

YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS AGAMA ISLAM

---

---

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK BRI SYARI'AH CABANG  
PEKANBARU  
SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Sebagian dari Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada  
Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam  
Universitas Islam Riau*



Oleh :

**ASNI REMI YENSI**  
**NPM : 142310151**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU**

**2021**



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**  
الجامعة الإسلامية الریویة

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

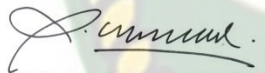
**BERITA ACARA UJIAN MEJA HIJAU / SKRIPSI**

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Pekanbaru tanggal 02 September 2020 Nomor : 83/Kpts/Dekan/FAI/2020, maka pada hari ini Jumat Tanggal 04 September 2020 telah dilaksanakan Ujian Meja Hijau/Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau :

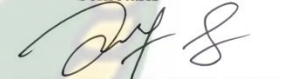
- |                           |   |
|---------------------------|---|
| 1. Nama                   | : Asni Remi Yensi   |
| 2. NPM                    | : 142310151   |
| 3. Program Studi          | : Ekonomi Syariah (S.1)   |
| 4. Judul Skripsi          | : Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru |
| 5. Waktu Ujian            | : 08.00 – 09.00 WIB   |
| 6. Lulus Yudicium / Nilai | : 83 (A-)   |
| 7. Keterangan lain        | : Ujian berjalan dengan lancar dan aman   |

PANITIA UJIAN

Ketua

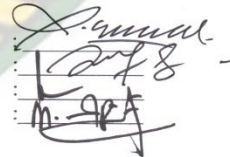
  
H. Rustam Effendi, MA, M.Si

Sekretaris

  
Zulfadli Hamzah, B.IFB, M.IFB

Dosen Penguji :

- |                                  |              |
|----------------------------------|--------------|
| 1. H. Rustam Effendi, MA, M.Si   | : Ketua      |
| 2. Zulfadli Hamzah, B.IFB.,M.IFB | : Sekretaris |
| 3. Dr. Zulkifli, MM.,ME,Sy       | : Anggota    |
| 4. Muhammad Arif, SE,MM          | : Anggota    |



Dekan,  
Fakultas Agama Islam UIR,

  
Dr. Zulkifli, M.M., M.E. Sy  
NIDN : 1025066901



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat: Jalan Kaharuddin Naestion No. 113, Marpohan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
 Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

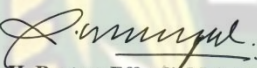
**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi ini dimunaqasahkan dalam sidang ujian Sarjana (S1) Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau:


Nama : ANI REMI YENSI  
 NPM : 142310151  
 Hari/Tanggal : Kamis, 18 September 2020  
 Prodi : Ekonomi Syariah  
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Keuasan Nasabah di bank bri Syariah cabang pekan baru.

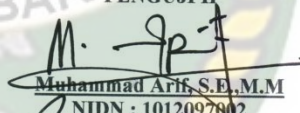
Skripsi ini dapat diterima oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1).

**PANITIA UJIAN SKRIPSI**  
**TIM PENGUJI**

**KETUA**  
  
H. Rustam Effendi, M.A., M.Si  
 NIDN : 1025066901

**SEKRETARIS**  
  
Zulfadli Hamzah, B.IFB., M.IFB  
 NID : 1024028802

**PENGUJI I**  
  
Dr. Zulkfli, MM, ME.Sy  
 NIDN : 1025066901

**PENGUJI II**  
  
Muhammad Arif, S.E., M.M  
 NIDN : 1012097802

Diketahui Oleh  
 Dekan Fakultas Agama Islam  
 Universitas Islam Riau

Dr. Zulkfli, MM, ME.Sy  
 NIDN : 1025066901

Perpustakaan Universitas Islam Riau  
 Dokumen ini adalah Arsip Miik :



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

الجامعة الإسلامية الرiau

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fa@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

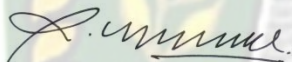
**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Nama** : ASNI REMI YENSI  
**NPM** : 142310151  
**Pembimbing** : H. Rustam Effendi, M.A.,M.Si  
Zulfadli Hamzah, B.IFB.,M.IFB  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap  
Kepuasan Nasabah di BRI Syaiah Cabang Pekanbaru .

**Disetujui**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**





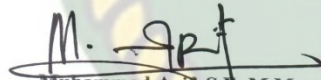
H. Rustam Effendi, M.A.,M.Si  
NIDN : 1025066901


Zulfadli Hamzah, B.IFB.,M.IFB  
NIDN:1024028802

**Turut Menyetujui**

**Ketua Prodi  
Ekonomi Syariah**

**Dekan  
Fakultas Agama Islam**

  
Muhammad Arif, S.E.,M.M  
NIDN:1028048801

  
Dr. Zulkifli,MM,ME,Sy  
NIDN:1025066901



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**  
إِذَاعَةُ الْإِسْلَامِ الرَّيَوَانِيَّةِ

Alamat: Jalan Khatiruddin, Nasution No. 118, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: faig@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

Skripsi ini diterima dan disetujui untuk dimunaqasahkan oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1).

H. Rustam Effendi, M.A., M.Si

Sponsor

Zulfadli Hamzah, B.IFB., M.IFB

Sponsor

Muhammad Arif, S.E., M.M

Ketua Program Studi





**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**  
الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap :

**NAMA :ASNI REMI YENSI**

**NPM : 142310151**

**Pembimbing : Zulfadli Hamza,B.IFB.M.IFB**

**Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Costumer Service Terhadap  
Kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru**

Dengan rincian sebagai berikut :

No	Tanggal	Pembimbing	Berita Bimbingan	Paraf
1	28 Mai 2020	Zulfadli Hamzah, B.IFB.,M.IFB	Kata Pengantar	
2	03 Juni 2020	Zulfadli Hamzah, B.IFB.,M.IFB	Bab I Latar Belakang Masalah	
3	08 Juni 2020	Zulfadli Hamzah, B.IFB.,M.IFB	Bab I Landasan Teori	
4	10 Juni 2020	Zulfadli Hamzah, B.IFB.,M.IFB	Ladasan Teori	
5	15 Juni 2020	Zulfadli Hamzah, B.IFB.,M.IFB	Bab III Teori Penelitian	
6	18 Juni 2020	Zulfadli Hamzah, B.IFB.,M.IFB	Bab IV Hasil Penelitian	
7	22 Juni 2020	Zulfadli Hamzah, B.IFB.,M.IFB	Bab V Kesimpulan	
8	29 Juni 2020	Zulfadli Hamzah, B.IFB.,M.IFB	Persetujuan ACC	

Pekanbaru, 18 September 2020

Diketahui oleh  
Dekan Fakultas Agama Islam

**Dr. Zulkifli, MM, ME, Sy**  
NIDN : 1025066901



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**  
الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
Telp. +62 761 674674 - Fax +62761 674834 - Email: fa@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap :

**NAMA** :ASNI REMI YENSI

**NPM** : 142310151

**Pembimbing** : H. Rustam Effendi, M.A.,M.Si

**Judul Skripsi** : Pengaruh Kualitas Pelayanan Costumer Service Terhadap  
Kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru

Dengan rincian sebagai berikut :

No	Tanggal	Pembimbing	BeritaBimbingan	Paraf
1	28 Mai 2020	H. Rustam Effendi, M.A.,M.Si	Kata Pengantar	f.
2	03 Juni 2020	H. Rustam Effendi, M.A.,M.Si	Bab I Latar Belakang Masalah	f.
3	08 Juni 2020	H. Rustam Effendi, M.A.,M.Si	Bab I Landasan Teori	f.
4	10 Juni 2020	H. Rustam Effendi, M.A.,M.Si	Ladasan Teori	f.
5	15 Juni 2020	H. Rustam Effendi, M.A.,M.Si	Bab III Teori Penelitian	f.
6	18 Juni 2020	H. Rustam Effendi, M.A.,M.Si	Bab IV Hasil Penelitian	f.
7	22 Juni 2020	H. Rustam Effendi, M.A.,M.Si	Bab V Kesimpulan	f.
8	29 Juni 2020	H. Rustam Effendi, M.A.,M.Si	Persetujuan ACC	f.

Pekanbaru, 13 Agustus 2020  
Diketahui oleh  
Dekan Fakultas Agama Islam

Dr. Zukifli, MM, ME, Sy  
NIDN : 1025066901



**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**  
**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

Jl. Kaharuddin Nasution No. 113 Marpoyan Pekanbaru, Riau, Indonesia  
Hp. 0813 7128 5733, Email: ekis@uir.ac.id, Website: www.uir.ac.id / www.fis.uir.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT**  
No. 82/A-EKIS/FAI-UIR/VIII/2020

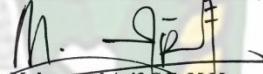
Ketua Program Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama	ASNI REMI YENSI
NPM	142310151
Program Studi	Ekonomi Syariah

Judul Skripsi: **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CUTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK BRI SYARIAH CABANG PEKANBARU.**

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 30% pada setiap sub bab naskah skripsi yang disusun. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk ujian skripsi dan pengurusan surat keterangan bebas pustaka.

Pekanbaru, 26 Agustus 2020  
Ketua Prodi Ekonomi Syariah,

  
**Muhammad Arif, S.E., M.M.**  
NIDN. 1028048801



**SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Asni Remi Yensi  
NPM : 142310151  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Agama Islam  
Judul Skripsi : "Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru"

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar hasil karya saya sendiri dan dapat di pertanggung jawabkan apabila dikemudian hari ternyata skripsi yang saya buat adalah plagiat dari orang dan saya bersedia ijazah saya dicabut oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau (UIR)

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Pekanbaru, 27 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan



Asni Remi Yensi

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya lah sehingga penulis diberikan kemampuan dan kesempatan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Agama Islam Universitas Riau. memberikan syafa'atnya sehingga kita dapat merasakan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi seperti sekarang ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis tentu menyadari masih banyak kekurangan, keterbatasan kemampuan dan cakrawala berfikir serta keterbatasan waktu dan kesempatan. Penulis tertarik meneliti pada Bank BRI Syariah KC Pekanbaru karena penulis ingin mengetahui bagaimana minat serta kepuasan masyarakat terhadap kinerja dan komitmen pada Bank BRI Syariah KC Pekanbaru, sehingga hasil penelitian penulis nantinya dapat memberikan suatu pelajaran dan motivasi terhadap peningkatan kinerja, mutu serta komitmen pada Bank BRI Syariah KC Pekanbaru, sehingga Ekonomi yang berlandaskan Syariah dapat dinikmati oleh masyarakat luas dan perekonomian Islam dapat lebih maju. Alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul ” **Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru**”.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dan bimbingan, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik secara moril maupun secara materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Rektor Universitas Islam Riau, Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, S.H.,M.C.L
2. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, Bapak Dr. Zulkifli, MM,M.E.Sy.
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Bapak Muhammad Arif,S.E.,M.M.
4. Dosen Pembimbing, Bapak Rustam Effendi, MA, M.Si. dan Bapak Zulfadli Hamzah, B. IFB., M. IFB. Yang penuh kesabaran memberikan arahan, bimbingan, saran dan nasehat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen serta staf Pegawai Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

Akhir kata, semoga segala saran, masukan dan bimbingan serta kebaikan yang telah diberikan kepada penulis hanya Allah SWT yang dapat membalasnya dan menjadikannya sebagai suatu amal yang baik dan bermanfaat di dunia maupun di akhirat. Amin Ya robbal'alamin.

Pekanbaru, September 2020

Penulis

**ASNI REMI YENSI**

## DAFTAR ISI

<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>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>ملخص</b> .....	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kualitas Pelayanan .....	10
B. Kepuasan Nasabah.....	23
C. Tinjauan Penelitian Relevan.....	34
D. Konsep Operasional.....	36
E. Kerangka Berfikir .....	36
F. Variabel Penelitian .....	37

G. Hipotesis .....	37
--------------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	38
B. Tempat dan Waktu.....	38
C. Subjek dan Objek.....	39
D. Populasi dan Sampel.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data .....	40
F. Teknik Pengolahan Data.....	41
G. Teknik Analisis Data .....	41

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

A. Gambar Umum Lokasi Penelitian.....	47
B. Hasil Penelitian .....	49
C. Pembahasan .....	58

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	60
B. Saran .....	61

### **DAFTAR KEPUSTAKAAN**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1: Konsep Operasional .....	36
Tabel 2: Jadwal Kegiatan Penelitian .....	38
Tabel 3: Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	50
Tabel 4: Klasifikasi Responden Berdasarkan Rerata Pendapatan .....	50
Tabel 5: Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 6: Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur .....	51
Tabel 7: Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	52
Tabel 8: Output SPSS (Item-Total Statistics) .....	52
Tabel 9: Output SPSS (Case Processing Summary) .....	53
Tabel 10: Output SPSS (Reliability Statistics) .....	54
Tabel 11: Hasil Uji Normalitas .....	55
Tabel 12: Output SPSS (Coefficients <sup>a</sup> ) .....	56
Tabel 13: Persamaan Regresi Variabel X Terhadap Variabel Y.....	57
Tabel 14: Output SPSS (Model Summary <sup>b</sup> ) .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Kerangka Berfikir..... 37



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : SK Dekan Fakultas Agama Islam

Lampiran 2 : Surat Riset

Lampiran 3 : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

Lampiran 4 : Angket

Lampiran 5 : Hasil Analisis Dengan Program SPSS

Lampiran 6 : Hasil Tes Plagiat

Lampiran 7 : Formulir Translate Abstrak Bahasa Aran dan Inggris

Lampiran 8 : Foto Pembagian Angket





## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK BRI SYARIAH PEKANBARU

**ASNI REMI YENSI**

**NPM: 142310151**

*Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan perbankan sebagai perpanjangan tangan jasa keuangan dalam menghimpun dan menyalurkan uang dengan menggunakan prinsip-prinsip perbankan. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitas, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber primer dan skunder, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BRI Syariah, sampel diambil secara simple random sampling. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket. Digunakan Regresi linier untuk melakukan analisis dan menggunakan program SPSS. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam mendapatkan pelayanan dari Costomer Service dari Bank BRI Syariah Pekanbaru, hasil penelitian menunjukkan bahwa: Berdasarkan uji parsial, nilai  $t$  hitung adalah sebesar 3,036 lebih besar dari  $> t$  tabel 2,014, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara Kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Angka koefisien regresi. Nilainya yaitu 0,325. Angka ini mengandung arti bahwa disetiap penambahan 1% tingkat Kualitas Pelayanan (X), maka Kepuasan Nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,325. Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,490 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-smirnov, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Dengan demikian asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi. Secara umum dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah Pekanbaru.*

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

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF CUSTOMER SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT BRI SHARIA BANK OF PEKANBARU CITY

**ASNI REMI YENSI**

**NPM: 142310151**

*This study is motivated by the development of banking as an extension of financial services in collecting and distributing money through banking principles. The type of study is a quantity research. The data sources of this study are primary data and secondary data. The population of this study is all customers of BRI Sharia Bank in Pekanbaru city. The sample technique used is simple random sampling. The data collection technique used is questionnaires. To analyze data, the linear regression is used and performed by using the SPSS program. The factors that influence customer satisfaction from the Customer Service of BRI Sharia Bank of Pekanbaru city are examined through the partial test and it found that the t-value is greater than t-table ( $3.036 > 2.014$ ), so it can be concluded that there is an influence of Quality service (X) on Customer Satisfaction (Y). The value of regression coefficient is 0.325, it means that every 1% increase in the level of Service Quality (X), then Customer Satisfaction (Y) will increase by 0.325. It is known that the significance value of Asymp. Sig. (2-tailed) of 0.490 is greater than 0.05. So, based on the Kolmogorov-Smirnov normality test, it can be concluded that the data is normally distributed. Thus, the conditions or requirements of normality in the regression model have been met. Therefore, it can be concluded that service quality has a significant influence on customer satisfaction at Bank BRI Syariah of Pekanbaru city.*

**Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, BRI Sharia**

## الملخص

تأثير جودة خدمة مستهلكي الخدمات على رضا العملاء في بنك ب.ر.أي شرعي باكنبارو

أسني ريمي ينسي

142310151

خلفية هذا البحث بتطوير الخدمات المصرفية كامتداد للخدمات المالية في جمع الأموال وتوزيعها باستخدام المبادئ المصرفية. هذا النوع من البحث عبارة عن بحث كمي، ومصادر البيانات المستخدمة في هذا البحث هي مصادر أولية وثانوية، وكان المجتمع في هذا البحث جميعًا عملاء بنك ب.ر.أي شرعي، وتم أخذ العينة بأخذ عينات عشوائية بسيطة. بينما كانت تقنية جمع البيانات المستخدمة عبارة عن استبيان. يستخدم الانحدار الخطي لإجراء التحليل واستخدام برنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية. العوامل التي تؤثر على رضا العملاء في الحصول على الخدمة من خدمة المستهلكين في بنك ب.ر.أي شرعي باكنبارو، تظهر النتائج ما يلي: بناءً على الاختبار الجزئي، فإن قيمة -ت هي 3,036 أكبر من <ت- جدول 2,014، لذلك يمكن استنتاج أن هناك تأثيرًا بين الجودة خدمة (X) لرضا العملاء (Y). رقم معامل الانحدار. القيمة 0,325. يعني هذا الرقم أن كل زيادة بنسبة 1٪ في مستوى جودة الخدمة (X)، فإن رضا العملاء (Y) سيزداد بمقدار 0,325. يمكن ملاحظة أن قيمة دلالة أسيمب. سيح. (2-الذيل) 0,490 أكبر من 0,05. لذلك وفقًا لأساس اتخاذ القرار في اختبار الحياة الطبيعية ل كولموغوروف-سيميرنوف، يمكن استنتاج أن البيانات يتم توزيعها بشكل طبيعي. وبالتالي تم استيفاء الافتراضات أو المتطلبات الخاصة بالحالة الطبيعية في نموذج الانحدار. بشكل عام، يمكن استنتاج أن جودة الخدمة لها تأثير معنوي على رضا العملاء في بنك ب.ر.أي شرعي باكنبارو.

الكلمات الرئيسية: جودة الخدمة، رضا العملاء، بنك ب.ر.أي شرعي

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Suatu pekerjaan yang digeluti haruslah menunjukkan suatu kualitas yang nyata. Berbicara mengenai suatu kualitas maka membayangkan suatu proses kinerja diri terhadap suatu proses pengerjaan suatu hal. Banyak para ahli yang mendefenisikan pengertian kualitas diantaranya “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. (Tjiptono, 2012:260) Kualitas diri yang dimiliki setiap individu setidaknya harus melebihi satu tingkat dari sebuah harapan, hal ini sangat dibutuhkan dalam dunia kerja yang menyediakan suatu pelayanan, seperti bank.

Bank sangat memperhatikan suatu kualitas pelayanan untuk menciptakan kenyamanan pada nasabahnya. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen, nasabah, *klien* atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan atau instansi. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas, begitupun sebaliknya. Secara umum kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai segala

bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan atau instansi guna memenuhi harapan konsumen. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. (Rangkuti, 2002:26). Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan perusahaan harus berorientasi kepada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Islam, yang dijadikan suatu tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan yaitu standarisasi syariah. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Islam menegaskan bila ingin memberikan hasil atau usaha baik berupa barang maupun pelayanan atau jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain, seperti dijelaskan dalam Al-quran surah Al-Baqarah ayat 267:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَّمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَمِمُّوْا الْخَيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِ ۗ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ

حَمِيْدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagiandari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamikeluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (Departemen Agama RI, 2004:46)

Bank merupakan salah satu lembaga atau instansi yang bergerak dibidang pelayanan jasa. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998

tentang Perbankan, mendefenisikan bank sebagai “ badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak”. Bank juga dapat diartikan sebagai sebuah lembaga intermediasi keuangan umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang dan berbagai produk keuangan lainnya, maka pelayanan yang berkualitas dan penjelasan yang baik terhadap penawaran produk-produk bank merupakan suatu tuntutan yang harus dipenuhi. Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen ke-pada produk dan layanan suatu perusahaan atau instansi sehingga berdampak kepada peningkatan penjualan suatu produk.

Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior dapat memaksimalkan performa keungan perusahaan atau lembaga. (Gilbert dkk, 2004 :23) Contohnya pada sebuah bank, kualitas layanan adalah salah satu penentu penting keberhasilan bank, namun seringkali kualitas layanan sangat sulit untuk diukur karena karekteristik yang khas (jurnal, Hamzah, 2019, Vol 3, No.1)

Penilaian konsumen pada kualitas pelayanan suatu instansi atau lembaga merupakan suatu hal yang sangat penting sebagai acuan dalam membenahan pelayanan sehingga terciptanya suatu kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas dari konsumen.

Bank BRI Syariah cabang pekanbaru merupakan bank yang memegang teguh prinsip-prinsip syariah dalam pelaksanaan operasionalnya, bank BRI Syariah pekanbaru memiliki misi yaitu meningkatkan produk serta layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah, dalam perkembangannya selalu berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan, baik dari segi karyawan maupun fasilitas yang diberikan oleh BRI Syariah.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Secara umum, pelayanan di Indonesia masih dinilai kurang baik dan dianggap bertele-tele sehingga masalah tersebutlah yang harus diperbaiki oleh perusahaan dan lembaga lainnya agar dapat merubah citra buruk tersebut mejadi lebih baik. Dalam dunia perbankan perkembangan teknologi yang semakin maju membuat keunggulan suatu produk sulit untuk dipertahankan, karena pada dasarnya produk lebih mudah untuk ditiru. Untuk itulah pelayanan yang baik dan berkualitas sangat diperlukan agar dapat memberikan pelayanan yang prima dan berkualitas sesuai yang diinginkan serta diharapkan oleh para nasabahnya agar dapat membuat nasabah merasa puas.

Persepsi pelanggan atau nasabah terhadap kualitas layanan dapat diukur dan dievaluasi melalui dimensi-dimensi kualitas layanan seperti tampilan fisik yang meliputi penampilan karyawan, peralatan yang digunakan dan penyajian secara fisik, keterpercayaan yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan yang dapat diandalkan dan tepat, daya tanggap yaitu kesediaan atau

kesiapan karyawan memberikan layanan dan membantu konsumen atau nasabah, Jaminan yang mencakup pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan untuk memperoleh kepercayaan pelanggan, kepedulian, yaitu kepedulian dan perhatian perusahaan atau instansi secara individual terhadap konsumen, Kejelasan, meliputi cara berbicara, intonasi yang digunakan, pilihan kata serta penggunaan kalimat yang disesuaikan dengan keadaan nasabah dan ketenangan, yaitu ketertiban dalam pelayanan sehingga nasabah yang lain tidak menunggu terlalu lama.

Untuk menciptakan suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan jasa untuk memperbaiki kualitas, perusahaan jasa harus mampu memenuhi enam prinsip utama. Prinsip-prinsip kualitas pelayanan ini dikemukakan oleh Wolkins yaitu kepemimpinan dengan maksud kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya, pendidikan, semua personil atau karyawan yang bekerja haruslah telah memperoleh pendidikan mengenai suatu kualitas, perencanaan, proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya, review, proses ini merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konsisten dan terus menerus untuk mencapai tujuan kualitas, komunikasi yaitu implementasi strategi kualitas dalam suatu lembaga dipengaruhi oleh proses komunikasi yang



baik dan menyeluruh. Penghargaan dan pengakuan, merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik, perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui.

Salah satu permasalahan yang sering terjadi pada Bank BRI Syariah KC Pekanbaru yaitu seringnya terjadi ketidak disiplin pelayanannya hal ini dikarenakan adanya sistem antrian yang diatur dengan nomor urut, namun masih juga sering terjadi pelayanan yang dilakukan diluar jalur antrian. Hal ini mengakibatkan terjadinya waktu tunggu menjadi lebih lama bagi nasabah yang sudah mengantri lebih awal. Tentu hal ini juga akan mengakibatkan tidak normalnya perputaran antrian yang sudah dibuat sebelumnya.

Pada Bank BRI Syariah berangkat dari sebuah permasalahan agar semua konsumen merasa puas terhadap mutu kualitas, agar dapat diketahui secara sistematis mengenai faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan agar dunia perbankan terus memperbaharui sistem dan proses pelayanan hingga harapan-harapan nasabah terpenuhi.

Dari beberapa penelitian diantaranya Kevin Aditya Pratama pada tahun 2018, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan dalam penelitian Husnul Khotimah pada tahun 2011 menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini merupakan suatu pembelajaran dan motivasi pada perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa dan pelayanan agar senantiasa terus memperbaiki kinerja dan produk perusahaan. Dengan demikian Bank BRI Syariah cabang

pekanbaru harus memberikan pelayanan yang terbaik agar nasabah merasa aman dan nyaman. Dengan melihat dasar inilah yang melatarbelakangi dan membuat penulis merasa tertarik untuk membahas dan menuangkannya dalam karya tulis ilmiah dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BRI Syariah Pekanbaru**”.

### **B. Perumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan Customer Service terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang (KC) Pekanbaru?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dan hubungan kualitas pelayanan Customer Service terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang (KC) Pekanbaru.

### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan maka terdapat manfaat penelitian yaitu:

1. Dapat memberikan pengetahuan tentang hubungan antara kualitas pelayanan Customer Service terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI Syariah Pekanbaru

2. Dapat dijadikan bahan masukan bagi kantor cabang Bank BrI Syatiah pecan baru dalam penanganan masalah pelayanan Customer Service-nya Diharapkan bagi pembaca dapat menambah wawasan, informasi dan sebagai bahan referensi bagi yang membutuhkan.
3. Dapat dijadikan bahan rujukan penelitian bagi penulis dalam melakukan penelitian yang sejenis yang dilakukan.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab.

Berikut ini penjelasan tentang masing-masing bab :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan dalam penulisan skripsi ini mencakup Landasan Teori, Penelitian Relevan, Konsep Operasional, dan Kerangka Berfikir.

#### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang sumber data dan variabel penelitian serta metode analisis data.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang Gambaran Umum Bank BRI Syariah Pekanbaru; Visi dan Misi Bank BRI Syariah Pekanbaru; Struktur Organisasi Bank BRI Syariah Pekanbaru; Deskripsi Data; Identitas Responden; Fakrot-faktor yang Mempengaruhi Pelayanan Costumer Service di Bank BRI Syariah Pekanbaru; Analisis Data; Pembahasan Hasil Temuan.

#### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang dapat diambil dari penulisan skripsi ini.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kualitas Pelayanan

##### 1. Pengertian Kualitas

Kualitas merupakan kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Sangadji & Sopiah, 2013:99). Maulidin (2013:37) mengatakan kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh, sedangkan pengertian kualitas itu sendiri menurut Kotler (2012:35) kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Perspektif kualitas merupakan pendekatan yang digunakan untuk mewujudkan kualitas suatu produk. Garvin (dalam Lovelock, 1994) mengidentifikasi adanya lima perspektif kualitas yang biasa digunakan yaitu :

##### a) *Transcendental Approach*

Menurut pendekatan ini kualitas dapat dirasakan dan diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan. Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam seni *music*, drama, tari, dan rupa. Selain itu, perusahaan dapat mempromosikan produknya dengan pertanyaan-pertanyaan, seperti tempat belanja yang menyenangkan (pasar swalayan), *elegan* (mobil), kecantikan

(kosmetik), dan kelembutan kulit (lulur). Dengan demikian, fungsi perencanaan, produksi, dan pelayanan suatu perusahaan sulit sekali menggunakan definisi seperti ini sebagai dasar manajemen kualitas.

b) *Product Based Approach*

Pendekatan ini menganggap kualitas sebagai karakteristik atau atribut yang dapat dikuantifikasikan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas produk mencerminkan perbedaan dalam jumlah unsur atau atribut yang dimiliki suatu produk. Karena pandangan ini sangat objektif, maka tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera, kebutuhan dan preferensi individual.

c) *User based Approach*

Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas produk tergantung pada orang yang menggunakannya dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang subjektif dan demand oriented ini jugamenyatakan bahwa konsumen yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula. Dengan demikian, kualitas produk bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

d) *Manufacturing Based Approach*

Perspektif ini bersifat *supply-based* dan terutama dalam memperhatikan praktek-praktek perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sama dengan persyaratannya. Dalam sektor jasa dapat dikatakan bahwa kualitas dapat bersifat *operations driven*. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang

seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas produk adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakan.

e) *Value Based Approach*

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan *trade off* antara kinerja produk dan harga, kualitas didefinisikan sebagai “*affordable excellence*”. Kualitas produk dalam perspektif ini bersifat *relative*, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah produk atau jasa yang paling tepat dibeli (*best buy*).

## 2. Pengertian Pelayanan

Menurut Kotler (2012:49) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Suparlan (2000:102) Pelayanan ialah sebuah usaha pemberian bantuan ataupun pertolongan pada orang lain, baik dengan berupa materi atau juga non materi agar orang tersebut bisa mengatasi masalahnya itu sendiri.

**Loina** dalam bukunya yang bertajuk hubungan masyarakat membina hubungan baik dengan publik (2001:138). Yang beranggapan bahwa sebuah pelayanan ialah suatu proses keseluruhan sebuah pembentukan citra dari perusahaan, baik dengan melalui media berita, membentuk sebuah budaya perusahaan secara internal, ataupun melakukan sebuah komunikasi mengenai

pandangan perusahaan pada para pemimpin pemerintahan seta publik yang lainnya yang berkepentingan, sedangkan **Moenir** (Moenir, 1992 : 16) dalam bukunya yaitu manajemen pelayanan umum di Indonesia, yang mengatakan bahwa pelayanan ialah sebuah proses pemenuhan kebutuhan yang melalui aktivitas orang lain secara langsung. Dimana penekanan terhadap definisi pelayanan diatas ialah pelayanan yang diberikan karena menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang didalam rangka untuk mencapai tujuan untuk bisa mendapatkan kepuasan didalam hal pemenuhan kebutuhan. Adapun bentuk kepuasan kerja karyawan juga terlihat dari kinerja karyawan atas aspek *Turn Over* atau keluar masuknya karyawan (Jurnal, Hasan,2018, Vol. 1. No. 1)

Dalam pandangan Islam, pelayanan mempunyai nilai-nilai Islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu :

1. Profesional (Fathanaah)

Profesional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan. Sifat profesionalisme digambarkan dalam surat Al-Isra ayat 84 :

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

*Artinya : “Katakanlah : Setiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing. Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya”.* (Departemen Agama RI, 2017:232)

2. Kesopanan dan Keramahan (Tabligh)

Tabligh artinya komunikatif dan argumentatif. Orang memiliki sifat tabligh akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat.



Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Hal ini ditegaskan dalam Al-Qur'an surat Thaha ayat 44

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لِّعَلَّهِ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَحْشَىٰ ﴿٤٤﴾

Artinya : “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut”. (Departemen Agama RI, 2004:251)

### 3. Jujur (Sidik)

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Jujur juga merupakan kesesuaian antar berita yang disampaikan dan fakta, antara fenomena dan yang diberitakan, serta bentuk dan substansi.

### 4. Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Allah SWT berfirmandalam surat An-Nisa ayat 58:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ۝٥٨﴾

Artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat”. (Departemen Agama RI, 2004:69)

Adapun Konsep Manajemen Pelayanan dalam Islam, Mochtar Effendy dalam buku Manajemen (1996:185) Islam dalam mengatur hubungan antar manusia mengajarkan beberapa prinsip produk, yaitu :

1. Persamaan (Musyawarah)
2. Persaudaraan (Ukhuwah)
3. Cinta kasih (Mahabbah)
4. Damai (Dilm)
5. Tolong menolong (Ta'awun)
6. Toleransi (Tasamuh)

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Allah berfirman dalam potongan surat Al-Maidah ayat 2 yang berbunyi :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَحْلُوْا شَعِيْرَ اللّٰهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا اَهْدٰى وَلَا اَلْقَلْبِيْدَ وَلَا ءَامِيْنَ الْبَيْتِ  
الْحَرَامِ يَتَّبِعُوْنَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَّإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوْا وَلَا يَنْجِرْمَنَّكُمْ شَتٰنُ قَوْمٍ اَنْ  
صَدُوْكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ اَنْ تَعْتَدُوْا وَتَعَاوَنُوْا عَلٰى الْاَبْرِ وَالْتَّفَوٰى وَلَا تَعَاوَنُوْا عَلٰى  
الْاِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاَتَّقُوا اللّٰهَ اِنَّ اللّٰهَ شَدِيْدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya : “Dan tolong-menolonglah kamu dalam hal (mengerjakan) kebaikan dan taqwa, dan janganlah kamu tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalahkamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat menyiksa-Nya” (Departemen Agama RI, 2004:85)

Melalui ayat diatas, Allah memerintahkan kepada kita untuk saling menolong dalam koridor "mengerjakan kebajikan dan takwa" dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah maka hukuman akan diberikan dan "Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya". Jadi interaksi itu bisa dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan diatas. Jadi, pelayanan merupakan suatu perbuatan yang sangat mulia. Hal

tersebut menunjukkan perbuatan yang baik dan siapa saja yang berbuat, maka ia akan mendapatkan pahala dari Allah SWT.

### 3. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam, Islam mengajarkan kepada kita bahwa jika ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang atau jasa, maka harus dengan hasil yang berkualitas. Jangan memberikan sesuatu yang buruk kepada orang lain. Seperti firman Allah dalam surat Al-Baqarah ayat 267 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِءَاخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (Departemen Agama RI, 2004:45)

Ayat tersebut menjelaskan kepada kita bahwa ada kewajiban untuk menafkahkan hasil dari usaha yang kita lakukan yaitu berupa nafkah yang baik lagi bermanfaat yang dihasilkan dari kerja yang halal. Disamping itu, kita harus memilih harta atau hasil usaha yang baik agar barokah dan mendapatkan pahala dari Allah Subhanahu Wa Ta’ala. Jika dikaitkan dengan manajemen

pelayanan, maka manajer atau petugas pelayanan harus bekerja dengan ikhlas dan sungguh-sungguh agar bisa memberikan hasil yang maksimal.

Beberapa pengertian yang terkait dengan defenisi kualitas pelayanan menurut Yamit (2010:18) adalah :

- a) *Excellent*, yang berarti standar kriteria pelayanan yang diperoleh
- b) *Customer*, perorangan, kelompok, departemen, atau perusahaan yang menerima dan membayar *output* pelayanan.
- c) *Service*, kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.
- d) *Quality*, sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
- e) *Level*, suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi.
- f) *Consitent*, tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjalan sesuai standar yang telah ditetapkan.
- g) *Delivery*, memberikan pelayanan yang benar dengan cara yang benar dan dalam waktu yang tepat.

#### **4. Manfaat Kualitas Pelayanan**

Kualitas layanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor yang sangat penting dalam keberhasilan (*service quality is one important determinants of a Bank success*, (Jurnal, Hamzah dkk, 2019, Vol. 40, No. 30)

suatu bisnis maka tentu saja kualitas layanan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya sebagai berikut:

- a) Layanan yang istimewa (nilai yang benar-benar dialami melebihi harapan konsumen) atau sangat memuaskan merupakan suatu basis untuk penetapan harga premium. Perusahaan yang memberikan kepuasan tinggi bagi pelanggannya dapat menetapkan suatu harga yang signifikan.
- b) Layanan istimewa membuka peluang untuk diversifikasi produk dan harga. Misalnya pelayanan dibedakan menurut kecepatan hal dibebankan terhadap layanan yang membutuhkan penyelesaian yang paling cepat.
- c) Menciptakan loyalitas pelanggan. Pelanggan loyal tidak hanya potensial untuk penjualan produk yang sudah ada tetapi juga untuk produk-produk baru dari perusahaan.
- d) Pelanggan yang terpuaskan merupakan sumber informasi positif dari perusahaan dan produk-produk bagi pihak luar bahkan mereka dapat menjadi pembela bagi perusahaan khususnya dalam menangkal isu-isu negatif.
- e) Pelanggan merupakan sumber informasi bagi perusahaan dalam hal intelejensi pemasaran dan pengembangan pelayanan atau produk perusahaan pada umumnya.
- f) Kualitas yang baik berarti menghemat biaya-biaya seperti biaya untuk memperoleh pelanggan baru, untuk memperbaiki kesalahan, membangun kembali citra karena wanprestasi, dan sebagainya. Jadi mempertahankan

pelanggan yang sudah ada melalui kualitas layanan yang memuaskan merupakan hal yang sangat penting.

- g) Kualitas pelayanan yang didesain dan diimplementasikan secara memadai bukan hanya memuaskan pelanggan tetapi juga memberikan kepuasan kerja bagi karyawannya. Karyawan dapat menerima tuntutan untuk senantiasa memuaskan pelanggan, karena dengan cara demikian ia dapat memajukan keadaan finansial dan ekspresi dirinya. Bagi usaha layanan, kepuasan karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan memegang peranan penting dalam memelihara citra kualitas yang dibangun. (Bilson, 2001:276)

## **5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah**

### a) Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan ialah meliputi beberapa hal yaitu (Jurnal, 2010, Vol. 142010, No.2):

#### 1) *Customer Service*

*Customer service* (CS) memegang peranan penting dalam dunia perbankan yang melayani masyarakat. Tugas utama CS adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *Customer Service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha untuk menarik perhatian dengan cara merayu calon nasabah untuk menjadi nasabah bank yang bersangkutan dengan berbagai cara dan

*Costumer Service* juga harus dapat menjaga nasabah lama agar tetap menjadi nasabah Bank.

Sehubungan dengan peranan ini maka setiap perusahaan menerapkan pelayanan prima yakni suatu sikap atau cara kenyamanan dalam melayani pelanggan secara memuaskan terhadap penggunaan jasa perbankan, kepuasan nasabah akan lebih mudah dipenuhi kalau petugas bank mengenal sifat dan karekter nasabah. Pelayanan yang diberikan oleh CS dalam berbagai jasa bank haruslah mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabah. Hal ini dilakukan dengan sikap penolong, bersahabat, dan profesional yang memuaskan nasabah agarnasabah tersebut datang kembali untuk berbisnis dengan bank, disamping fasilitas jasa yang dapat dinikmati. Dengan cara seperti ini seorang *costumer service* dapat menikmati pekerjaannya dan memajukan kariernya pada bank tersebut.

## 2) Daya Tanggap

Daya tanggap berarti kemampuan menerima dengan pebcaindra dan reaksi terhadap suatu hal. Daya tanggap merupakan suatu hal yang penting dalam dunia kerja. Dalam dunia kerja daya tanggap yang cepat sangatlah di perlukan, terutama pada instansi yang bergerak dalam pelayanan jasa, seperti halnya bank. Daya tanggap secara umum adalah sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas

dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan fikiran yang di tunjukkan pada pelanggan.

### 3) Intonasi Bicara

Intonasi bicara adalah tinggi rendahnya nada pada kalimat yang memberikan penekanan pada kata-kata tertentu didalam kalimat. Berbicara adalah mengeluarkan, menyusun kata-kata secara teratur melalui lisan sehingga dapat dimengerti oleh lawan bicaranya. Bicara disini diartikan sebagai bentuk komunikasi, dengan bicara maka komunikasi dapat terjalin, tetapi berkata-kata tanpa artipun sebenarnya bicara juga, hanya saja belum dimasukkan ke dalam kategori komunikasi. Bekerja pada instansi yang bergerak dalam bidang pelayanan, maka intonasi bahasa menjadi hal penting untuk diperhatikan ketika berinteraksi dengan konsumen atau nasabah, agar hal-hal yang dijelaskan dapat dicerna dengan baik oleh konsumen atau nasabah.

### 4) Penggunaan Kalimat

Kalimat adalah satuan bahasa terkecil yang merupakan kesatuan pikiran. (Widjono, 2007:105). Penggunaan kalimat dapat diartikan sebagai pemilihan seleksi kata untuk menjadi sebuah kalimat yang akan disampaikan pada seseorang dengan tujuan memberi pemahaman yang jelas pada lawan berbicara. Penggunaan kalimat adalah hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh sitiap orang, terlebih pada



karyawan yang bekerja pada instansi pelayanan jasa. Penggunaan kalimat menjadi faktor penting terhadap pemahaman seseorang terhadap apa yang telah dijelaskan dan dipaparkan. Penggunaan kalimat bermaksud agar komunikasi dapat disesuaikan dengan lawan bicara, sehingga setiap kalimat dapat tercerna dengan jelas.

#### 5) Ketenangan

Ketenangan merupakan sebuah kondisi dimana seseorang dapat terhubung kepada salah satu bagian dalam jiwa, yaitu jiwa tenang. Sikap tenang akan membawa banyak dampak positif bagi diri dan orang lain. Dalam bekerja jiwa yang tenang sangatlah dibutuhkan agar dapat berkonsentrasi tinggi. Ketenangan dalam ruang lingkup pekerjaan pelayanan jasa dapat membawa sebuah keteraturan pada alur antrian konsumen, dan menjadikan sebuah kejelasan pada alur antrian konsumen.

#### b) Kepuasan Nasabah

##### 1) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah faktor penting dalam mempengaruhi minat nasabah. Kualitas pelayanan sangat tergantung pada sistem teknologi dan sistem pekerjaan manusia.

##### 2) Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan hal penting dalam sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa. Kualitas

produk yang baik dan dianggap menguntungkan akan membawa dampak positif pada minat nasabah.

### 3) Biaya dan Kemudahan

Pelanggan atau nasabah akan semakin puas apa bila biaya relatif murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

### 4) Proses Pelayanan

Nasabah akan sangat memperhatikan sistem pelayanan, dari beberapa hal terutama pada sistem antrian atau menunggu. Banyak nasabah yang meninggalkan proses karena tidak tahan mengantri terlalu lama. Hal ini mesti diperhatikan oleh sebuah perusahaan agar menjadikan sistem lebih baik.

## **B. Kepuasan Nasabah**

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

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang ia terima atau dapatkan dan harapan. Secara umum dapat didefinisikan sebagai suatu hal yang didapatkan melebihi dari harapan. Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya kualitas suatu produk yang digunakan. Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Philip Kotler dan Lane Keller, 2007:160).

Nasution dalam bukunya Manajemen Mutu Terpadu (2001:60) mengklasifikasi ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan atau nasabah yaitu:

- a. Kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk jasa lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- c. Kualitas pelayanan. Pada industri, adalah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan.
- d. Emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena dari produk, tetapi nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.
- e. Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk jasa lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- f. Biaya. Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk/jasa (pengorbanannya semakin kecil), cenderung puas terhadap produk/jasa.

## 2. Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Islam

Dalam ekonomi islam kepuasan dikenal dengan masalah, dengan pengertian tepenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara dzatnya maupun secara memperolehnya, tidak bersikap isrof (royal ) dan tabzir (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsinya.

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya, begitu juga dalam hal muamalah. Muslim harus qona'ah mengenai hal-hal yang sudah didapatkan dan tidak diperbolehkan menggunakan prinsip yang tidak syar'I dengan alasan ingin mendapatkan harta lebih banyak walaupun untuk menghidupi keluarga. Dalam At-Taubah ayat 59 dijelaskan bahwa :

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ  
إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ ﴿٥٩﴾

*Atinya : "Dan (amatlah baiknya) kalau mereka berpuas hati dengan apa yang diberikan oleh Allah dan RasulNya kepada mereka, sambil mereka berkata: "Cukuplah Allah bagi kami Allah akan memberi kepada kami dari limpah kurniaNya, demikian juga Rasul-Nya sesungguhnya kami sentiasa berharap kepada Allah". (Departemen Agama RI, 2004:156)*

Sebuah transaksi ekonomi pasti tak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan. Berkaitan dengan penyediaan layanan pelanggan, Islam telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan layanan yang berkualitas bagi pelanggannya. Pencapaian kualitas layanan yang terbaik pada

organisasi atau perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen Islam yang kokoh atau disebut juga ” Total Islam Quality” (TIQ), dimana dasar bangunan tersebut bersumber dari Al-qur’an dan Hadist, dan dapat terbentuk jika ada instrumen-instrumen berikut, yaitu :

- a. Harus didasari oleh kesabaran yang kuat.
- b. Komitmen jangka panjang.
- c. Perbaikan kualitas layanan terus menerus.
- d. Kerjasama dan hormat/respek terhadap setiap orang.
- e. Pendidikan dan latihan.
- f. Loyalitas atau kepuasan Pelanggan Perspektif Islam

### 3. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Sementara itu dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *intangibile*, konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut (Supranto, 2006:18) :

- a. Berwujud (*tangible*): Penempilan fasilitas fisik, peralatan, personil dan media komunikasi.
- b. Keandalan (*reliability*): Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*): Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
- d. Kepastian (*Assurance*): Pengetahuan dan keramahtamahan karyawan dan kemampuan karyawan untuk menciptakan opini yang dapat dipercaya pelanggan.
- e. Empati (*Emphaty*): Syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang sangat esensial bagi setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Pada prinsipnya kepuasan pelanggan itu dapat diukur dengan berbagai macam metode dan teknik. Pada bagian ini akan dibahas beberapa diantaranya Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen( Kotler, 1996) mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

- a. Sistem keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya

untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim *via* pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih pemasok dan tidak akan membeli produk perusahaan tersebut lagi. Upaya mendapatkan saran yang bagus dari pelanggan juga sulit diwujudkan dengan metode ini. Terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan imbal balik dan tindak lanjut yang memadai kepada mereka yang telah bersusah payah ‘berpikir’ (menyumbang ide) kepada perusahaan.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan

temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan. Ada baiknya setiap manajer perusahaan terjun langsung menjadi *ghost shopper* untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya sedang melakukan penelitian atau penilaian (misalnya dengan cara menelepon perusahaannya sendiri dan mengajukan berbagai keluhan atau pertanyaan).

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan *customers loss rate* juga penting, di mana peningkatan *customers loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

d. Survei Kepuasan Konsumen

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan metode survei, baik dengan survei melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan



memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

#### **4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Menurut Sugiarto (Lupiyoadi, 2010) bahwa pelayanan yang baik akan dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain.

##### **a. Kecepatan**

Kecepatan adalah waktu yang digunakan dalam melayani konsumen atau pelanggan minimal sama dengan batas waktu standar pelayanan yang ditentukan oleh perusahaan.

##### **b. Ketepatan**

Kecepatan tanpa ketepatan dalam bekerja tidak menjamin kepuasan para pelanggan. Oleh karena itu, ketepatan sangatlah penting dalam pelayanan.

##### **c. Keamanan**

Dalam melayani para konsumen diharapkan perusahaan dapat memberikan perasaan aman untuk menggunakan produk atau jasa.

##### **d. Keramah tamahan**

Dalam melayani pelanggan, karyawan perusahaan dituntut untuk mempunyai sikap sopan dan ramah. Oleh karena itu, keramah tamahan sangat penting apalagi pada perusahaan yang bergerak pada bidang jasa.

e. Kenyamanan

Rasa nyaman timbul jika seseorang merasa diterima apa adanya. Dengan demikian perusahaan harus dapat memberikan rasa nyaman pada konsumen.

## 5. Dimensi Kepuasan

Tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan waktu dan biaya serta mengoptimalkan dampak yang ditimbulkan terhadap populasi sasaran dari pelayanan yang diberikan. Menurut Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2011:17) ada enam konsep inti yang memiliki kesamaan di antara beragamanya cara mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

a. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya.

- 1) Mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan atau jasa perusahaan bersangkutan.
- 2) Menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan konsumen keseluruhan terhadap produk dan atau jasa para pesaing.

b. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Berbagai penelitian memilih kepuasan konsumen atau pelanggan kedalam komponen komponennya. Proses semacam itu terdiri atas empat langkah (Jurnal, Rusbi, 2017, Z)

- 1) Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan konsumen atau pelanggan.
- 2) Meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf layanan pelanggan.
- 3) Meminta pelanggan menilai produk atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama.
- 4) Meminta para konsumen untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

c. Kesesuaian Harapan (Z. Hamzah, A.A. Purwanti, F. Suryani, Hamzah, 2019)

Yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk atau jasa perusahaan. Dalam hal ini akan lebih ditekankan pada kualitas pelayanan (*ser-vice quality*) yang memiliki komponen berupa harapan pelanggan akan pelayanan yang diberikan (seperti : kebersihan lokasi, kecepatan pelayanan, keramahan/ kesopanan dokter, perawat dan karyawan).

d. Minat Pembelian Ulang

Yaitu kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi. Pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan konsumen dimana mutu pelayanan tersebut akan masuk ke benak konsumen sehingga dipersepsikan baik. Apabila dikemudian hari ketika mengalami gangguan kesehatan, maka rumah sakit tersebut akan menjadi referensi yang muncul pertama kali di benak konsumen.

e. Kesiediaan Untuk Merekomendasi

Yaitu kesediaan untuk merekomendasi produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, sehingga melalui kepuasan itu konsumen akan melakukan pembelian jasa atau memutuskan untuk menggunakan jasa dan pada akhirnya akan merekomendasikan hal itu kepada orang lain.

f. Ketidakpuasan Pelanggan

Yaitu menelaah aspek-aspek yang digunakan untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan, meliputi:

- 1) Komplain,
- 2) Retur atau pengembalian produk,
- 3) Biaya garansi,
- 4) *Recall*

5) *Word of mouth negatif*, dan

6) *Defections*.

g. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan

Pelayanan perusahaan yang ditujukan kepada pelanggan merupakan elemen yang sangat penting agar dapat menciptakan pelanggan-pelanggan yang loyal. Dalam rangka menciptakan iklim pelanggan yang loyal, manajemen harus mampu untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Menurut Tjiptono (2011) bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalinikan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

### C. Tinjauan Penelitian Relevan

Langkah ini ditempuh agar peneliti terfokus dan tidak mengulang penelitian yang sudah ada. Penulis menemukan penelitian Kevin Aditya Pratama

tahun 2018 dengan judul “*Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo*”.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan terletak pada beberapa hal, yang pertama lokasi dan tempat penelitian. Adapun lokasi dan tempat penelitian yang peneliti lakukan adalah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru.

Perbedaan selanjutnya adalah faktor-faktor yang diambil dalam mengukur kepuasan nasabah, pada penelitian sebelumnya faktor yang diambil sebagai variabel X adalah *Tangible, Responsiveness, Assurance*, Empati, dengan variabel Y yaitu Kepuasan nasabah, dan dari hasil yang didapatkan semua variabel X atau faktor yang diambil berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, pada penelitian ini peneliti mengambil faktor yaitu *Customer Service, Daya Tanggap, Intinasi Bicara, Penggunaan Kalimat, dan Ketenangan* dengan variabel Y adalah Kepuasan Nasabah.

Begitu pula pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh Husnul Khotimah pada tahun 2011 yang berjudul “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Nasabah BRI Cabang Semarang Pattimura*”, terdapat perbedaan yang sama pada penelitian yang peneliti lakukan yaitu lokasi dan tempat, begitu juga dengan fakto-faktor yang diambil dalam mengukur kepuasan nasabah.

Dapat peneliti katakan penelitian yang peneliti lakukan terdapat pembaharuan yang signifikan pada faktor-faktor pengukuran kualitas pelayanan, sehingga dapat menjadi pengetahuan baru untuk penelitian

selanjutnya dan dapat digunakan oleh instansi-instansi untuk memperbaiki kualitas perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa.

#### D. Konsep Operasional

Berdasarkan Penjelasan diatas maka dirancang variabel operasional sebagaimana pada tabel berikut :

**Tabel 1 : Konsep Operasional**

Variabel	Indikator	Pernyataan
Kualitas Pelayanan (Variabel X)	Daya Tanggap	1-5
	Intonasi Bicara	1-5
	Penggunaan Kalimat	1-5
	Kecepatan	1-5
	Keramah tamahan	1-5
Variabel bebas (Y) kepuasan Nasabah	Biaya dan Kemudahan	1-5
	Proses Pelayanan	1-5

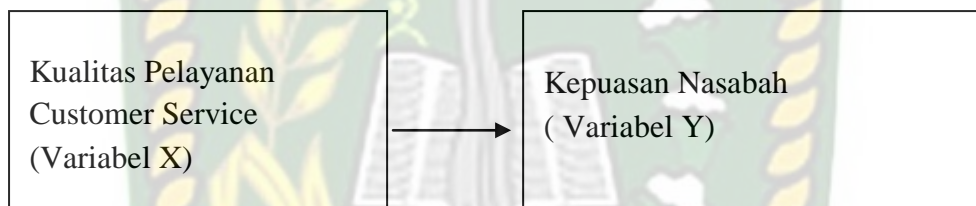
Sumber: Data olahan, 2019

#### E. Kerangka Berfikir

Suatu perusahaan yang menginginkan agar perusahaannya dapat beroperasi secara terus menerus harus mampu memberikan kepuasan terhadap setiap pelangganya. Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara kenyataan yang dirasakan konsumen dengan apa yang diharapkan pelanggan. Apabila yang dirasakan pelanggan melebihi dari apa yang diharapkan, hal tersebut berarti pelanggan telah terpenuhi kepuasannya. Jika pelanggan telah merasa puas, biasanya akan melakukan kegiatan pembelian atau penggunaan ulang terhadap produk atau jasa perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Ukuran kualitas pelayanan yang digunakan pada penelitian ini adalah *Customer Service* (CS), daya tanggap, intonasi bicara, penggunaan kalimat dan ketenangan, sedangkan kepuasan nasabah terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk, biaya dan kemudahan dan proses pelayanan. Berdasarkan pemikiran di atas maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran seperti pada gambar.

**Gambar 1: Kerangka Berfikir Penelitian**



#### **F. Variabel Penelitian**

Adapun variabel penelitian ini ialah :

1. Variabel *Independent* (bebas) adalah Kualitas Pelayanan
2. Variabel *Dependent* (terikat) adalah kepuasan Nasabah

#### **G. Hipotesis**

Berdasarkan rumusan masalah dan teori-teori yang ada maka dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesis yaitu :

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

$H_1$  : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian kausalitas (Husnul, 2011:18), yaitu jenis penelitian lapangan, dengan turun kelokasi penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel (Sanusi, 2014:14-15)

#### B. Tempat dan Waktu

Penelitian ini dilakukan di Bank BRI Syariah KC. Pekanbaru yang berada di Jl. Arifin Achmad. Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember sampai Maret 2019, yaitu selama 4 bulan

**Tabel 2: Jadwal Kegiatan Penelitian**

No	Jenis Kegiatan	Bulan															
		September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengumpulan Data	■	■	■	■												
2	Pengumpulan Data					■	■	■	■								
3	Pengolahan Analisis Data									■	■	■	■				
4	Penulisan Laporan																■
5	Ujian Munaqosah																■

Sumber: Data Olahan, 2018

### C. Subjek dan Objek

Sebagai subjek penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Syariah KC. Pekanbaru, dan sebagai objeknya adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah, KC. Pekanbaru.

### D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu. Dalam Prakteknya, seorang peneliti yang melakukan penelitian terhadap keseluruhan kumpulan populasi (Sanusi. 2014:87)

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah CS Bank BRI Syariah Pekanbaru. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Tabungan di Bank BRI Syariah Pekanbaru berjumlah 1.162 nasabah, dan yang menjadi sampelnya adalah nasabah pada antrian CS yang diambil secara acak sebanyak 45 sampel.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Accidental Sampling* dan *purposive sampling*. *Accidental Sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebutuhan, yaitu siapa saja Nasabah Antrian CS Bank BRI Syariah Pekanbaru yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Arsyad, Samsir dan sri Restuti,

2017). *purposive sampling* yaitu penyebaran kusioner yang dilakukan tidak langsung didalam Bank, jika dikhawatirkan Bank tidak bersedia memberikan ruang didalam proses pelayanan (Jurnal, Adi, 2016, Vol. 142010, No.2).

Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah responden yang telah atau pernah melakukan komunikasi dengan CS Bank BRI Syariah dan telah memiliki rekening tabungan lebih dari lima bulan, karena responden yang telah lama memiliki rekening dianggap nasabah yang tetap dan merasa puas terhadap pelayanan CS.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data Primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau di kumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara meminta nasabah untuk mengisi angket.
- b. Data Sekunder. Data sekunder ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Hasan, 2010:19)

### **2. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah

- a. Angket, yaitu penulis menyebarkan daftar pertanyaan guna mempermudah didalam pelaksanaan pengumpulan data (Skala Likert).
- b. Dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah.

#### **F. Teknik Pengolahan Data**

Metode analisa data pada penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda, dengan satu variabel  $y$  (kepuasan nasabah) dan lima variabel  $x$  yaitu  $x_1$  (daya tanggap),  $x_2$  (intonasi bicara),  $x_3$  (penggunaan kalimat),  $x_4$  (ketenangan) dan  $x_5$  (kepedulian). Regresi Linier Berganda adalah metode statistika yang digunakan untuk menentukan bagaimana hubungan antara variabel  $y$  dan variabel  $x$ , dan apakah faktor-faktor yang diambil berpengaruh terhadap variabel  $x$  nya. Data diolah dengan bantuan program SPSS.

#### **G. Teknik Analisis Data**

##### **1. Uji Hipotesis**

Uji hipotesis ini berguna untuk memeriksa atau menguji apakah koefisien regresi yang didapat signifikan. Maksud dari signifikan ini adalah suatu nilai koefisien regresi yang secara statistik tidak sama dengan nol. Jika koefisien *slope* sama dengan nol, berarti dapat dikatakan bahwa tidak cukup bukti untuk menyatakan variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Untuk kepentingan tersebut, maka semua koefisien regresi harus diuji. Ada dua jenis uji hipotesis terhadap koefisien regresi yang dapat dilakukan, yang

disebut Uji F dan Uji t. Uji F digunakan untuk menguji koefisien (*slope*) regresi secara bersama-sama, sedangkan uji t untuk menguji koefisien regresi, termasuk *intercept* secara individu.

## 2. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan dengan uji *t*. Prosedur yang digunakan dalam uji signifikansi yaitu (Gujarati, 2006:80) :

### a. Membuat hipotesis

$H_0 : \beta_0 = 0$ , tidak terdapat pengaruh antara variabel konstant dengan variabel terikatnya

$H_1 : \beta_0 \neq 0$ , terdapat pengaruh antara variabel konstant dengan variabel terikatnya untuk variabel *X*

$H_0 : \beta_0 = 0$ , tidak terdapat pengaruh antara variabel *X* dengan variabel terikatnya

$H_1 : \beta_0 \neq 0$ , terdapat pengaruh antara variabel *X* dengan variabel terikatnya.

### b. Menentukan taraf signifikan ( $\alpha$ )

### c. Kaidah pengujian

Jika,  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

### d. Menghitung $t_{hitung}$ dan $t_{tabel}$

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

Kemudian nilai  $t_{tabel}$  dilihat pada tabel *t-Student*  $t_{tabel} = t_{(\frac{\alpha}{2})n-2}$ .

### 3. Regresi Linier

Regresi linier adalah alat statistik yang dipergunakan antara satu atau beberapa variabel terhadap satu buah variabel. Variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas, variabel *independent* atau variabel penjelas biasa dilambangkan dengan  $X$ . Variabel yang dipengaruhi sering disebut dengan variabel terikat atau variabel *dependent* dilambangkan dengan  $Y$ . Secara umum regresi linier terdiri dari dua, yaitu regresi linier sederhana dengan satu buah variabel bebas dan satu buah variabel terikat, dan regresi linier berganda dengan beberapa variabel bebas dan satu buah variabel terikat. Adapun bentuk dari kedua regresi ini sebagai berikut (Suliyanto, 2011:25) :

#### 1. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu buah variabel bebas terhadap satu buah variabel terikat. Persamaan umumnya adalah, (Suliyanto, 2011:25) :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$$

dengan :

$$\beta_0 = \bar{y} - \beta_1 \bar{x}$$

$$\beta_1 = \frac{\sum y_i x_i - \bar{x} \bar{y}}{\sum x_i^2 - (\bar{x})^2}$$

dimana:

- $Y$  : Nilai yang diramalkan
- $\beta_0$  : Konstanta / *intercept*
- $\beta_1$  : Koefisien regresi / *slope*
- $x$  : Variabel bebas

$y$  : Variabel terikat  
 $\varepsilon$  : Nilai residual / *error*

#### 4. Uji Asumsi Klasik Model Regresi

Model regresi dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi kriteria dari beberapa asumsi yang sering dikenal dengan istilah uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik disini terdiri dari uji normalitas dan multikolinearitas.

##### a. Uji normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual dalam persamaan regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-rata. Nilai residual yang berdistribusi normal jika digambarkan dalam sebuah grafik akan membentuk gambar lonceng yang kedua sisinya melebar sampai tidak terhingga. Untuk mendeteksi hal ini dapat dilakukan dengan metode analisis grafik.

Pengujian menggunakan analisis grafik dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut (Suliyanto, 2011:39) :

- 1) Dilakukan dengan menggunakan histogram dengan menggambarkan variabel *dependent* sebagai sumbu vertikal sedangkan nilai residual terstandarisasi digambarkan sebagai sumbu horizontal
- 2) Jika Histogram *Standardized Regression Residual* membentuk kurva seperti lonceng maka nilai residual tersebut dinyatakan normal.
- 3) Pengujian normalitas dengan analisis grafik merupakan metode yang sangat sederhana karena hanya memerlukan ketelitian dan wawasan yang cukup

untuk menganalisa gambar, sehingga tidak melanggar syarat dari metode ini sendiri, maka untuk lebih memastikan dapat digunakan perbandingan nilai yaitu, jika nilai probabilitas lebih besar dari  $\alpha$  maka dapat dikatakan normal.

b. Multikolonieritas

Istilah multikolinearitas mula-mula ditemukan oleh Ragnar Frisch. Pada mulanya multikolonieritas berarti adanya hubungan linear yang “sempurna” atau pasti, di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Istilah kolinearitas (*collinearity*) sendiri berarti hubungan linear tunggal (*single linear relationship*), sedangkan kolinearitas ganda (*multikolinearity*) menunjukkan adanya lebih dari satu hubungan linear yang sempurna. Asumsi multikolinearitas adalah asumsi yang menunjukkan adanya hubungan linear yang kuat diantara beberapa variabel prediktor dalam suatu model regresi linear berganda. Model regresi yang baik memiliki variabel-variabel prediktor yang independen atau tidak berkorelasi. Penyebab terjadinya kasus multikolinearitas adalah terdapat korelasi atau hubungan linear yang kuat diantara beberapa variabel prediktor yang dimasukkan kedalam model regresi.

Multikolinearitas digunakan untuk menguji suatu model apakah terjadi hubungan yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel bebas, sehingga sulit untuk memisahkan pengaruh antara variabel-variabel itu secara individu terhadap variabel terikat. Pengujian ini untuk mengetahui apakah antar variabel bebas dalam persamaan regresi tersebut tidak saling berkorelasi.



Untuk mengetahui multikolonieritas ini dapat dilakukan dengan metode  $R^2$  dan nilai statistik. Uji ini dapat dilakukan sebagai berikut (Suliyanto, 2011:42) :

- 1) Membandingkan nilai  $R^2$  dan nilai t statistik.
- 2) Jika nilai  $R^2$  tinggi dan uji F menolak hipotesis nol, tetapi nilai t statistik sangat kecil bahkan tidak memiliki variabel bebas yang signifikan, maka dapat dikatakan terdapat adanya gejala multikolonieritas. Adapun cara untuk mengatasinya adalah:
  - a) Menghilangkan satu atau lebih variabel bebas yang memiliki nilai koefisien tinggi
  - b) Mengurangi hubungan linier antara variabel bebas dengan menggunakan logaritma natural (ln).

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode waktu sekarang dengan periode waktu sebelumnya (Gujarati, 2006). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat sehingga tidak boleh terjadi korelasi antar observasi dngan observasi sebelumnya. Metode yang digunakan pada engujian ini adalah Durbin-Watson. Dengan persamaa:

$$D = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{(t-1)})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

Dimana: n = Jumlah kasus (data yang digunakan)

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat PT. Bank BRI Syariah KC Pekanbaru

Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Aria Wiriatmaja, Patih Banyumas dengan nama “hut pen spaarbank der inlandsche bestuurs amtenaren ” atau bank bantuan dan simpanan milik priayi yang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Pada awalnya kegiatan bank ini hanya menampung pemasukan angsuran dan para peminjam kas masjid yang dikelola oleh patih tersebut. Selanjutnya setelah modal usaha terkumpul melalui bantuan asisten residen Banyumas, maka pada tanggal 16 Desember 1895 pendirian bank tersebut diresmikan. Tanggal itulah yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI. PT.

BRI (Persero, Tbk) yang didirikan sejak tahun 1895 didasarkan pelayanan pada masyarakat kecil sampai sekarang tetap konsisten, yaitu dengan fokus pemberian fasilitas kredit kepada golongan pengusaha menengah dan kecil. Dalam upaya untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, memenuhi kebutuhan masyarakat akan pelayanan perbankan yang bebas bunga, maka pada Desember 2000 dibentuk Tim Pengembangan Bank Syariah BRI untuk mempersiapkan berdirinya unit syariah di BRI. Rapat umum pemegang saham (RPUS) luar biasa pada Juni 2001 berhasil

merubah anggaran dasar BRI dengan menambah atau mencantumkan kalimat kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Dengan dasar itulah maka pada tanggal 7 Desember 2001 keluar surat Keputusan Direksi mengenai struktur organisasi Unit Syariah pada PT. BRI, struktur organisasi kantor cabang dan kantor cabang pembantu Syariah PT. BRI, Unit Usaha Syariah Kantor Cabang PT. BRI Syariah yang pertama pada tanggal 7 Desember 2002 di Jakarta dan Semarang.

Seiring dengan dunia perbankan syariah yang semakin pesat maka sampai saat ini Unit Usaha Syariah telah berhasil membuka 16 kantor cabang, dan 1 kantor cabang pembantu. Pada tahun 2005 PT. BRI Syariah telah membuka outlet pelayanan menjadi 28 kantor cabang dan 14 kantor cabang pembantu. Sedangkan Kantor Cabang PT. Bank BRI Syariah wilayah Pekanbaru didirikan pada tanggal 21 Januari 2005 organisasi Unit Usaha Syariah PP (Persero) SK Direksi BRI No. Kep: S. DIR/ PPP/ 12/ 2001 Tanggal 07 Desember 2001 yang lokasinya terletak di jalan Jl. Arifin Ahmad NO. 7-9 Pekanbaru Demikian seterusnya akan dikembangkan jaringan berbasis IT (ilmu dan teknologi) dengan memanfaatkan jaringan BRI Syariah yang berbasis IT di tahun-tahun yang akan datang merambah sampai ke pelosok-pelosok desa guna menggerakkan sector perekonomian wilayah. Sama halnya seperti BRI Unit Desa, yang tersebar di pelosok-pelosok tanah air, yang kehadirannya selaku lembaga perbankan di sector pedesaan dan kehandalannya telah diakui oleh dunia Internasional.

## 2. Visi dan Misi PT. Bank BRI Syariah KC Pekanbaru

### a. Visi

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan-finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

### b. Misi

- 1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- 2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
- 4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Identitas Responden

Identitas responden dalam kegiatan penelitian merupakan suatu yang sangat penting untuk diketahui setiap individu yang dijadikan sampel. Identitas responden nantinya akan menjadi pedoman dalam pengambilan kesimpulan hasil penelitian. Berdasarkan apa yang ada dalam angket dapat diidentifikasi

karakteristik yaitu tingkat pendidikan, pendapatan, jenis kelamin, umur, dan jenis pekerjaan responden, jumlah responden yang dijadikan sampel yaitu sebanyak 30 orang responden.

a. Tingkat Pendidikan

**Tabel 3: Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No.	Tingkat Pendidikan	Jml. Orang	Persentase
1	Pasca Sarjana	6	13%
2	Sarjana	19	42%
3	Akademi/Diploma	0	0%
4	SMA/MA	11	24%
5	SMP/MTs	7	16%
6	SD/MI	2	4%
	Jumlah	45	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Merujuk pada tabel diatas dapat diketahui bahwasannya berdasarkan tingkat pendidikan nasabah PT. Bank BRI Syariah KC Pekanbaru yang dijadikan responden yaitu tingkat pendidikan sarjana sebanyak 42% dari total responden yang digunakan sebanyak 45 orang.

b. Pendapatan

**Tabel 4: Klasifikasi Responden Berdasarkan Rerata Pendapatan**

No.	Rerata Pendapatan	Jml. Orang	Persentase
1	< Rp. 1.000.000	3	7%
2	Rp. 1.000.100 - Rp. 2.000.000	9	20%
3	Rp. 2.000.100 - Rp. 3.000.000	16	36%
4	Rp. 3.000.100 - Rp. 4.000.000	13	29%
5	Rp. 4.000.100 - Rp. 5.000.000	3	7%
6	> Rp. 5.000.000	1	2%
	Jumlah	45	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden yang yang digunakan pada penelitian ini yaitu lebih banyak berpenghasilan antara Rp. 2.000.100 - Rp. 3.000.000 sebesar 36% dan yang berpenghasilan besar dari Rp. 5.000.000 hanya sebesar 2% dari total responden yang digunakan.

c. Jenis Kelamin

**Tabel 5: Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jml. Orang	Persentase
1	Pria	26	58%
2	Wanita	19	42%
	Jumlah	45	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Tabel diatas memperlihatkan bahwa bentuk klasifikasi Nasabah/responden berdasarkan jenis kelamin yaitu: berjenis kelamin pria lebih banyak 58% dari pada responden yang berjenis kelamin wanita sebanyak 42% dari 45 total responden yang digunakan.

d. Umur

**Tabel 6: Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur**

No.	Tingkat Umur	Jml. Orang	Persentase
1	<17 Tahun	2	4%
2	17-29 Tahun	20	44%
3	30-39 Tahun	16	36%
4	40-49 Tahun	5	11%
5	>50 Tahun	2	4%
	Jumlah	45	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan tingkatan umur dari 45 total responden diklasifikasikan menjadi lima tingkatan klasifikasi umur yaitu: umur <17 Tahun sebanyak 4%, umur antara 17 sampai 29 Tahun sebanyak 44%, umur antara 30 sampai 39

Tahun sebanyak 36%, umur antara 40 sampai 49 Tahun sebanyak 11%, dan umur diatas 50 Tahun sebanyak 4%.

e. Jenis Pekerjaan

**Tabel 7: Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

No.	Jenis Pekerjaan	Jml. Orang	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	9	20%
2	PNS	9	20%
3	Pegawai Swasta	17	38%
4	TNI/Polri	0	0%
5	Wiraswasta	6	13%
6	Lain-Lian	4	9%
	Jumlah	45	100%

Sumber: Data Olahan 2019

Berdasarkan jenis pekerjaan dari 45 total responden diklasifikasikan menjadi enam tingkatan klasifikasi jenis pekerjaan yaitu: Pelajar/Mahasiswa sebanyak 20%, PNS sebanyak 20%, Pegawai Swasta sebanyak 38%, Wiraswasta sebanyak 13%, dan yang berjenis pekerjaan lain-lain sebanyak 9% sementara dari total responden yang digunakan tidak ada yang bekerja sebagai TNI/Polri.

## 2. Analisis Data

### a. Uji Validitas

Pengukuran validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Corrected Item-Total Correlation* dengan taraf signifikan 5 ( $\alpha=0,05$ ) artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

**Tabel 8: Output SPSS (Item-Total Statistics)**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x	15.47	12.891	0.420	0.177	.
y	17.04	21.543	0.420	0.177	.

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka item-item pernyataan dinyatakan valid.

Dan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka item-item pernyataan dinyatakan tidak valid.

Diketahui nilai  $r$  tabel sebesar 0,254 (lihat tabel  $r$ ) dan nilai ini dibandingkan dengan nilai  $r$  hitung. Nilai  $r$  hitung dalam uji ini adalah pada kolom *Item-Total Statistics (Corrected Item-Total Correlation)*, dengan nilai  $r$  hitungnya sebesar 0.420 maka pernyataan mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari  $r$  tabel. Sehingga seluruh item-item variabel dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan teknik *Cronbach Alpha* dimana instrumen dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $>0,60$ , sementara jika nilai *Cronbach Alpha*  $<0.60$  maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliable atau tidak konsisten. Reliabilitas ini akan dilakukan pada butir-butir pernyataan yang telah memiliki kevalidan pada uji validitas sebelumnya. Dimana hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 9: Output SPSS (Case Processing Summary)**

Case Processing Summary		N	%
Cases	Valid	45	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	45	100.0



**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	45	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	45	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Tabel 9 diatas, memberikan informasi jumlah sampel atau responden (N) yang dianalisis dalam program SPSS yaitu sebanyak 45 responden atau angket. Karena tidak adanya data yang kosong maka jumlah valid adalah 100%.

**Tabel 10: Output SPSS (Reliability Statistics)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.578	0.592	2

Dari tabel output Tabel 10 di atas dapat diketahui ada *N of Items* (banyak item) ada 2 buah dengan nilai *Cronbach's Alpha Based on Standardized Item* sebesar 0.592. Karena nilai *Cronbach's Alpha Based on Standardized Item* besar dari r tabel 0.254. Sehingga r hitung sebesar 0.592 > r tabel sebesar 0.254 maka dapat disimpulkan bahwa angket atau kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliable atau dapat dipercaya.

**c. Uji Asumsi Klasik**

Cara yang digunakan untuk menguji normalitas data pada penelitian ini yaitu dengan melakukan uji normalitas. Dasar keputusan yang digunakan dalam uji ini adalah:

- a) Data berdistribusi normal, jika nilai signifikasinya  $>0,05$ .
- b) Data berdistribusi tidak normal, jika nilai signifikasinya  $<0,05$

**Tabel 11: Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.25813589
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.079
	Negative	-.124
Kolmogorov-Smirnov Z		.834
Asymp. Sig. (2-tailed)		.490

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel diatas,diketahui bahwa nilai signifikasi *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,490 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-smirnov diatas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Dengan demikian asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

**d. Uji-t**

Uji Parsial dilakukan untuk mengetahui faktor yang paling dominan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan mengetahui tingkat signifikansi pengaruh dari variabel-variabel bebas yang digunakan terhadap variabel terikat. Yang menjadi dasar pengambilan keputusan dalam analisis regresi ini yaitu dengan melihat nilai signifikansi hasil output SPSS yaitu:

- 1) Jika Nilai signifikansi lebih kecil  $<$  dari probabilitas 0,05 mengandung arti adanya pengaruh Kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).
- 2) Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar  $>$  dari probabilitas 0,05 maka mengandung arti tidak adanya pengaruh Kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 12: Output SPSS (Coefficients<sup>a</sup>)**

Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1 (Constant)	9.927	1.890		5.254	0.000
Kualitas Pelayanan (X)	0.325	0.107	0.420	3.036	0.004

a Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi sebesar 0.004 lebih kecil dari probabilitas 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan menerima H1, yang berarti bahwa ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Selain dengan cara yang diatas, uji hipotesis juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Dasar pengambilan keputusan dalam Uji t ini yaitu:

- c) Jika Nilai t hitung lebih besar  $>$  dari t tabel maka ada pengaruh pengaruh Kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).
- d) Sebaliknya, jika Nilai t hitung lebih kecil  $<$  dari t tabel maka ada pengaruh pengaruh Kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Karena nilai t hitung adalah sebesar 3,036 lebih besar dari  $>$  t tabel 2,014, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_1$  yang berarti bahwa ada pengaruh antara Kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

**e. Regresi Linier Sederhana**

Adanya analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur ada tidaknya hubungan statistik yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat yang digunakan. Hasil uji regresi linier sedarhana dapat dilihat sebagaimana berikut ini:

**Tabel 13: Persamaan Regresi Variabel X Terhadap Variabel Y**

**Coefficients(a)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1 (Constant)	9.927	1.890		5.254	0.000
Kualitas Pelayanan (X)	0.325	0.107	0.420	3.036	0.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Untuk mengetahui nilai koefisien regresi pada penelitian ini yaitu dapat berpedoman pada nilai output pada table Coefficients (a) seperti yang terlihat pada tabel diatas. Dan dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Angka konstan dari Unstandardized Coefficients. Nilainya sebesar 9.927. angka ini merupakan angka konstan yang berarti bahwa jika ada kualitas pelayanan (X) maka nilai konsisten Kepuasan Nasabah (Y) adalah 9.927
- 2) Angka koefisien regresi. Nilainya yaitu 0,325. Angka ini mengandung arti bahwa disetiap penambahan 1% tingkat Kualitas Pelayanan (X), maka Kepuasan Nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,325.

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

Model regresi dapat diterangkan dengan menggunakan nilai koefisien determinasi ( $KD = R Square \times 100\%$ ) semakin besar nilainya maka model semakin baik. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi pada penelitian ini yaitu dapat berpedoman pada nilai output pada tabel Model Summary<sup>b</sup>.

**Tabel 14: Output SPSS (Model Summary<sup>b</sup>)**

Model Summary <sup>a</sup>									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	0.420 <sup>a</sup>	0.177	0.157	3.296	0.177	9.217	1	43	.004

a. Predictors: (Constant), x

b. Dependent Variable: y

Diketahui nilai *R Square* sebesar 0.177. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

adalah sebesar 17,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

### C. Pembahasan

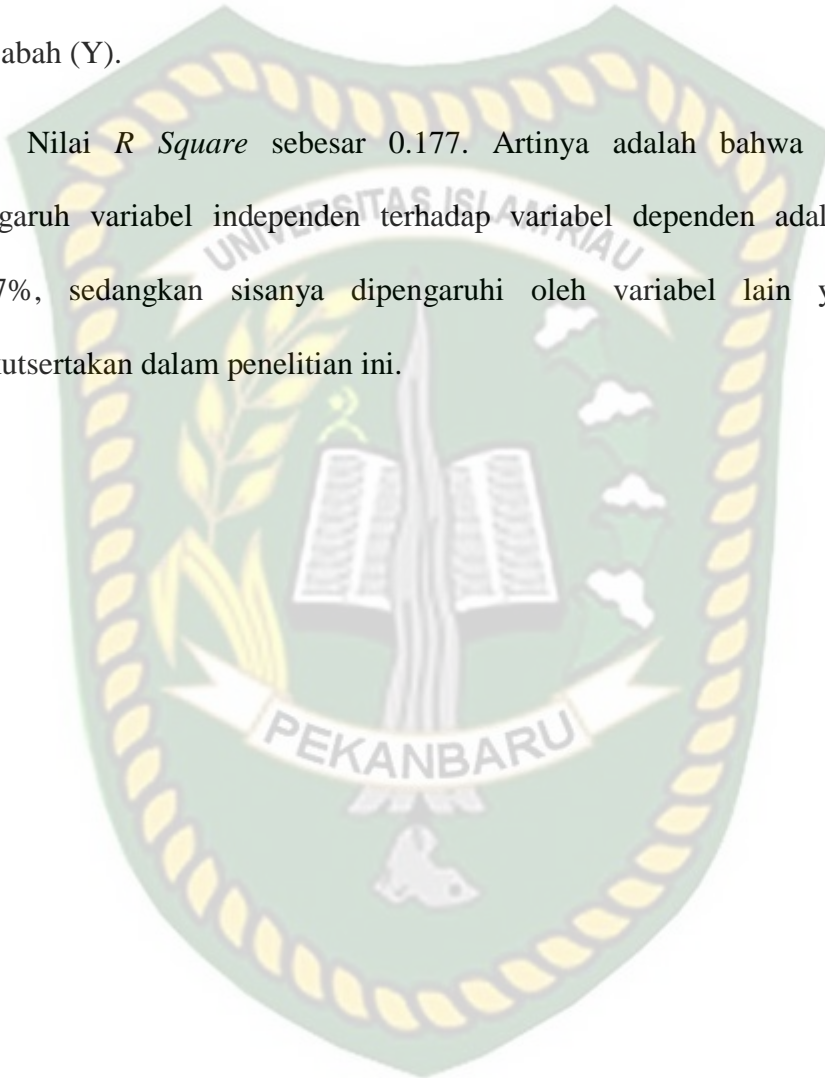
Berdasarkan hasil penelitian diatas diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam mendapatkan pelayanan dari Customer Service dari Bank BRI Syariah Pekanbaru yang di ukur adalah Kualitas Pelayanan. Indikator penelitian yang digunakan yaitu Daya Tanggap, Intonasi Bicara, Penggunaan Kalimat, Kecepatan, Keramah tamahan, Biaya dan Kemudahan serta Proses Pelayanan.

Berdasarkan hasil hipotesis diketahui bahwa:

- 1) Berdasarkan uji parsial, nilai t hitung adalah sebesar 3,036 lebih besar dari > t tabel 2,014, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara Kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).
- 2) Angka koefisien regresi. Nilainya yaitu 0,325. Angka ini mengandung arti bahwa disetiap penambahan 1% tingkat Kualitas Pelayanan (X), maka Kepuasan Nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,325
- 3) Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,490 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-smirnov, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Dengan demikian asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan yaitu nilai  $t$  hitung adalah sebesar 3,036 lebih besar dari  $> t$  tabel 2,014, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara Kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Nilai  $R$  Square sebesar 0.177. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 17,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya yang membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam mendapatkan pelayanan dari Customer Service dari Bank BRI Syariah Pekanbaru, maka penulis dapat menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 4) Berdasarkan uji parsial, nilai  $t$  hitung adalah sebesar 3,036 lebih besar dari  $>$   $t$  tabel 2,014, sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara Kualitas pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).
- 5) Angka koefisien regresi. Nilainya yaitu 0,325. Angka ini mengandung arti bahwa disetiap penambahan 1% tingkat Kualitas Pelayanan (X), maka Kepuasan Nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,325
- 6) Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,490 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-smirnov, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Dengan demikian asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.



## B. Saran

Beberapa saran yang dapat penulis berikan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Bank BRI Syariah Pekanbaru berdasarkan penelitian mendapat respon positif dari dari aspek pelayanan. Oleh karenanya Bank BRI Syariah Pekanbaru dapat mempertahankan dan berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya terhadap nasabah agar Bank BRI Syariah Pekanbaru menjadi diminati oleh masyarakat.
2. Bagi peneliti selanjutnya, agar menggunakan analisis yang berbeda yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah untuk lebih memperluas pengetahuan dan wawasan.
- 3.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- A.S Moenir, 1992, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Bumi Aksara, Jakarta
- Al-Qur'an* dan terjemahannya, 2018, CV, Fajar Mulya, Surabaya
- Arsyad, Azhar, dkk, 2016, *Media Pembelajaran*, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Bilson, Simamora, 2001, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Edisi Pertama, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Buchari, Alma, 2011, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung
- Effendy, Mochtar, 1986, *Manajemen : Suatu pendekatan berdasarkan ajaran islam*, Bharatara karya aksara, Jakarta
- Gujarati, Damodar N, 2006, *Ekonometrika Dasar*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Hasan, Iqbal, 2010, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Bumi Aksara, Jakarta
- Kotler, P, dan Gary Amstrong, 2006, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi 12 jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2016, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta
- Lovelock, Christopher H, 2000, *Service Marketing*, Second Edition, Prentice Hall Inc.
- Lupiyoadi, Rambat, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta
- Mulyono, Teguh Pudjo, 1996, *Bank Budgeting*, BPFE Yogyakarta
- Nachrowi, Djalal dan Hardius, Usman, 2006, *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*, Universitas Indonesia, Jakarta
- Oxford Advanced Learner's Dictionary, 2005, Oxford, Oxford University Press

Rangkuti, Fredy, 2003, *Measuring Costumer Satisfaction*. PT. Elex Media Computindo

Rika, Rosnelly, 2003, *Sistem Pakar Konsep dan Teori* Penerbit Andi, Yogyakarta

Sangadji, E.M, dan Sopiah, 2013, *Prilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, Penerbit Andi, Yogyakarta

Sanusi, Anwar, 2014, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta

Suliyanto., 2011, *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS*, Edis 1, PENERBIT ANDI, Yogyakarta

Supranto, J., 2006, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta, Jakarta

Suwandi, Suparlan, 2000, *Perawatan Mesin*, ITB, Bandung

Tjiptono, 2001, *Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta

Widjono, Hs, 2007, *Bahasa Indonesia: Pengembangan Kepribadian di Perguruan Tinggi*, Grasindo, Jakarta

Yamit, Zulian, 2010, *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*, Ekonesia, Yogyakarta

#### **Jurnal:**

Alfani, MH, 2018, *Analisis Pengaruh Quality Of Work Life (QWL) Terhadap Kinerja dan Kepuasan Kerja Karyawan PT. Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru*, Vol. 1 No. 1

Alfani, MH., dan Hamzah, Z., 2019, *The Effect Of Quality Of Work Life Toward Job Performance And Work Satisfaction At Education Staf In Islamic University Of Riau*

Hamzah Z, dkk, 2019, *Quality Improvement Strategy Of Islamic Banking Services In Indonesia Trought The Integration Of Servqual and Imprortance Performance Analysis*, Vol. 40 No. 30

Hamzah, Z., Purwanti, A.A., 2019, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan syariah*, Vol. 3 No. 1

Khotimah, Husnul, 2011, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*, Jurnal UNDIP

Kuswanto, Adi, 2010, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan, Nasabah Bank Danamon Jakarta*, Jurnal Ekonomi Bisnis, Vol 14, No. 2

Pratama, Kevin Aditya, 2018, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo*, Jurnal Universitas Islam Indonesia



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau