah Mandiri terus melakukan perburuan nasabah baru melalui penyediaan beragam produk dan pelayanan, sosialisasi proaktif, promosi terarah, kegiatan pemasaran serta pelayanan yang lebih prima.

### **4. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Bulan**

Dalam rangka mengembangkan peran dan fungsi perbankan syariah di Indonesia, Bank Syariah Mandiri telah melakukan ekspansi dan perluasan jaringan outlet diberbagai daerah kabupaten/kota. salah satu outlet BSM berdiri dengan status kantor Cabang Padang Bulan. Yang menjadi salah satu pilihan masyarakat untuk menabung dan mendapatkan pembiayaan. Sebagai sebuah perusahaan, Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Bulan memiliki struktur organisasi yang menjadi acuan bagi pelaksanaan pekerjaan, sehingga setiap pegawai mengetahui secara jelas tanggung jawab pekerjaannya. Struktur organisasi PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Bulan dapat dilihat pada bagan dibawah ini.



**Sumber: BSM Mandiri Cabang Padang Bulan**

**Gambar 4.1 Struktur Perusahaan Bank Syariah Mandiri Sumber : Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Bulan**

Berdasarkan Struktur diatas, dapat ditegaskan bahwa model organisasi Bank Syariah Mandiri adalah Model mesin. model mesin sebagai mana dijelaskan Alo Liliweri, yaitu suatu model organisasi dimana setiap orang dibagi dan diberi spesifikasi tugas dan fungsi tertentu. Model mesin mempunyai beberapa prinsip, yaitu: 1) ada pembagian kerja disetiap unit-unit yang menampilkan tugas-tugas spesifik. 2) ada pengontrol, dimana setiap unit secara hirarkis berada dibawah subordinasi dari unit lain. 3) ada kesatuan komando termasuk sentralisasi pengawasan dari atasan kepada bawahan.<sup>36</sup> Berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap struktur kepengurusan BSM, dapat dipahami bahwa setiap pegawai

<sup>36</sup> Alo Liliweri, Gatra-Gatra, Komunikasi Antar Budaya (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2001),hal. 223. 75



memiliki tugas dan tanggung jawab yang sudah ditetapkan secara baku. Adapun pembagian tugas dan tanggung jawab tersebut yaitu:<sup>37</sup>

### **1. Kepala Cabang**

Jabatan Kepala Cabang adalah memimpin, mengelola, mengawasi/mengendalikan, mengembangkan kegiatan dan mendayagunakan sarana organisasi cabang untuk mencapai tingkat serta volume aktivitas pemasaran, operasional dan layanan cabang yang efektif dan efisien sesuai dengan target yang telah ditetapkan secara optimal. Tanggung jawab kepala cabang terdiri dari dua bagian, yaitu tanggung jawab yang utama dan tanggung jawab yang umum.

Adapun tanggung jawab yang utama Kepala Cabang, yaitu:

- a. Memastikan tercapainya target bisnis cabang yang telah ditetapkan berikut bunit kerja dibawah koordinasinya, meliputi: pendanaan, pembiayaan, fee based, dan laba bersih.
- b. Memastikan kepatuhan, tingkat kesehatan dan prudensialitas seluruh aktifitas cabang.
- c. Memastikan pengendalian dan pembinaan cabang dan jaringan yang ada dibawah koordinasinya.
- d. Memastikan terlaksananya standar layanan nasabah dicabang dan jaringan yang dibawahnya.
- e. Memastikan pelaporan (intern dan ekstern) secara akurat dan tepat waktu.
- f. Memastikan kelengkapan, kerapihan dan keamanan dari dokumentasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- g. Memastikan tindaklanjut hasil audit intern/ ekstern.

---

<sup>37</sup> Sumber diperoleh dari dokumentasi Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Bulan tahun 2018.

Tanggung jawab Umum Kepala Cabang adalah sebagai berikut:

- a. Mengkoordinasi dan menetapkan rencana kerja dan anggaran tahunan Cabang, agar selaras dengan visi, misi, dan strategi jangka panjang bank.
- b. Mengkoordinasi dan menetapkan serta mengevaluasi target kerja seluruh bagian di unit kerjanya, untuk mendukung tercapainya tujuan bank.
- c. Mengendalikan dan mengevaluasi pelaksanaan rencana kerja cabang untuk memastikan tercapainya target unit kerja yang telah ditetapkan secara tepat waktu.
- d. Memastikan terlaksananya IT *security awareness*, antara lain tidak sharing password, standarisasi aplikasi yang telah ditetapkan.
- e. Memastikan kepatuhan penggunaan wewenang limit transaksi operasional oleh bawahannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- f. Melakukan analisa swot secara berkala untuk mengetahui posisi cabang terhadap posisi pesaing di wilayah kerja setempat.
- g. Memastikan pemeliharaan dan keamanan harta tetap dan inventaris unit kerja.
- h. Menetapkan kebutuhan dan strategi pengembangan SDM dicabangnya masing-masing, untuk memastikan jumlah dan kualifikasi SDI sesuai dengan strategi bank.

## **2. Marketing Manager**

Jabatan ini adalah memastikan tercapainya target-target pembiayaan, dana dan fee based income cabang yang telah ditetapkan kantor pusat. Marketing manager juga memiliki dua tanggung jawab, yaitu tanggung jawab utama dan tanggung jawab umum. Tanggung jawab utama adalah sebagai berikut:

- a. Merumuskan strategi pemasaran cabang.
- b. Memastikan tercapainya target pembiayaan cabang.
- c. Memastikan tercapainya target pendanaan cabang.
- d. Memastikan tercapainya target fee based income cabang.
- e. Memastikan kelayakan nota analisa pembiayaan.
- f. Memastikan kualitas aktiva produktif dalam kondisi terkendali dan pelaksanaan pengawalan terhadap seluruh nasabah cabang.
- g. Memastikan penyelamatan seluruh pembiayaan bermasalah dicabang.

- h. Memastikan ketepatan pembayaran seluruh kewajiban nasabah cabang.  
Adapun tanggung jawab umum adalah sebagai berikut:
  - a. Membuat evaluasi pelaksanaan rencana kerja mingguan/ bulanan dibagiannya untuk memastikan kesesuaiannya dengan rencana kerja unit kerjanya.
  - b. Mengkoordinasi dan menetapkan serta mengevaluasi target kerja seluruh karyawan bawahan langsung, untuk memastikan tercapainya target kerja bagiannya.
  - c. Melakukan supervisi terhadap proses pekerjaan diseluruh sub-unit bagian, untuk memastikan seluruh pekerjaan dilaksanakan sesuai dengan rencana/target kerja dan SOP yang berlaku.
  - d. Membuat dan mengkaji laporan pelaksanaan rencana kerja bagiannya untuk memastikan tersediannya data yang akurat dan mutakhir sebagai bahan evaluasi dan pengambilan keputusan atasan.
  - e. Memastikan kepatuhan penggunaan wewenang limit transaksi operasional oleh bawahannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
  - f. Mengusulkan kebutuhan penambahan pegawai dibagiannya sesuai dengan hasil perhitungan manning analysis dan kebutuhan bank.
  - g. Mengembangkan keterampilan dan pengetahuan bawahan, agar memenuhi persyaratan minimum jabatan sehingga dapat melakukan pekerjaannya sesuai dengan standart dan SOP.
  - h. Mengkaji dan mengusulkan permintaan barang atau peralatan kerja, untuk memastikan penggunaan yang paling efektif terhadap seluruh barang dan peralatan kerja.

### **3. Account Officer**

Jabatan ini adalah merealisasikan target pendanaan dan fee based income yang didistribusikan oleh Marketing Manager. Jabatan ini juga hanya memiliki tanggung jawab utama dan tidak memiliki tanggung jawab umum, adapun tanggung jawab utama jabatan ini adalah sebagai berikut:

- a. Mendapatkan calon nasabah pembiayaan yang prospektif.
- b. Memastikan kelengkapan dokumen aplikasi pembiayaan.
- c. Menindaklanjuti permohonan pembiayaan nasabah dalam bentuk NAP.

- d. Memastikan persetujuan atau penolakan pembiayaan yang diajukan.
- e. Menindaklanjuti persetujuan atau penolakan permohonan pembiayaan nasabah.
- f. Memastikan proses pencairan pembiayaan sesuai dengan keputusan komite pembiayaan.
- g. Membina hubungan pembiayaan antara bank dan nasabah.
- h. Melaksanakan pengawalan terhadap seluruh nasabah yang dikelola agar kolektisitas lancar.
- i. Menyelesaikan fasilitas pembiayaan bermasalah.

#### **4. *Funding Officer***

Jabatan ini adalah merealisasikan target pendanaan dan fee based income yang didistribusikan oleh Marketing Manager. Jabatan ini juga hanya memiliki tanggung jawab utama, yaitu:

- a. Memasarkan produk pendanaan, treasury dan haji sesuai strategi pemasaran yang telah ditetapkan.
- b. Memasarkan produk bancassurance (produk asuransi yang dipasarkan oleh bank), produk investasi dan jasa non- bank lainnya.
- c. Meningkatkan business relation antara bank dengan nasabah sesuai dengan target yang ditetapkan.
- d. Memutakhirkan dokumen dan data nasabah pendanaan sesuai kelolaan.
- e. Memberikan pelayanan khusus dalam setiap interaksi dengan nasabah prioritas.

#### **5. *Pelaksana Marketing Support (PMS)***

Jabatan ini adalah tercapainya pelaksanaan kegiatan administrasi pendanaan dan pembiayaan, jabatan ini juga memiliki tanggung jawab utama, yaitu:

- a. Memastikan kelengkapan persyaratan penandatanganan akad dan pencairan pembiayaan nasabah.
- b. Mendokumentasikan *current file*.
- c. Menerbitkan surat peringatan pembayaran kewajiban nasabah.
- d. Membuat pengajuan BI/ Bank/ *Trade checking*.
- e. Memantau pemenuhan dokumen TBO.

- f. Membuat SP3 atau surat penolakan atas permohonan nasabah yang ditolak.
- g. Melakukan korespondensi berkaitan dengan pendanaan baik intern dan ekstern.
- h. Menyusun laporan portofolio dan profitabiliti nasabah, baik pembiayaan maupun pendanaan, sesuai dengan target cabang.
- i. Memelihara data profil nasabah pendanaan.
- j. Menyusun laporan pencapaian target MM, AO dan FO.

#### **6. *Operation Manager***

Jabatan ini adalah memastikan aktivitas operasional cabang terkelola sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan target bidang operasional cabang tercapai sesuai dengan ketentuan kantor pusat. Jabatan ini memiliki tanggung jawab utama dan tanggung jawab umum, adapun tanggung jawab utama jabatan ini adalah sebagai berikut:

- a. Memastikan terkendalinya biaya operasional cabang dengan efisien dan efektif.
- b. Memastikan transaksi harian operasional telah sesuai dengan ketentuan dan SOP yang telah ditetapkan
- c. Memastikan terlaksananya standar layanan nasabah yang optimal dikantor cabang.
- d. Memastikan ketersediaan likuiditas cabang yang memadai.
- e. Memastikan pelaksanaan dseluruh kegiatan administrasi, dokumentasi dan kearsiban dengan peraturan yang berlaku.
- f. Mengelola fungsi-fungsi administrasi kepegawaian cabang.
- g. Mengelola sarana dan prasarana kantor cabang.
- h. Memastikan implementasi KCP dengan baik.

Adapun tanggung jawab umum jabatan ini adalah sebagai berikut:

- a. Membuat evaluasi pelaksanaan rencana kerja mingguan/ bulanan dibagiannya untuk memastikan kesesuaiannya dengan rencana kerja.
- b. Mengkoordinasi dan menetapkan serta mengevaluasi target kerja seluruh pegawai bawahan langsung, untuk memastikan tercapainya target kerja bagiannya.

- c. Melakukan supervisi terhadap proses pekerjaan di seluruh sub-unit bagian, untuk memastikan seluruh pekerjaan dilaksanakan sesuai dengan rencana/target kerja dan SOP yang berlaku.
- d. Membuat dan mengkaji laporan pelaksanaan rencana kerja bagiannya untuk memastikan tersedianya data yang akurat sebagai bahan evaluasi dan pengambilan keputusan atasan.
- e. Memastikan kepatuhan pengguna wewenang limit transaksi operasional oleh bawahannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- f. Mengusulkan kebutuhan penambahan pegawai dibagiannya sesuai dengan hasil perhitungan manning analysis dan kebutuhan bank.
- g. Mengkaji dan mengusulkan permintaan barang atau peralatan kerja, untuk memastikan penggunaan yang paling efektif terhadap keseluruhan barang dan peralatan kerja.

#### **7. *Customer Service Representatif (CSR)***

Jabatan ini adalah melaksanakan kegiatan operasional dan pelayanan nasabah sesuai dengan ketentuan dan standar pelayanan. Jabatan ini bertanggung jawab utama, yaitu:

- a. Memberikan informasi produk dan jasa BSM kepada nasabah.
- b. Memproses permohonan pembukaan dan penutupan rekening tabungan, giro dan deposito.
- c. Memblokir kartu ATM nasabah sesuai permintaan nasabah.
- d. Melayani permintaan buku cek/bilyet giro, surat referensi bank/ surat keterangan bank dan sebagainya.
- e. Mendistribusikan salinan rekening koran kepada nasabah.
- f. Menginput data customer dan loan facility yang lengkap dan akurat.
- g. Memelihara persediaan kartu ATM sesuai dengan kebutuhan.
- h. Menyampaikan dokumen berharga bank dan kartu ATM kepada nasabah.
- i. Membuat laporan pembukaan dan penutupan rekening, keluhan nasabah serta stock opname kartu ATM.
- j. Memproses transaksi pengiriman dan pembayaran .
- k. Memastikan tersediannya media promosi produk dan jasa BSM di cabang.

## **8. Teller**

Jabatan ini adalah melayani kegiatan penyetoran dan penarikan uang tunai (rupiah dan valuta asing), pengambilan atau penyetoran non tunai dan surat-surat berharga dan kegiatan kas lainnya serta terselenggaranya layanan dibagian kas secara benar, cepat dan sesuai dengan standar pelayanan bank.jabatan ini memiliki tanggung jawab utama, yaitu:

- a. Melakukan transaksi tunai dan non tunai sesuai dengan ketentuan SOP.
- b. Mengelola saldo kas *teller* sesuai limit yang ditentukan.
- c. Mengelola uang yang layak dan tidak layak edar/ uang palsu.
- d. Menjaga keamanan dan kerahasiaan kartu specimen tanda tangan.
- e. Melakukan cash count akhir hari.
- f. Mengisi uang tunai di mesin ATM BSM.
- g. Menyediakan laporan transaksi harian.

## **9. Pelaksana *Domestic & Clearing* (D &C)**

Jabatan ini adalah memastikan kecepatan dan kebenaran pelayanan transfer, inkaso, kliring dan aktivitas D & C lainnya untuk memenuhi kepuasan nasabah . jabatan ini memiliki tanggung jawab utama, yaitu:

- a. Melaksanakan transaksi transfer keluar dan masuk sesuai dengan ketentuan dan SOP yang berlaku.
- b. Melaksanakan transaksi kliring keluar dan masuk sesuai dengan ketentuan dengan SOP yang berlaku.
- c. Melaksanakan transaksi inkaso keluar dan masuk sesuai dengan ketentuan dan SOP yang berlaku.
- d. Melaksanakan transaksi domestik dan kliring lainnya (seperti *Payroll*, *payment point*, pelimpahan transaksi valas) sesuai dengan ketentuan SOP yang berlaku.
- e. Memelihara administrasi dan dokumentasi seluruh transaksi.
- f. Menjaga kerahasiaan password yang menjadi wewenangnya.
- g. Menggunakan wewenang limit transaksi operasional sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

## 10. Pelaksana Admin Pembiayaan dan *Trade Service*

Jabatan ini adalah memenuhi komitmen bank dan memelihara dokumen pencarian maupun legal yang berkaitan dengan pencairan pembiayaan, transaksi ekspor/ import dan SKBDN, jabatan ini memiliki tanggung jawab utama dalam pengadministrasian pinjaman, ekspor dan SKBDN serta impor/ SKBDN. tanggung jawab utama jabatan dalam bidang loan administration, yaitu:

- a. Memastikan kelengkapan pemenuhan dokumen pembiayaan sebelum fasilitas dicairkan berdasarkan persyaratan yang telah disepakati.
- b. Memelihara dokumen pencairan dan dokumen legal pembiayaan dengan tertib dan aman.
- c. Menyediakan informasi data nasabah.
- d. Data-data nasabah dan persyaratan pembiayaan pasca pencairan harus akurat.
- e. Menyediakan data dan informasi jaminan.
- f. Membebankan biaya administrasi pembiayaan dan biaya lainnya yang terkait.
- g. Menindaklanjuti proses pencairan pembiayaan kepada nasabah.

Tanggung jawab utama dalam bidang ekspor dan SKBDN, yaitu:

- a. Menerbitkan notifikasi L/C kepada nasabah.
- b. Membebankan advising commition kepada nasabah.
- c. Memastikan kelengkapan dan keabsahan dokumen sesuai dengan L/C atau SKBDN.
- d. Memenuhi kewajiban pembayaran wesel ekspor.
- e. Mengirimkan dokumen ekspor kepada Bank koresponden.
- f. Memelihara dokumen ekspor / SKBDN dan dokumen legal.
- g. Menyediakan laporan proses pengkreditan rekening nostro/ Bank Indonesia atas realisasi transaksi ekspor/ SKBDN
- h. Membebankan biaya Bank Luar Negeri.

Tanggung jawab utama jabatan ini dalam bidang impor/ SKBDN, yaitu:

- a. Memenuhi data L/ C sesuai dengan aplikasi importir.
- b. Membebankan biaya penerbitan L/ C kepada nasabah.
- c. Membebankan rekening nasabah sebagai jaminan impor.



- d. Meneruskan data penerbitan L/ C kepada kantor pusat.
- e. Memenuhi kesesuaian dan kelengkapan dokumen impor/ SKBDN.
- f. Membebaskan rekening nasabah sesuai nilai dokumen.
- g. Memelihara dokumen impor/ SKBDN.

#### **11. Pelaksana SDI GA dan Accounting**

Jabatan ini adalah terpenuhinya kebutuhan pegawai sesuai dengan kondisi cabang dan terlaksananya pengembangan karir pegawai sesuai dengan pengetahuan dan kemampuan yang bersangkutan dan penyediaan kebutuhan sarana dan prasarana kantor untuk mendukung kegiatan operasional dan marketing cabang. Jabatan ini memiliki tujuan utama dalam bidang SDI dan umum, serta Accounting. Tanggung jawab utama dalam bidang SDI dan umum meliputi:

- a. Menata usahakan gaji pegawai, data lembur pegawai dan fasilitas lainnya.
- b. Menata usahakan absensi harian pegawai (pagi dan sore hari), cuti pegawai dan pemberian pinjaman pegawai.
- c. Melakukan proses administrasi kepegawaian kekantor pusat.
- d. Membuat proofing atas tiket-tiket KRR yang berada dalam pengelolaannya yang berhubungan dengan personalia setiap akhir bulan atau setiap akhir priode.
- e. Melaksanakan pengadaan dan pendistribusian sarana serta prasarana kantor.
- f. Melaksanakan tugas kesekretariatan.
- g. Mengadministrasikan seluruh aset milik bank.
- h. Melaksanakan pemeliharaan sarana dan prasarana kantor.
- i. Melaksanakan penutupan asuransi seluruh aset milik bank.
- j. Memastikan pengamanan gedung dan inventaris kantor cabang.
- k. Membuat laporan realisasi biaya-biaya yang berkaitan dengan logistik, antara lain biaya telepon,air, kendaraan bermotor, kebersihan, alat tulis kantor dan lain-lain.
- l. Melakukan pengurusan izin yang dikelola oleh cabang.

Accounting jabatan ini bertanggung jawab untuk:

- a. Melakukan pelaporan kepada BI
- b. Melakukan perhitungan, pelaporan dan pembayaran perpajakan.
- c. Melakukan pengimputan data untuk pelaporan kantor pusat ke BI.
- d. Menyusun laporan rincian akun-akun tertentu dalam laporan keuangan.
- e. Melakukan rekonsiliasi dan penyelesaian posisi op pelaporan.en item.
- f. Melakukan administrasi dan pengarsipan terhadap seluruh dokumen terkait.

## 5. Produk dan Jasa Bank Syariah Mandiri

Produk-produk bank syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam (halal) antara lain; tidak ada unsur riba dan menerapkan zakat harta. Dengan demikian nasabah merasakan ketentraman lahir maupun batin. produk dan jasa pelayanan yang telah dipasarkan meliputi produk-produk pendanaan, pembiayaan, dan jasa-jasa layanan lainnya.<sup>38</sup>

**a. Pendanaan**, meliputi kegiatan menghimpun dana :

**Tabungan** : Tabungan yang dikelola berdasarkan prinsip Mudharabah Al-Muthlaqah. Dengan prinsip ini, dana nasabah diperlakukan sebagai investasi yang selanjutnya disalurkan untuk aktivitas pembiayaan. Bank memberikan keuntungan dari pembiayaan tersebut dalam bentuk bagi hasil.

- 1) Tabungan BSM
- 2) Tabungan BSM Dollar
- 3) Tabungan Mabror BSM
- 4) Tabungan Kurban BSM
- 5) BSM Investa Cendekia

**Deposito** : Deposito yang dikelola berdasarkan prinsip Mudharabah Al-Muthlaqah. Dengan prinsip ini, dana nasabah diperlakukan sebagai investasi yang selanjutnya disalurkan untuk aktivitas pembiayaan. Bank memberikan keuntungan dari pembiayaan tersebut dalam bentuk bagi hasil.

- 1) Deposito BSM
- 2) Deposito BSM Valas

---

<sup>38</sup> [www.Syariahmandiri.co.id](http://www.Syariahmandiri.co.id)

Giro : Giro yang dikelola berdasarkan prinsip Wadiah yad Adh-Dhamamah, dimana dana nasabah akan diperlakukan sebagai titipan yang keamanannya dijamin sepenuhnya oleh bank dan bank dapat memanfaatkan untuk aktivitas **pembiayaan**. Nasabah dapat memperoleh bonus sebagai imbalan atas kemitraannya dengan bank.

- 1) Giro BSM
- 2) Giro BSM Valas
- 3) Giro BSM Singapore Dollar

Pembiayaan, meliputi pembiayaan modal kerja, investasi, konsumsi, dan pinjaman kebajikan. Konsep (akad) yang digunakan adalah :

- 1) Gadai Emas BSM
- 2) Mudharabah BSM
- 3) Musyarakah BSM
- 4) Murabahah BSM
- 5) Talangan Haji BSM
- 6) Bai Al-Istishna BSM
- 7) Qardh
- 8) Ijarah Muntahiyah Bitamlik
- 9) Hawalah
- 10) Salam

**b. Jasa**

Jasa produk :

- 1) Kartu/ATM BSM
- 2) BSM B-Payer
- 3) BSM SMS Banking
- 4) Jual beli Valuta Asing
- 5) Bank Garansi
- 6) BSM Electronic Payroll
- 7) SKBDN (Surat Kredit Berdokumen Dalam Negeri)
- 8) BSM Letter of Credit
- 9) BSM SUMCH (Saudi Umrah & Haji Card)

Jasa Operasional :

- 1) Setoran Kliring
- 2) Inkaso
- 3) BSM Intercity Clearing
- 4) BSM RTGS (Real Time Gross Settlement)
- 5) Transfer Dalam Kota (LLG)
- 6) Transfer Valas BSM
- 7) Pajak Online BSM
- 8) Pajal Import BSM
- 9) Referensi Bank
- 10) Standing Order

## B. Deskripsi Karakteristik Responden

Sampel penelitian pengukuran pengaruh Dimensi Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Bulan adalah 25 responden.

Bagian ini menyajikan informasi mengenai gambaran secara umum responden berdasarkan jenis kelamin, Usia dan Pendidikan . Berikut ini adalah penjelasan masing – masing nasabah.

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	10	40,0	40,0	40,0
Perempuan	15	60,0	60,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Sumber : diolah dari SPSS 16

Dari data diatas menunjukkan bahwa jenis kelamin pria sebanyak 10 orang (40%) dan jenis kelamin wanita sebanyak 15 orang (60%). Dengan demikian dapat disimpulkan dari total responden tersebut bahwa responden mayoritas adalah berjenis kelamin perempuan.

**Tabel 4.2****Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-30 Tahun	5	20,0	20,0	20,0
31-40 Tahun	7	28,0	28,0	48,0
41-50 Tahun	7	28,0	28,0	76,0
> 50 Tahun	6	24,0	24,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Sumber : diolah dari SPSS 16

Data dalam tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa untuk data tingkat usia, frekuensi responden 20-30 tahun sebanyak 5 orang (20%), Usia 31-40 tahun sebanyak 7 orang (28%), 41-50 tahun sebanyak 7 orang (28%) sedangkan untuk usia >50 tahun sebanyak 6 orang (24%).

**Tabel 4.3****Pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SLTA	10	40,0	40,0	40,0
Diploma	3	12,0	12,0	52,0
Sarjana	12	48,0	48,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Sumber : diolah dari SPSS 16

Data tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa untuk tingkat pendidikan, frekuensi responden pendidikan tingkat SLTA sebanyak 10 orang (40%), Diploma sebanyak 3 orang (12%) untuk sarjana sebanyak 12 orang (48%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden untuk tingkat pendidikan adalah tingkat Sarjana.

**C. Penyajian Data****1. Uji Validitas**

Program yang digunakan untuk menguji validitas dan realibilitas instrumen adalah program SPSS. Yang terdiri dari Uji Validitas dan Uji

Realibilitas. Seperti dari butiran pertanyaan dalam angket tersebut terdapat 10 pertanyaan untuk variabel X dan 12 pertanyaan untuk variabel Y, dan kemudian dilakukan untuk perhitungan untuk seluruh butir pertanyaan.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas**  
**Variabel Dimensi Kualitas Jasa (X)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	Probabilitas	Keterangan
Pernyataan 1	0,586	$0,002 < 0,05$	Valid
Pernyataan 2	0,487	$0,013 < 0,05$	Valid
Pernyataan 3	0,721	$0,000 < 0,05$	Valid
Pernyataan 4	0,479	$0,015 < 0,05$	Valid
Pernyataan 5	0,664	$0,000 < 0,05$	Valid
Pernyataan 6	0,662	$0,000 < 0,05$	Valid
Pernyataan 7	0,678	$0,000 < 0,05$	Valid
Pernyataan 8	0,498	$0,013 < 0,05$	Valid
Pernyataan 9	0,477	$0,015 < 0,05$	Valid
Pernyataan 10	0,686	$0,000 < 0,05$	Valid

Sumber : Data Penelitian (Diolah)

**Tabel 4.5**  
**Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**

Item	$r_{hitung}$	Probabilitas	Keterangan
Pernyataan 1	0,547	$0,005 < 0,05$	Valid
Pernyataan 2	0,562	$0,003 < 0,05$	Valid
Pernyataan 3	0,499	$0,011 < 0,05$	Valid
Pernyataan 4	0,531	$0,006 < 0,05$	Valid
Pernyataan 5	0,595	$0,002 < 0,05$	Valid
Pernyataan 6	0,691	$0,000 < 0,05$	Valid
Pernyataan 7	0,501	$0,011 < 0,05$	Valid

Pernyataan 8	0,694	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 9	0,668	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 10	0,648	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 11	0,652	0,000 < 0,05	Valid
Pernyataan 12	0,477	0,015 < 0,05	Valid

Sumber : Data Penelitian (Diolah)

Dari semua butir pernyataan untuk variabel X (*Dimensi Kualitas Jasa*) dan variabel Y (Kepuasan Nasabah), ternyata menunjukkan status valid, hal ini dikarenakan nilai korelasi memiliki nilai lebih besar dari nilai  $r_{\text{tabel}}$  atau nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05. Artinya seluruh pernyataan variable X dan Y dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Selanjutnya butir instrumen yang valid diatas diuji reliabilitasnya. Untuk menguji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Dikatakan reliabil jika hasil *Alpha* > 0,6 dengan rumus sebagai berikut.

$$r = \left[ \frac{K}{(K-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Dimana :

r = Reliabilitas Instrument

k = Banyaknya Butir Pertanyaan

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah Varians Butir

$\sigma_1^2$  = Varians Total

Kriteria Pengujiannya.

Jika nilai koefisien yakni *Alpha* > 0,6 maka realibilitas cukup baik. Jika nilai koefisien reliabilitasnya yakni *Alpha* < 0,6 maka realibilitasnya kurang baik.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Realiabilitas Variabel X dan Y**

Variabel	Nilai Reliabelitas	Keterangan
<i>Dimensi Kualitas Jasa (X)</i>	0,740 > 0,6	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,709 > 0,6	Reliabel

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Bedasarkan tabel diatas diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel pengaruh *Dimensi Kualitas Jasa (X)* nilai reliabelitasnya sebesar 0,740, kemudian nilai reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y) Sebesar 0,709. Melihat reliabilitas diatas menunjukkan reliabilitas instrument penelitian setuju karena nilai kepercayaan melebihi 50%.

Karena kedua instrumen penelitian pada penelitian ini setuju telah memenuhi unsur realibilitas penelitian ini. Maka dengan demikian instrument memiliki realibilitas yang baik hingga melebihi 50%, atau dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya.

### 3. Analisis Variabel Penelitian

Berikut ini penulis akan menyajikan tabel frekuensi hasil skor jawaban responden dan angket yang penulis sebarakan.

**Tabel 4.7**  
**Skor Angket Untuk Variabel X**  
**(Dimensi Kualitas Jasa)**

No	Alternatif Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	6	24,0	19	76,0	0	0	0	0	0	0	25	100
2	11	44,0	12	48,0	2	8,0	0	0	0	0	25	100
3	6	24,0	9	36,0	10	40,0	0	0	0	0	25	100
4	7	28,0	11	44,0	7	28,0	0	0	0	0	25	100
5	4	16,0	11	44,0	10	40,0	0	0	0	0	25	100
6	5	20,0	10	40,0	10	40,0	0	0	0	0	25	100
7	1	4,0	12	48,0	12	48,0	0	0	0	0	25	100
8	1	4,0	15	60,0	9	36,0	0	0	0	0	25	100
9	2	8,0	14	56,0	9	36,0	0	0	0	0	25	100
10	2	8,0	14	56,0	9	36,0	0	0	0	0	25	100

Sumber : Data Penelitian (Diolah)



Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 10 pernyataan yang diajukan penulis kepada responden untuk variabel Dimensi Kualitas Jasa berikut ini:

1. Tersedianya ruang tunggu yang nyaman dalam ruangan pelayanan nasabah, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 19 orang (76%)
2. Perusahaan menyediakan ATM Centre di berbagai lokasi, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 12 orang (48%)
3. Karyawan menanggapi keluhan nasabah dengan baik, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 9 orang (36%)
4. Karyawan menunjukkan sikap ramah dalam melayani nasabah, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 11 orang (44%)
5. Karyawan memberikan pelayanan dengan tanggap kepada nasabah, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 11 orang (44%).
6. Penyampaian informasi diberikan dengan jelas, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 11 orang (40%)
7. Jaminan keamanan nasabah sudah sesuai dengan yang diharapkan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 12 orang (48%)
8. Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik terhadap nasabah, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 15 orang (60%)
9. Karyawan memberikan perhatian terhadap nasabah, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 14 orang (56%)
10. Penyedia jasa mengutamakan kepentingan nasabah, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 14 orang (56%)

Berikut ini penulis akan menyajikan tabel frekuensi hasil skor jawaban responden dan angket yang penulis sebarakan untuk variabel Kepuasan Nasabah sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Skor Angket Untuk Variabel Y**  
**(Kepuasan Nasabah)**

No	Alternatif Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	9	36,0	14	56,0	2	8,0	0	0	0	0	25	100
2	9	36,0	15	60,0	1	4,0	0	0	0	0	25	100
3	8	32,0	14	56,0	3	12,0	0	0	0	0	25	100
4	11	44,0	14	56,0	0	0	0	0	0	0	25	100
5	13	52,0	9	36,0	3	12,0	0	0	0	0	25	100
6	14	56,0	8	32,0	3	12,0	0	0	0	0	25	100
7	8	32,0	15	60,0	2	8,0	0	0	0	0	25	100
8	8	32,0	16	64,0	1	4,0	0	0	0	0	25	100
9	10	40,0	13	52,0	2	8,0	0	0	0	0	25	100
10	13	52,0	10	40,0	2	8,0	0	0	0	0	25	100
11	8	32,0	12	48,0	5	20,0	0	0	0	0	25	100
12	13	52,0	10	40,0	2	8,0	0	0	0	0	25	100

Sumber : Data Penelitian (Diolah)

Berdasarkan 4.10 dapat kita ketahui bahwa dari 12 pertanyaan yang diajukan penulis kepada responden, jawaban responden mayoritas menjawab setuju, yang kedua sangat setuju, ketiga kurang setuju. Berikut ini deskripsi jawaban responden untuk variabel kinerja karyawan berikut ini:

1. Saya merasakan puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 28 orang (56%)
2. Saya tidak tertarik dengan yang sama pada bank lain, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 28 orang (56%)
3. Karyawan Cepat tanggap terhadap permintaan nasabah, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 24 orang (48%)
4. Karyawan menunjukkan sikap ramah dan sopan santun yang baik kepada nasabah, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 29 orang (58%)
5. Brosur produk bank syariah mandiri yang ditawarkan sudah sesuai dengan penerapannya, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 22 orang (44%)
6. Tidak ada kecurigaan nasabah terhadap penyimpanan uang di Bank Syariah Mandiri, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 27 orang (54%)

7. Saya senang melakukan transaksi di bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 24 orang (48%)
8. Saya menggunakan jasa BSM bila melakukan transaksi perbankan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 29 orang (58%).
9. Saya merekomendasikan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan kepada kerabat, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 24orang (48%).
10. Saya tidak ada keinginan pindah ke lain bank dalam menggunakan produk perbankan, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 24 orang (48%)
11. Tersedianya saluran telpon, e-mail untuk melayani keluhan konsumen secara on-line, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 30 orang (60%)
12. Karyawan sungguh-sungguh dalam menangani complain nasabah, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 28 orang (56%)

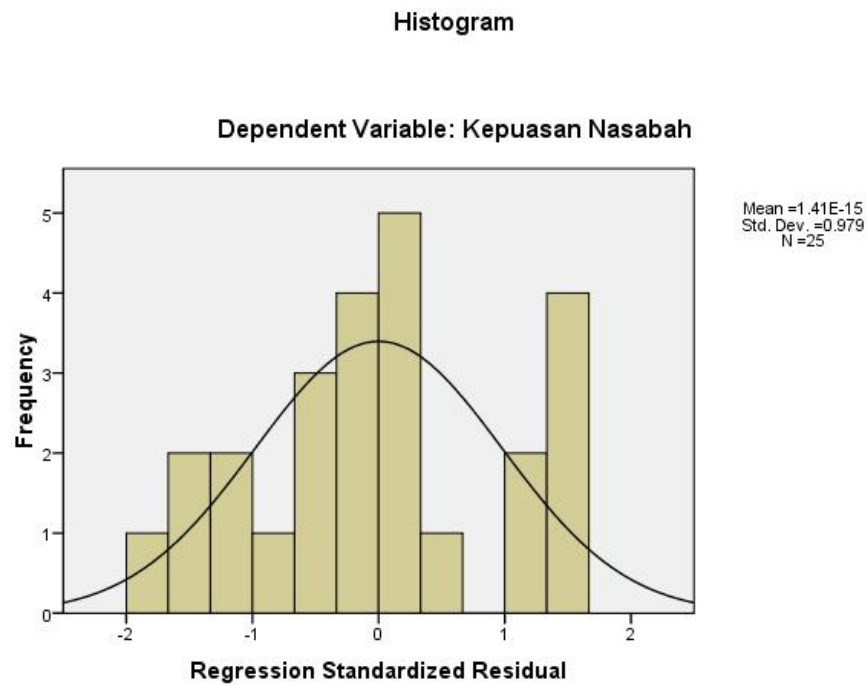
#### **D. Analisis Data**

##### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas ini memiliki dua cara untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, yaitu melalui pendekatan histogram dan pendekatan grafik.

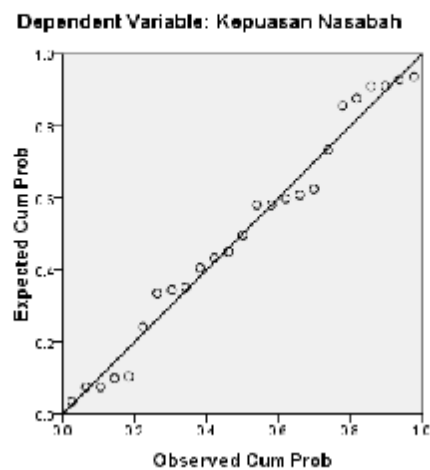
Kriteria penguji :

- a. Data berdistribusi normal apabila data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng kanan.
- b. Data tidak berdistribusi normal apabila distribusi data tersebut menceng kekiri atau kekanan.



**Gambar 4.2**  
**Histogram**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



Sumber : Diolah dengan SPSS

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas**

Berdasarkan kriteria pengujian distribusi normal, maka data diatas dapat dikatakan normal karena terlihat titik – titik menyebar disekitar garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi terdistribusi secara normal.

## 2. Uji Linearitas

Uji linearitas garis regresi digunakan dalam pembuktian apakah garis linear yang ditetapkan benar–benar sesuai dengan keadaannya atau tidak. Penyajiannya menggunakan analisis tabel ANOVA, kriteria yang diterapkan untuk menentukan kelinearitas garis regresi adalah jika koefisien signifikansi lebih besar dari harga alpha yang ditentukan yaitu 5% (0,05), maka dinyatakan bahwa garis regresi dinyatakan linear.

**Tabel 4.9**  
**Linieritas**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig,
1 Regression	49,333	1	49,333	9,494	,015 <sup>a</sup>
Residual	252,507	23	10,979		
Total	301,840	24			

a, Predictors: (Constant), Dimensi Kualitas Jasa

b, Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah SPSS 16

Berdasarkan hasil pengujian seperti pada table di atas, uji F menghasilkan  $F_{hitung}$  sebesar 9,494 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,44 dengan nilai signifikan 0,000. Nilai  $F_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $(9,494) > (3,44)$  dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai probability 0,05 atau  $0,015 < 0,05$  jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh dan signifikan antara *Dimensi Kualitas Jasa* terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Bulan.

## 3. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisi Regresi Linear Sederhana digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel terikat dan satu variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah *Cutomer Relationship Management* dan yang

menjadi variabel bebas adalah Kepuasan Nasabah. Persamaan regresi linear sederhana adalah :

$$Y = a + bx + e$$

Dimana :

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstan

b = Koefisien regresi

x = *Dimensi Kualitas Jasa*

e = standar error

Berikut hasil pengolahan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS 16.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Linearitas Sederhana**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	66,754	7,029	
Dimensi Kualitas Jasa	,683	,481	,404

a, Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah SPSS 16

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai constant sebesar 66,754, dan koefisien regresinya sebesar 0,683 sehingga persamaan regresinya :

$$Y = 66,754 + 0,683 X$$

Persamaan diatas memperlihatkan bahwa variabel Dimensi Kualitas Jasa memiliki koefisien yang positif, artinya variabel *Dimensi Kualitas Jasa* mempunyai pengaruh yang searah terhadap variabel Kepuasan Nasabah. Variabel pengaruh pemberian pembiayaan memiliki kontribusi yang meningkat terhadap Kepuasan Nasabah.

Apabila persamaan regresi tidak menggunakan konstan (*Constant*) maka nilai koefisien yang digunakan adalah pada kolom *Standardized Coefficients* persamaan regresinya adalah  $Y = 0,683$  interpretasinya sama dengan di atas.

#### 4. Uji Korelasi (Uji t)

Uji hipotesis pada dasarnya menunjukkan apakah variabel independen yang dimaksud kedalam model regresi mempunyai pengaruh secara individu terhadap variabel dependennya. Dengan bantuan komputer *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS 16) Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significane level* taraf nyata 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

Langkah – langkahnya sebagai berikut :

Ho: Tidak ada pengaruh secara signifikan pada *Dimensi Kualitas Jasa* terhadap tingkat Kepuasan Nasabah.

Ha: Ada pengaruh secara signifikan pada *Dimensi Kualitas Jasa* terhadap tingkat Kepuasan Nasabah.

Kaidah pengambilan keputusan:

Adapun pengujiannya sebagai berikut:

Ho:  $\alpha = 0$ , artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel independen.

H1:  $\alpha \neq 0$ , artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.11**  
**Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig,
	B	Std, Error	Beta		
1 (Constant)	66,754	7,029		9,497	,000
Dimensi Kualitas Jasa	,683	,481	,404	5,120	,000

a, Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah SPSS 16

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Dimensi Kualitas Layanan secara parsial mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap Kepuasan Nasabah, dari pengelolaan data SPSS 16 maka dapat diperoleh hasil uji t sebagai berikut.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Dimensi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 5,120, maka dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  yaitu  $5,120 > 1,713$ . Dan mempunyai angka signifikan sebesar  $0,000 \leq 0,05$ . ( $Sig_{0,000} < \alpha_{0,05}$ ) maka dapat disimpulkan Ha

diterima dan  $H_0$  ditolak, hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Dimensi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Bulan.

### 5. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase pengaruh pemberian pembiayaan terhadap Kepuasan Nasabah, maka dapat diketahui melalui uji determinasi yaitu sebagai berikut :

$$\begin{aligned} D &= R^2 \times 100\% \\ &= 0,704^2 \times 100\% \\ &= 49,5\% \end{aligned}$$

**Tabel 4.12**  
**Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

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	,704 <sup>a</sup>	,495	,327	3,31339	,163	4,494	1	23	,045	1,254

a, Predictors: (Constant), Dimensi Kualitas Jasa

b, Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Data diolah dengan SPSS 16

Nilai R Square diatas diketahui apakah 0,495 atau 49,5 % menunjukkan sekitar 49,5% variabel Kepuasan Nasabah dipengaruhi *Dimensi Kualitas Jasa*. Sedangkan sisanya ( $100\% - 49,5\% = 50,5\%$ ) dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

### E. Interpretasi Hasil Analisis Data

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi Kualitas Jasa berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 5,120, maka dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  yaitu  $5,120 > 1,713$ . Dan mempunyai angka signifikan sebesar  $0,000 \leq 0,05$ . ( $Sig_{0,000} < \alpha_{0,05}$ ) maka dapat disimpulkan  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, hal ini menunjukkan bahwa ada



pengaruh yang signifikan antara *Dimensi Kualitas Jasa* terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Bulan.

Penelitian ini berhasil mendukung penelitian Rosida (2014) yang menyatakan bahwa *kualitas jasa* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Wijayanto (2013) yang menemukan bahwa Kualitas Jasa yang diberikan memengaruhi Kepuasan Nasabah.

Hal ini berarti model dalam penelitian ini benar menunjukkan gambaran nyata mengenai pengaruh *Dimensi Kualitas Jasa* terhadap loyalitas pelanggan. Nilai regresi (persamaan regresi) yaitu  $Y = 66,754 + 0,683X$ , dimana  $a = 66,754$  mempunyai arti pada saat *Dimensi Kualitas Jasa* 0 (nol) maka Kepuasan Nasabah sebesar 66,754 sedangkan  $b = 0,683$  mempunyai arti pada saat *Dimensi Kualitas Jasa* meningkat sebesar 1 maka loyalitas meningkat sebesar 0,683. Dari nilai signifikansi diperoleh nilai sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ). Hal ini berarti *Dimensi Kualitas Jasa* berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah. Secara keseluruhan dimensi kualitas jasa yang telah dilakukan oleh PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Bulan sudah dinilai baik oleh Nasabah. Kepuasan dan loyalitas pelanggan (nasabah) dipercaya mampu memberikan dampak yang positif dan berpengaruh signifikan bagi kelangsungan bank baik dalam jangka pendek maupun untuk jangka panjang. Bank sebagai salah satu sektor jasa layanan keuangan, kinerjanya akan sangat bergantung pada baik atau buruknya layanan secara keseluruhan kepada para pelanggannya. Semakin baik layanan dari suatu bank, semakin relatif lebih mudah untuk mendapatkan loyalitas dan kepercayaan dari para pelanggannya untuk melakukan transaksi perbankan.

Nilai R Square sebesar 0,495 yang artinya terdapat hubungan positif yang rendah atau lemah diantara kedua variabel tersebut. Hubungan positif berarti jika variabel *Dimensi Kualitas Jasa* (X) meningkat akan disertai pula peningkatan dari variabel Y (Kepuasan Nasabah), sedangkan dari nilai korelasi (r) dapat diperoleh nilai koefisien determinasi (*adjusted r square*) yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh *Dimensi Kualitas Jasa* terhadap Kepuasan Nasabah sebesar 49,5% sedangkan sisanya sebesar 50,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. PT BSM Cabang Padang Bulan sebagai penyedia jasa perbankan profesional menyadari pentingnya membangun

kepercayaan nasabahnya serta mempertahankan dan meningkatkan reputasi perusahaannya. PT. BSM Cabang Padang Bulan selalu berusaha konsisten dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.

## BAB V PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan pada bab – bab sebelumnya, maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai regresi (persamaan regresi) yaitu  $Y = 66,754 + 0,683X$ , dimana  $a = 66,754$  mempunyai arti pada saat Dimensi Kualitas Jasa 0 (nol) maka Kepuasan Nasabah sebesar 66,754 sedangkan  $b = 0,683$  mempunyai arti pada saat Dimensi Kualitas Jasa meningkat sebesar 1 maka loyalitas meningkat sebesar 0,683.
2. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Dimensi Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 5,120, maka dapat diketahui bahwa  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  yaitu  $5,120 > 1,713$ . Dan mempunyai angka signifikan sebesar  $0,000 \leq 0,05$ . ( $Sig_{0,000} < \alpha_{0,05}$ ) maka dapat disimpulkan  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh antara Dimensi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Bulan.
3. Berdasarkan hasil pengujian seperti pada table di atas, uji F menghasilkan  $F_{hitung}$  sebesar 9,494 sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,44 dengan nilai signifikan 0,000. Nilai  $F_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $(9,494) > (3,44)$  dan nilai signifikan lebih kecil dari nilai probability 0,05 atau  $0,015 < 0,05$  jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh dan signifikan antara *Dimensi Kualitas Jasa* terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Padang Bulan.
4. Besarnya pengaruh Dimensi Kualitas Jasa terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 0,495 atau 49,5 % menunjukkan sekitar 49,5% variabel Kepuasan Nasabah dipengaruhi Dimensi Kualitas Layanan. Sedangkan sisanya  $(100\% - 49,5\% = 50,5 \%)$  dipengaruhi oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian

## **B. Saran**

Berdasarkan pada kesimpulan-kesimpulan yang diambil, maka selanjutnya dapat diusulkan beberapa saran yang mungkin dapat dilakukan dan bermanfaat bagi PT BSM Cabang Padang Bulan. Adapun saran yang diusulkan adalah sebagai berikut:

1. Bank Syariah Mandiri KC. Padang Bulan harus lebih meningkatkan dan mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah baik dari segi fasilitas maupun karyawan agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan membuat citra yang semakin baik di mata para nasabah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pengetahuan nasabah pada perbankan syariah, serta menambah wawasan masyarakat sebagai bacaan ilmiah
2. Kinerja yang dimiliki Perbankan Syariah yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah tidak hanya faktor pelayanan saja. Sehingga disarankan bagi peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan data yang lebih banyak lagi, sehingga hasil penelitiannya lebih baik. Selain itu objek yang dipakai dalam penelitian ini masih satu perbankan sehingga diharapkan peneliti yang akan datang mengambil dari beberapa perbankan syariah yang ada di Indonesia.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel lain diluar variabel ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi. Dan sebagai referensi dalam melakukan penelitian sebagai pokok bahasan yang sama.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneruskan dan mengembangkan penelitian ini pada masa yang akan datang, melalui penelitian yang lebih mendalam tentang hal-hal yang mempengaruhi dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anaswi, Nur dan Masyhuri. *Metodelogi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN Mailiki Press. 2011.
- Arief. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Layanan*, Jakarta: Bayu Media Publishing. 2007.
- James F. Engel, et.al. *Perilaku Konsumen*, ahli bahasa FX Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.1992.
- Juliandi, Azuar dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*, Medan : UMSU. 2014.
- Karim, Adiwarmun Abdul. *Islamic Banking: Fiqih and Financial Analysis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2005.
- Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2015
- Kotler. Philip. *Marketing Manajemen*. New Jersey:Prentice Hall. 2000.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Al Arif M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Mannan, Abdul. *Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*. Jakarta: Kencana Prenada Media GROUP. 2012.
- Muslich, Ahmad Wardi. *Fiqih Muamalah*. Jakarta: Amzah. 2010.
- Nasution, M. "*Total Quality Management*", Jakarat: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grafindo Persada. 2006.
- Priyanto, Duwi. *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS*, Yogyakarta : Gava Media. 2012.
- Qawi, Abdul Othman and Lynn Owen, Adopting And Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Bank : A Case Study in KuwaitFinance House," *International Journal ofIslamic Financial Service Vol. 3:1* 2010.
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti Aksa. *Teori Dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa, Cet.1*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung :CV. Alfabeta. 2012

Suryabrata., Sumadi. *Metodologi Penelitian*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2011

Teguh, Muhammad. *Metode Kuantitatif Ekonomi dan Bisnis*, Jakarta : Rajawali, 2014.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, Yogyakarta: Andi. 2012

Yazid. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Ekonisia. 2008