

ABSTRAK

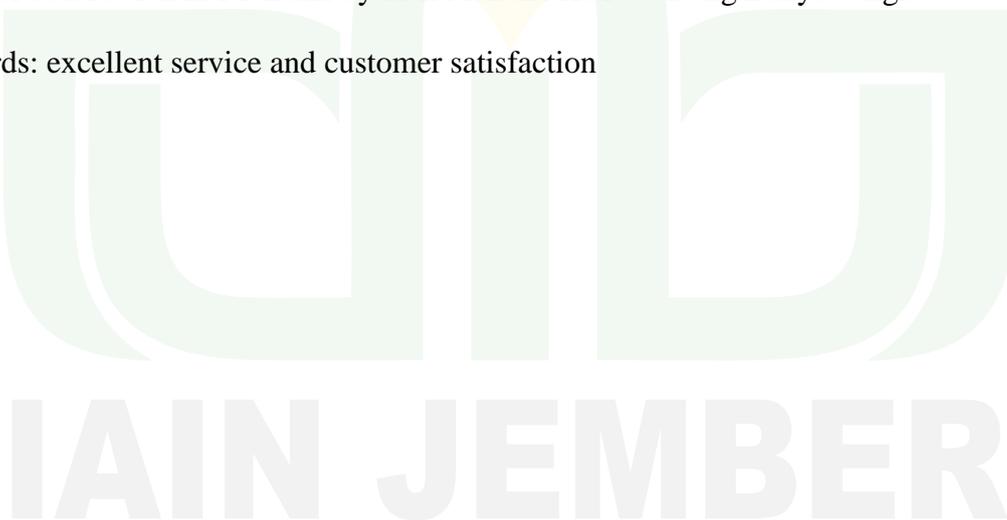
Daniatul Karomah, 2016 : Exellent Service Frontlinier Influence On Customer Satisfaction (PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi).

Economic development in Indonesia is growing rapidly, it is marked by the increasing number of haria-based financial institutions have sprung up in various shapes and types of stiff competition, of course, demanding the best service for its coustomers, because customers satisfaction is the spearhead of the success of a bank.

Formulation of the problem of this research are : (1). How much influence frontlinier excellent service to costumer satisfaction? (2). Whether the excellent service frontlinier significant effect on customer satisfaction? General purpose of this study is to discover, develop, and test the correctness of existing science.

Date Optained from tis research is using questionnaires, interviews, observation, and documentation. In this study using the method of analysis, test faliditas and reliability, simple regression test using test hypotheses and determination test, the result of simple regression analysis, so it can be concluded that : (1). The results of the value of Adjusted R Squere amounted to 0,375. The value of Adjusted R Squere show oengaruh between variables X and Y are obtained. if it is said that the contribution of variable X namely the excellent service and Y which is 37,5% customer satisfaction. This shows the degree of influence. Based on the analysis and interpretation of the above it can be concluded that the excellent service frontlinier effect on customer satisfaction in Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi. (2). a significant difference excellent service to customer satisfaction PT Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi, based on the value $t_{hitung} > t_{tabel}$ to variabel X is 7,772 and t_{tabel} 1.66071 then $t_{hitung} > t_{tabel}$ or $7,772 > 1,66071$ then H_0 rejected dan H_a accepted, meaning that a significant. so excellent service frontlinier significant effect on customer satisfaction in PT Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.

keywords: excellent service and customer satisfaction



ABSTRAK

Daniatul Karomah, 2016 : PENGARUH PELAYANAN PRIMA FRONTLINIER TERHADAP KEPUASAN NASABAH STUDI KASUS PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP GENTENG BANYUWANGI

Perkembangan perekonomian di Indonesia semakin pesat, hal ini ditandai dengan semakin banyaknya lembaga keuangan yang berbasis syariah bermunculan dalam berbagai ragam bentuk dan jenis persaingan yang ketat, tentu saja menuntut pelayanan yang terbaik bagi nasabahnya, karena kepuasan nasabah merupakan ujung tombak keberhasilan suatu perbankan.

Rumusan masalah dari penelitian ini yaitu : (1) Bagaimana pengaruh pelayanan prima *frontlinier* terhadap kepuasan nasabah? (2) Apakah pelayanan prima *frontlinier* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah?. Tujuan penelitian secara umum ialah untuk menemukan, mengembangkan serta menguji kebenaran ilmu pengetahuan yang ada.

Data yang diperoleh dari penelitian ini yaitu menggunakan angket, wawancara, observasi dan dokumentasi. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis, uji validitas dan uji reliabilitas, uji regresi sederhana menggunakan uji hipotesis dan uji determinasi, Dari hasil analisis regresi sederhana dapat disimpulkan bahwa : (1) Hasil dari nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,375. Besarnya nilai Adjusted R Square menunjukkan pengaruh antar variabel X dan Y yang diperoleh. Jika dapat dikatakan bahwa kontribusi dari variabel X yaitu Pelayanan Prima dan variabel Y yaitu kepuasan nasabah adalah 37,5%. Hal ini menunjukkan tingkat pengaruh. Berdasarkan analisis dan interpretasi di atas dapat disimpulkan bahwa Pelayanan Prima *Frontlinier* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi. (2) Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima *frontlinier* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi. Berdasarkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada variabel X adalah 7,772 dan t_{tabel} 1,66071 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $7,772 > 1,66071$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan. Jadi, Pelayanan prima *frontlinier* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.

Kata Kunci : Pelayanan Prima dan Kepuasan Nasabah

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia perbankan dewasa ini yang bergerak sangat cepat disertai dengan adanya tantangan-tantangan yang semakin luas, hal tersebut membuat perbankan harus cepat dan tanggap dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya melayani nasabah. Pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah merupakan tujuan utama dalam perusahaan, karena tanpa pelanggan maka perusahaan tidak akan ada.¹ Untuk menghadapi persaingan antar perbankan yang semakin ketat, Bank harus memberikan kualitas pelayanan, jika tidak nasabah akan segera berpaling ke bank lain yang dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik lagi.²

Perbankan merupakan salah satu badan usaha yang berusaha dalam bidang pelayanan jasa keuangan. Perbankan atau biasa disebut dengan bank menyediakan jasa keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat. Fungsi bank merupakan perantara di antara masyarakat yang membutuhkan dana dengan masyarakat yang kelebihan dana, disamping itu menyediakan jasa-jasa perbankan lainnya.³ Dalam Al-Quran dijelaskan dalam surat Al-Qashas: 77 yaitu :

¹Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 5.

²MurtiSumarni, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta. 2002)225.

³Kasmir. *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2002), 2.

وَأَبْتِغِ فِي مَاءِ آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا
 أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya : Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan), tapi janganlah kamu melupakan bagianmu di dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya, Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.⁴

Perbankan syariah di Indonesia masih dalam tahap awal perkembangannya namun, perbankan syariah kedepannya diharapkan akan berkembang semakin luas.⁵ Namun sekarang ini telah dikembangkan dalam berbagai konsep pelayanan nasabah dengan tujuan untuk mempertahankan citra yang dapat dibangun melalui kualitas produk sebagai komponen utama perbankan yang lain sering menjadi focus perhatian para pelaku perbankan. Dalam masalah pelayanan merupakan hal yang sangat penting karena pelayanan dianggap mampu mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank. Pelayanan merupakan suatu hal yang sangat menentukan kepuasan nasabah, karena pengukuran terhadap kualitas kepuasan maupun ketidak-puasan nasabah merupakan tolak ukur yang penting dari kepuasan nasabah itu sendiri, dan hal inilah yang harus menjadikan nilai tambah untuk bank syariah tersebut.

Pada prinsipnya, pelayanan yang baik harus diberikan oleh semua unsur yang terlibat. Semua harus mau dan mampu memberikan pelayanan yang sama. Masing - masing harus saling mendukung sehingga pelayanan

⁴ Agus Purwanto, *Al Alim Al-Quran dan Terjemahannya Edisi Ilmu Pengetahuan*, (Bandung: Al Mizan Publishing House), 395.

⁵ Ahmad Rodoni, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: CSES Press, 2000), 33.

yang diberikan dalam rangka memberikan pelayanan yang terbaik kepada dapat optimal. Tuntutan terhadap pelayanan yang optimal, mendorong para bankir untuk lebih inovatif dalam melakukan berbagai perubahan peningkatan pelayanan yang lebih terarah kepada kepuasan pelanggan. Disisi lain nasabah semakin kritis dengan pelayanan yang diharapkan dapat diperoleh dari jasa perbankan yang dipergunakannya. Jika terjadi sesuatu yang tidak di inginkan dalam pelayanan yang berakhir dengan kekecewaan, maka nasabah akan melakukan protes dengan kompensasi memindahkan aktivitasnya di bank lain.

Salah satu lembaga pada industri keuangan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa, harus dapat memberikan pelayanan terbaik (*Service Excellent*) untuk dapat memenangkan persaingan dalam situasi yang bergerak maju dengan dengan cepat serta semakin kompetitif. Untuk menghadapi persaingan antara lembaga perbankan yang semakin ketat, masing-masing bank mau tidak mau harus mengembangkan konsep “Pelayanan terbaik bagi nasabahnya”, hal ini bertujuan untuk mempertahankan nasabah yang telah ada dan menjangkau nasabah yang baru potensial. Untuk mempertahankan serta untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, maka bank perlu menjaga citra yang baik dan positif dimata masyarakat. Untuk mempertahankan citra ini bank dapat membangunnya melalui peningkatan kualitas dan kuantitas produk perbankan yang dihasilkan, maupun melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya. Untuk mendukung pencapaian tersebut maka, lembaga

perbankan harus menyiapkan karyawan yang kompeten, handal, dapat dipercaya, serta mampu menangani berbagai kebutuhan nasabahnya.

PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi merupakan salah satu pelaku bisnis yang bergerak dalam industri perbankan, dengan menyediakan berbagai produk jasa perbankan yang tersedia untuk semua lapisan masyarakat. Mulai dari berbagai macam bentuk fasilitas tabungan, sarana pembiayaan, hingga fasilitas pembayaran rekening-rekening serta kemudahan jasa perbankan seperti ATM dll. Dalam kegiatan operasionalnya PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar nasabah tidak merasa kecewa. Peningkatan pelayanan yang diberikan kepada nasabah adalah pada bagian *frontliner*, yang terdiri dari *teller*, *customer service* dan *security*. Hal tersebut disebabkan karena nasabah memiliki kemampuan berinteraksi yang cukup tinggi dengan ketiga bagian tersebut.

Dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah, pelayanan prima yang diberikan oleh *frontliner* (*teller*, *Customer Service*, dan *Satpam*) oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi merupakan salah satu faktor kunci keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa dan tidak dapat dipungkiri dalam dunia bisnis saat ini, karena tidak ada yang lebih penting lagi bagi suatu perusahaan perbankan sebagai salah satu komitmen bisnis. Kepuasan pelanggan sebelumnya akan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

Kepuasan nasabah merupakan harapan bagi setiap perbankan, Kepuasan nasabah tergantung dari apa yang telah dilihat dan dirasakan oleh nasabah, sehingga nasabah dapat memberikan tanggapan yang positif dan negatif terhadap Bank tersebut. Pelayanan menjadi faktor pertimbangan bagi nasabah, untuk menentukan apakah nasabah akan puas ataukah tidak puas terhadap sistem pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Syariah Mandiri tersebut.

Dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah hanya dapat dilakukan melalui sebuah jalan yaitu perbaikan pelayanan yang diberikan oleh suatu perbankan, jika suatu perbankan gagal dalam membangun pelayanan kepada nasabahnya maka, nasabah akan meninggalkan perbankan tersebut, karena persoalan pelayanan dan kepuasan nasabah merupakan suatu aktivitas bisnis yang tidak dapat dibangun secara terpisah. Dalam hal ini Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi perlu mengidentifikasi tentang pelayanan yang menuju pada harapan nasabah, sehingga nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai maka pelayanan di persepsikan dengan baik, sebaliknya jika pelayanan yang diterima rendah dari pada yang diharapkan, maka pelayanan di persepsikan buruk.

Hal ini mendorong penulis untuk mengetahui lebih lanjut tentang kepuasan nasabah setelah menerima pelayanan dari Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pelayanan prima kepada nasabah sehingga nasabah semakin loyal kepada

Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi. Dengan demikian, dipandang perlu untuk mengadakan penelitian yang mengungkapkan pengaruh pelayanan prima *frontlinier* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk meneliti tentang pelayanan prima yang di berikan oleh bank dalam meningkatkan kepuasan nasabah dalam skripsi yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Prima *Frontlinier* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Genteng Banyuwangi”.

B. Rumusan Masalah

1. Seberapa besar pengaruh pelayanan prima *frontlinier* terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah pelayanan prima *frontlinier* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Dari uraian latar belakang yang telah di kemukakan di atas, maka permasalahan yang di kaji dalam penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan prima *frontlinier* terhadap kepuasan nasabah.
3. Untuk mengetahui apakah pelayanan prima *frontlinier* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian merupakan dampak dari terciptanya tujuan.⁶

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Teoritis

Sebagai kontribusi guna menambah wawasan dalam dunia perbankan kedepannya agar bisa menjadi lebih baik dari sebelumnya.

2. Praktis

a. Bagi peneliti : sebagai langkah awal dalam berproses mengenal dunia perbankan dan juga sebagai penambah wawasan ilmu perbankan

b. Bagi Almamater IAIN Jember : sebagai pengembangan ilmu dan sebagai refrensi kepustakaan terkait dengan pelayanan prima *frontliner* terhadap tingkat kepuasan nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Genteng Banyuwangi.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel penelitian

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi perhatian suatu penelitian.⁷ Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua variabel yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dengan uraian sebagai berikut :

⁶Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 283.

⁷Arikunto, *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta Grafindo Persada, 2006), 118.

a. Variabel Independen (Bebas)

Pelayanan Prima (X)

b. Variabel Dependen (Terikat)

Kepuasan Nasabah (Y)

2. Indikator Variabel

Setelah variabel penelitian terpenuhi, kemudian dilanjutkan dengan mengemukakan indikator-indikator penelitian yang merupakan rujukan empiris dari variabel yang akan diteliti.⁸

Adapun indikator variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Variabel X (Pelayanan Prima)

a. kemampuan (*Ability*),

kemampuan tertentu yang meliputi kemampuan kerja dibidang kerja yang ditekuni seperti melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi.

b. sikap (*Attitude*), perilaku tertentu yang harus ditonjolkan ketika berhadapan dengan pelanggan

c. penampilan (*Appearance*), penampilan fisik ataupun non-fisik yang merefleksikan kredibilitas kepada pelanggan

d. perhatian (*Attention*), kepedulian penuh terhadap pelanggan, yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, mampu memahami saran dan kritiknya.

⁸Tim Penyusun, *Pedoman*, 38.

- e. tindakan (*Action*), kegiatan nyata yang dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- f. tanggung jawab (*Accounttability*), sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai bentuk kepedulian, untuk meminimalkan ketidakpuasan pelanggan.

Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

- a. Loyal terhadap produk yaitu, pembelian ulang dari produsen yang sama.
- b. Adanya komunikasi dari mulut kemulut yaitu, rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan produk yang dikonsumsi.
- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama yaitu, ketika membeli merek lain, perusahaan telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadikan pertimbangan utama.

F. Definisi Operasional

1. Pelayanan prima adalah

Kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dengan terus mengupayakan penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab guna mewujudkan kepuasan pelanggan agar mereka selalu loyal kepada organisasi/perusahaan.⁹

⁹Muwafik Saleh. *Public Service Communication*. (Malang : Akh. Muwafik Saleh,2010), 64.

2. Frontliner terdiri dari :

- a. Teller petugas di kantor bank yang melayani transaksi perbankan sehari-hari. Dalam melakukan transaksi, teller ini berhadapan langsung dengan nasabah yang melakukan berbagai transaksi perbankan seperti, penarikan, penyetoran, transfer, dll.
- b. Customer Service berhadapan langsung dengan pelanggan yang melakukan fungsi pembukaan rekening, penutupan rekening, pencairan deposito, penyediaan informasi dan lain-lain.
- c. Satpam berperan dalam pengamanan dari segala gangguan/ancaman baik yang berasal dari luar atau dari dalam, melaksanakan penjagaan dengan maksud, mengawasi masuk keluarnya orang atau barang dan mengawasi keadaan-keadaan atau hal-hal yang mencurigakan disekitar tempat tugasnya.

d. Nasabah

Nasabah adalah semua orang atau pihak yang menggunakan jasa bank dan memiliki rekening di bank. Nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai seseorang atau pelanggan yang berhubungan langsung dengan Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi KCP Genteng Banyuwangi.

3. Kepuasan nasabah adalah

Kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap

suatu jasa atau pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Jika jasa atau pelayanan tersebut jauh dibawah harapan maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan tersebut memenuhi harapan maka konsumen akan puas.¹⁰

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas penelitian. Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel dan hipotesis dua atau lebih variabel.¹¹ Hipotesis dinyatakan dalam bentuk pernyataan sementara terhadap hasil penelitian, berikut adalah hipotesis dalam penelitian ini:

1. H_a : Diduga ada pengaruh pelayanan prima *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.
2. H_o : Diduga tidak ada pengaruh pelayanan prima *frontliner* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.

H. Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan sesuatu yang sangat penting karena berhasil atau tidaknya penelitian, demikian juga tinggi rendahnya kualitas

¹⁰Etta Mamang Sangadji & Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. (Yogyakarta : C.V Andi Offcet,2013), 181.

¹¹Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi* (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2005), 76.

hasil penelitiannya sangat ditentukan oleh ketepatan peneliti dalam memilih metode penelitiannya.

Maka jelaslah yang dimaksud metode penelitian adalah suatu cara yang dipergunakan dalam penelitian untuk memecahkan masalah dan untuk mencapai suatu tujuan yang telah dirumuskan sebelumnya. Adapun metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian pada dasarnya adalah suatu kegiatan atau proses sistematis untuk memecahkan masalah yang dilakukan dengan menerapkan metode ilmiah. Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Sesuai dengan namanya, dalam penelitian kuantitatif banyak di tuntut menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dari hasilnya.¹²

Penelitian ini menggunakan pendekatan data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel yakni para nasabah dan orang – orang yang terlibat yang di minta untuk menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan presentase tanggapan mereka.

2. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi. Dari keseluruhan

¹²Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian suatu pendekatan Praktek Edisi Revisi VI* (Jakarta; Rineka Cipta, 2006), 12.

populasi tersebut, peneliti mengambil sampel PT. Bank Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi untuk dijadikan sebagai objek penelitian.

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *Accidental Sampling*, yaitu sampel merupakan nasabah yang melakukan transaksi pada saat penelitian. Ciri-ciri atau sifat-sifat yang digunakan adalah nasabah yang melakukan transaksi di bank sebagai sampel.

Dalam menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dapat dilakukan dengan rumusan sebagai berikut:

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

n = jumlah sampel

N = ukuran populasi

e = batasan kesalahan 10%, Semakin besar tingkat kesalahan maka akan semakin kecil jumlah sampel yang diperlukan.¹³

$$n = \frac{20.000}{1 + 20.000(10\%)^2}$$

$$n = \frac{20.000}{1 + 20.000(0.01)}$$

$$= \frac{20.000}{201}$$

$$= 99,50 /100 \text{ Nasabah}$$

¹³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 86.

Berdasarkan perhitungan diatas dengan jumlah populasi 20.000 orang nasabah, maka diperoleh 99,50 responden. Namun dalam penelitian ini jumlah responden yang diambil berjumlah 100 responden.¹⁴

3. Sumber Data

Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer ini sebut juga data asli atau data baru.
- b. Data sekunder yaitu Data sekunder dalah data yang di peroleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian, data yang diperoleh dalam bentuk dokumentasi, kepustakaan dan internet.

4. Teknik dan instrumen pengumpulan data

Bagian terpenting dalam melakukan proses penelitian adalah yang berkenaan dengan data penelitian. Sebab inti dari sebuah penelitian adalah terkumpulnya data atau informasi. Kemudian data itu diolah atau dianalisa dan akhirnya hasil analisis tersebut diterjemahkan atau diinterpretasikan sebagai kesimpulan penelitian.

Adapun instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah :

¹⁴ Wawancara bersama Anita Asyfurina, (Jumat, 13 Mei 2016).

a. Observasi

Yaitu metode penelitian dengan pengamatan yang dicatat secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki.¹⁵ Teknik ini juga digunakan untuk pengumpulan data yang kompleks dan tidak terbatas pada orang, tetapi juga pada objek-objek lain. Dengan kata lain metode ini bisa dilakukan dengan terlibat langsung atau hanya sebagai pengamat kegiatan sehari-hari atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.¹⁶

Observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Jadi, mengobservasi dapat dilakukan dengan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba, dan pengecap. Apa yang dikatakan ini sebenarnya adalah pengamatan langsung. Di dalam artian penelitian observasi dapat dilakukan dengan tes, kuisisioner, rekaman, gambar, rekaman suara.¹⁷ Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu untuk melihat kepuasan nasabah yang diakibatkan oleh pelayanan prima *frontlinier* itu sendiri.

b. Wawancara

Yang di maksud dengan wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan acara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara

¹⁵Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta : penerbit Andi. 2004), 151.

¹⁶Sugiono, *Metode Penelitian*, 145.

¹⁷Arikonto, *Prosedur Penelitian*, 199-200.

dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (panduan wawancara).¹⁸

Dalam metode ini, peneliti menggunakan wawancara terstruktur karena wawancara ini dilakukan kepada wawancara kepada pimpinan, karyawan bank, dan nasabah.

c. Angket atau Kuesioner

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹⁹

Teknik pengumpulan data yang diperlukan dengan cara mengajukan daftar pernyataan langsung kepada nasabah yang ada di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi dengan tujuan untuk menentukan frekuensi dan presentase atas tanggapan mereka. Jadi responden yang berjumlah 100 nasabah mengisi angket yang berisi pertanyaan-pertanyaan mengenai :

- 1.) Pernyataan yang berhubungan dengan pelayanan yang dimiliki oleh PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.

Dalam penelitian ini, setiap pernyataan dikembangkan dari indikator dalam kuesioner penelitian. Untuk member skor pada angket dalam penelitian ini menggunakan *Skala Likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi

¹⁸Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 170.

¹⁹Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 142.

seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.²⁰ Jawaban setiap instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor :

- a. Skor 5 untuk Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 4 untuk Setuju (S)
- c. Skor 3 untuk Netral (N)
- d. Skor 2 untuk Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS)

Penggunaan 5 kategori dalam skala diatas karena dipandang dapat mewakili dengan baik tingkat intensitas penilaian responden.

d. Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, penelitian menyelidiki benda – benda tertulis seperti buku – buku, majalah , dokumentasi, peraturan – peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.²¹

Dalam penelitian ini data – data yang ingin di peroleh dari metode dokumentasi adalah sebagai berikut :

²⁰Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 93.

²¹Suharsimi, *Prosedur Penelitian*, 201.

1. Sejarah berdirinya PT.Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.
2. Letak geografis PT.Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.
3. Visi dan Misi PT.Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.
4. Produk – produk PT.Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.
5. Sarana dan Prasarana PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi
6. Data-data lain yang dibutuhkan.

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mengolah data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.²² Adapun alat analisis kuantitatif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

²²Sugiyono, *Metode Penelitian*, 147.

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1.) Uji Validitas

Validitas merupakan gejala ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.²³

Cara mengukur validitas kuesioner dilakukan dengan menghitung nilai korelasi antar data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan koefisien determinasi= r^2 .

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$. jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom Corrected Item To Correlation) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.²⁴

2.) Uji Reliabilitas

Reliable artinya data yang diperoleh melalui kuesioner hasilnya konsisten bila digunakan peneliti lain. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan one shot atau pengukuran sekali saja, dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan

²³Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif R&D*, 267.

²⁴Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: UNDIP 2001), 143.

Uji reliabilitas dilakukan dengan program *SPSS 22 for windows*, yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji Statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$

b. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari dari penyimpangan data terdiri dari heteroskedastisitas, dan normalitas. Uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut :

a.) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal ataukah tidak. Jika residual data tidak terdistribusi normal maka dapat disimpulkan statistik tidak valid. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual data berdistribusi normal ataukah tidak yaitu dengan melihat graffik normal *probability plot*, yaitu jika titik-titk plot berada disekitar garis diagonal dan tidak melebar dari garis diagonal, maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.²⁵

Dalam penelitian ini peneliti menguji asumsi klasik normalitas data dengan menggunakan alat bantu *IBM SPSS 22*

²⁵Hengky Latan, *Analisis Multivariate : Teknik Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2013), 56.

dengan melihat grafik histogram (*Normalitas Probability Plot*).

b.) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah variasi residual absolute sama tidak sama untuk semua pengamatan. Jika variasi dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Apabila uji heteroskedastisitas tidak terpenuhi maka penaksir tidak efisien dalam skala besar maupun kecil, dan estimasi koefisien menjadi kurang akurat.

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan analisis *scatterplot*. Dalam pengujian *scatterplot*, model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas harus memenuhi syarat sebagai berikut :

- a.) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- b.) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini peneliti menguji asumsi klasik heteroskedastisitas data dengan menggunakan alat bantu *IBM SPSS v.22* dengan melihat grafik *scatterplot*.

c. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi merupakan teknik analisis regresi yang menganalisis model secara sederhana dengan hanya menggunakan satu variabel independen dan satu variabel saja.

Adapun variabel bebas dari penelitian ini adalah Pelayanan Prima. Sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan nasabah.

Rumus sebagai berikut :

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

Keterangan : Y :Variabel dependent (Kepuasan Nasabah)

α : Konstanta atau intercept

β : koefisien variabel

ε : error

Untuk mengetahui serta menentukan pengaruh koefisien variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan bantuan SPSS.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Bahwa R^2 adalah koefisien determinasi yakni suatu nilai yang menggambarkan total variasi dari Y (variabel terikat) dari

suatu persamaan regresi. Nilai koefisien determinasi yang besar menunjukkan bahwa regresi tersebut mampu dijelaskan secara besar pula.

Pada intinya, koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependent sangat terbatas. Untuk menentukan nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan nilai *Adjusted R Square*.²⁶

e. Analisis Uji t (Uji Parsial)

Uji statistic t pada dasarnya digunakan untuk membandingkan rata - rata dua populasi dengan data yang berskala interval.²⁷

Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut :

1. Menentukan Formulasi Hipotesis

- a) $H_0 : b_1 : b_2 = 0$. Artinya, variabel independen bukan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b) $H_a : b_1 : b_2 \neq 0$. Artinya, variabel independen merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

²⁶Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Spss*.(Semarang: Universitas Diponegoro.), 83.

²⁷Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, 154.

2. Menentukan Derajat Kepercayaan 5% ($\alpha=0.05$) dari t_{hitung} < t_{tabel} maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
3. Menentukan t_{hitung}
4. Menentukan t_{tabel} (diambil dari hasil tabel distribusi t pada $\alpha = 5\%$)
5. Membuat kesimpulan
 - a) Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima menyatakan bahwa variable independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
 - b) Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, maka menyatakan bahwa variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

I. Sistematika Pembahasan

Bagian ini berisi tentang deskripsi alur pembahasan Skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskripsi naratif, bukan seperti daftar skripsi. Secara global sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

bab ini merupakan dasar dalam penelitian yang terdiri dari: latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, metode penelitian dan sistematika pembahasan .

BAB II: KAJIAN KEPUSTAKAAN

Bab Ini mengurai tentang kajian kepustakaan yang meliputi: penelitian terdahulu, dan kajian teori.

BAB III: PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini membahas penyajian data dan analisis yang meliputi : gambaran objek penelitian, penyajian data , analisis dan pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB IV: PENUTUP atau KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas tentang penutup yang meliputi : kesimpulan dan saran – saran dari penelitian yang telah dilakukan.

Bagian akhir : Daftar Pustaka, pernyataan keaslian tulisan dan lampiran-lampiran.

IAIN JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Kajian Terdahulu

No.	Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Amelia Yulinsa	Analisis Pelayanan Prima terhadap kepuasan nasabah di Bank BRISyariah kantor Cabang Pembantu Cipulir. ¹	Variabel X : Pelayanan Prima Variabel Y : Kepuasan Nasabah	Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima yang diterapkan di BRISyariah pada produk tabungan iB BRISyariah adalah melalui berbagai aspek yaitu melalui inpiut nasabah penabung, aturan bank BRISyariah melakukan pelayanan prima sehingga persaingan dalam dunia perbankan untuk mereputkan kualitas pelayanan dan berbagai upaya pembentukan output yang berkualitas. Dengan melalui berbagai macam teknik dan strategi

¹Amelia Yulinsa, 2014, *Analisis Pelayanan Prima terhadap kepuasan nasabah di Bank BRISyariah kantor Cabang Pembantu Cipulir*. (Skripsi, Cipulir: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

				<p>pelayanan dan dengan program tabungan 7 faedah agar output yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan oleh Bank BRISyariah KCP Cipulir.</p>
2	Titin Siti Alimah	<p>Pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah di BMT Hasanah Prambanan Klaten.²</p>	<p>Variabel X : Pelayanan Karyawan Variabel Y : Kepuasan Nasabah</p>	<p>Dari hasil penelitian diperoleh bahwa dari hasil korelasi product moment dan pearson dengan taraf signifikansinya 0,05 diperoleh nilai r hitung lebih besar 0,272 lebih besar dari r tabel sebesar 0,176. Dengan nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah.</p>
3.	Ariyanti Sunarno	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan</p>	<p>Variabel X : Kualitas</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan</p>

²Titin Siti Alimah, 2007, *Pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah di BMT Hasanah Prambanan Klaten*. (Skripsi, Klaten: Universitas Negeri Sunan Kalijaga).

		<p><i>Frontlinier Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung.</i>³</p>	<p>Pelayanan Variabel Y : Loyalitas Nasabah</p>	<p>bahwa kualitas pelayanan <i>Frontlinier</i> secara keseluruhan sebanyak 3,38 yang artinya kualitas pelayanan dapat dinilai baik. Loyalitas nasabah secara keseluruhan 3,40 artinya loyalitas nasabah dapat dinilai cukup tinggi. Adapun pengaruh kualitas pelayanan <i>frontlinier</i> terhadap loyalitas nasabah tinggi terlihat dari nilai R square sebesar 0,788. $t_{hitung} > t_{tabel} = 18,994 > 1,985$. Sedangkan besarnya sig hitung adalah 0,00 karena $0,00 > 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya kualitas pelayanan <i>frontlinier</i> berpengaruh tinggi terhadap loyalitas nasabah.</p>
--	--	--	---	--

³Ariyanti Sunarno, 2011, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontlinier Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung*. Skripsi, Bandung: Universitas Islam Bandung).

1. Perbedaan dengan penelitian terdahulu

Penelitian Pertama, pada penelitian pertama meneliti tentang analisis pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah. Yang membedakan pada penelitian ini adalah teknik analisis yang digunakan dan jenis penelitian menggunakan kualitatif dengan metode deskriptif. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

Penelitian Kedua, pada penelitian kedua ini meneliti tentang pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah. Meskipun sama-sama meneliti tentang kepuasan nasabah, namun yang membedakan dalam penelitian ini adalah variabel independen pelayanan karyawan, sedangkan pada penelitian ini menggunakan independen pelayanan prima.

Penelitian Ketiga, pada penelitian ketiga ini meneliti tentang kualitas pelayanan *frontlinier* terhadap loyalitas nasabah, meskipun sama-sama meneliti tentang pelayanan, namun yang membedakan dalam penelitian ini adalah variabel independen kualitas pelayanan dan variabel dependen loyalitas nasabah, sedangkan pada penelitian ini peneliti menggunakan variabel independen pelayanan prima dan variabel dependen kepuasan nasabah.

B. Kajian Teori

1. Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Kata pelayanan secara etimologis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain” pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen untuk nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki, sejalan dengan pengertian tersebut dapat dijabarkan karakteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut :

- a. pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- c. kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Karakteristik tersebut dapat diwujudkan sebagai dasar pemberian pelayanan terbaik bagi nasabah. Pengertian lebih luas disampaikan David Dow dan Uttal bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan. Sedangkan pengertian pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah “*Service Excellent*” yang secara harafiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik karena sesuai dengan standart pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberi pelayanan, dalam konteks ini adalah bank.

Pengertian pelayanan prima atau pelayanan unggulan kepada nasabah itu sendiri dapat diperluas menjadi bagaimana pihak pemberi layanan, dalam hal ini pihak bank memberikan layanan secara maksimal kepada nasabah, dan kesiapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara profesional. Pelayanan ini akan menimbulkan kesan yang baik bagi nasabah sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk menjadi rekan bisnis bank dengan baik. Pelayanan prima mencerminkan pendekatan seluruhnya dari seorang karyawan bank kepada nasabahnya. Bentuk pelayanan prima yang baik adalah yang dilakukan dengan ramah, cepat, tepat, dan nyaman sehingga memenuhi kepuasan atau harapan nasabah. Pelayanan prima, sebagaimana tuntutan pelayanan yang memuaskan pelanggan/masyarakat, maka memerlukan persyaratan agar dapat dirasakan oleh setiap pelayanan untuk memiliki kualitas kompetensi yang profesional, dengan demikian kualitas kompetensi profesionalisme menjadi sesuatu aspek penting dan wajar dalam setiap transaksi. Pelayanan prima adalah segala upaya terbaik dan sempurna dari seseorang yang diwujudkan dalam bentuk memenuhi kebutuhan orang lain, sehingga orang tersebut merasa puas.

Pelayanan prima adalah layanan yang bermutu tinggi, layanan yang istimewa yang terbaik dan layanan yang prima. *Service Exellent* menggambarkan etos/budaya kerja suatu perusahaan/bank/organisasi dan karyawannya. Apapun pelayanan kepada masyarakat tentunya ada

suatu ketepatan tata lasananya, prosedur dan kewenangan sehingga penerima pelayanan puas apa yang telah diterimanya. Untuk memberikan pelayanan yang baik, cepat, tepat dan cermat, maka suatu bank perlu memahami dan melaksanakan budaya pelayanan prima, yaitu suatu sistem pelayanan yang bertujuan untuk menyenangkan dan memuaskan nasabah. Pelayanan prima harus disesuaikan dengan tuntutan dari pihak nasabah, karena pelayanan menjadi titik tolak kepuasan nasabah.

Untuk memahami lebih jauh mengenai budaya layanan prima, maka seorang petugas harus mengetahui apa saja ciri-ciri yang mendasari suatu layanan dikatakan sebagai ciri budaya layanan prima, sebagai berikut:

1. Sistem (*Method*)

Suatu layanan prima harus didukung dengan adanya suatu sistem dan prosedur pelayanan yang baik dan efisien yang diejawantahkan melalui kegiatan operasional sehari-hari. Metode layanan prima yang dianut oleh suatu perusahaan, khususnya bank dituangkan dalam suatu sistem dan prosedur yang mudah dipahami, dapat diterapkan dengan baik dan menjadikan suatu standard layanan bagi institusi tersebut.

2. Perlengkapan Operasional (*Machines*)

Pelayanan prima harus didukung dengan adanya peralatan atau perlengkapan yang canggih, modern, dan terutama adalah

mampu mendukung layanan itu sendiri menjadi lebih cepat, efisien dan hasil dari pelayanan itu dapat memenuhi atau bahkan melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan. Peralatan atau perlengkapan ini juga untuk mendukung tertib administrasi atau pelayanan itu sendiri.

3. Karyawan/Pegawai yang professional

Memenuhi persyaratan fisik, mental, kepribadian maupun persyaratan sosial, mengenal banknya dengan baik, mengenal produk-produk banknya, termasuk manfaat dan cirri-cirinya, mengenal nasabah dengan keinginan dan kebutuhannya, memiliki pengetahuan tentang menjual produktif, menguasai prosedur pelayanan yang baik, mengetahui etika pelayanan, memiliki pengetahuan tentang dasar-dasar komunikasi, memiliki pengetahuan tentang hubungan dengan nasabah, dapat mengoperasikan perlengkapan operasional dengan baik, mengetahui ketentuan - ketentuan tentang rahasia bank (nasabah merasa aman), dapat dipercaya, bertanggung jawab, cepat tanggap, dapat membantu menyelesaikan permasalahan - permasalahan yang dihadapi nasabah (solusinya).

4. Pimpinan (*Management*)

Ada partisipasi dan bimbingan secara aktif dari pimpinan, dengan memahami dan melaksanakan budaya pelayanan prima, maka daya saing bank akan meningkat. Setiap pekerjaan adalah

potret diri dari pelakunya. Kadangkala kualitas yang berbeda merupakan kegagalan dan keberhasilan dalam melakukan sesuatu mendekati kebenaran atau melakukannya secara cepat, berkualitas adalah seperti membubuhkan tanda tenganya sendiri. Jadi, kepuasan Customer/Nasabah identik dengan “sukses”.

Berikut adalah manfaat yang dapat diperoleh sebuah perusahaan atau institusi perbankan dengan melaksanakan budaya pelayanan prima bagi nasabahnya :

1. Meningkatkan citra perusahaan

Berawal dari tingkat persaingan semakin tajam diantara para pesaing, maka perusahaan harus meningkatkan pelayanan terhadap nasabah dengan cara mengadakan pendidikan mengenai pelayanan prima.

2. Promosi bagi Bank

Dengan memberikan pelayanan prima kepada nasabah, dan apabila nasabah merasa terpuas kebutuhannya, maka nasabah akan menyampaikannya kepada orang lain. Penyampaian informasi itu merupakan promosi gratis bagi perusahaan.

3. Menciptakan kesan pertama yang baik

Apabila kita terbiasa dengan pelayanan prima yang kita berikan kepada setiap nasabah, terutama calon nasabah akan

mendapatkan suatu kesan pertamanya yang lebih mendalam, karena pelayanan yang kita berikan sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

4. Meningkatkan daya saing

Semakin tajam persaingan yang biasanya perusahaan berlomba-lomba untuk memberikan hadiah. Ada juga nasabah yang senang dengan hadiah, tetapi pada umumnya nasabah akan tertarik dengan hal itu. Tetapi ada nasabah yang senang sekali apabila diberikan pelayanan yang prima dengan senang hati.

5. Meningkatkan Loyalitas nasabah

Pelayanan prima yang diberikan kepada para nasabah dan calon nasabah akan memberikan dampak kepuasan nasabah akan menjadi loyal sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam jangka panjang.⁴

Service excellent merupakan salah satu komponen terpenting yang harus dijalankan oleh semua perusahaan supaya tetap bertahan ditengah persaingan global saat ini. *Service excellent* hanya bagian kecil dari sistem manajemen perusahaan yang kompleks, tetapi apabila dijalankan dengan pemahaman yang benar dan tujuan yang mulia maka akan memberikan sesuatu yang baik untuk setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa/layanan public.

⁴Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (PT: Gramedia Pustaka Utama, 2004), 75.

Pelayanan terbaik adalah bertitik tolak pada konsep kepedulian kepada pelanggan untuk menciptakan kepuasan. Pelayanan public/prima berorientasi pada kepentingan dan kebutuhan para pelanggan sehingga memungkinkan memberikan kepuasan yang optimal.

Dalam memahami konsep pelayanan prima, terdapat beberapa konsep yang berpengaruh yaitu terdiri dari pemahaman terhadap konsep diri sebagai pelayanan public, pemahaman konsep pelayanan dan konsep pelanggan, pemahaman terhadap orang lain, konsep penanganan keluhan dan konsep dinamika kelompok. Interaksi antar konsep tersebut itulah yang membuat konsep pelayanan prima sebagaimana pada gambar berikut :



Gambar : Hubungan antara konsep pembentuk *service excellent*

2. Kompetensi Pelayanan Prima

S (Self Awareness and Self Esteem), yaitu menanamkan kesadaran diri bahwa melayani adalah bagian dari citra diri sebagai seorang dalam menjalankan misinya dalam kehidupan.

E (Empathy and Enthusiasm), yaitu melakukan empati dan melayani dengan antusias, sikap ini akan memberikan efek batin bagi diri sendiri dan orang lain.

R (Reform and Recover), yaitu berusaha untuk lebih baik dan lebih baik lagi, dan selalu memperbaiki dengan cepat setiap ada keluhan atau sesuatu yang bisa merusak layanan anda.

V (Victory and Vision), yaitu melayani ingin merebut hati dan membawa misi untuk membangun harapan bersama, dalam melayani kita harus memiliki pandangan kedepan untuk melakukan perbaikan dan peningkatan mutu

I (Inisiatif, Impressive and Improvement), yaitu memiliki inisiatif yang tinggi, memiliki kepekaan untuk mengawasi dalam melayani, memberikan pelayanan yang mengesankan dan selalu berusaha untuk meningkatkan perbaikan dalam pelayanan.

C (Care, cooperativeness and Communication), yaitu menunjukkan perhatian yang sangat mendalam dan mengembangkan nilai-nilai yang mampu memberikan kerja sama.

E (Evaluation and Empowerment), yaitu melakukan penilaian, dan mengupayakan untuk selalu memberdayakan seluruh aset yang ada pada diri anda.⁵

3. Jenis-Jenis yang Khusus Memberikan Pelayanan

a. Customer Service

⁵akh.Muwafik Saleh, *Public Service*, 71.

Customer Service (CS) merupakan petugas atau karyawan yang sengaja dibentuk untuk melayani karyawan oleh industri keuangan seperti perbankan, asuransi atau *leasing*. Fungsi CS adalah sebagai *resepsionis*, *deskman*, *salasman*, *customer relation officer*, dan *komunikator*. Sebagai *resepsionis* artinya seorang CS berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke perusahaan. Dalam hal menerima tamu, CS harus bersikap ramah, sopan dan menyenangkan. Sebagai *deskman*, artinya seorang CS berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Sebagai *Salesman*, CS berfungsi sebagai orang yang menjual produk sekaligus sebagai pelaksana *Cross Selling*. Sebagai *Customer relation officer*, yaitu berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, dan sebagai *komunikator*, CS berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara perusahaan dengan nasabah.

b. Teller/Kasir

Khusus untuk teller atau kasir, fungsi pelayanannya sangat berbeda dengan CS, walaupun sebagai fungsi CS secara tidak langsung juga diemban oleh teller. Fungsi teller yang pertama adalah sebagai orang menerima semua setoran uang (tunai dan nontunai) dari

berbagai pihak. Artinya semua uang yang keluar dari perusahaan harus melewati kasir atau *teller*.

c. Satpam

Tugas satuan pengamanan (satpam) dalam memberikan pelayanan sangat memengaruhi kualitas pelayanan perusahaan secara keseluruhan. Satpam yang bertugas melindungi seluruh aset perusahaan juga berkewajiban melindungi keamanan nasabah. Nasabah akan merasa aman untuk melakukan kegiatan jika dijaga oleh keamanan yang baik. Keamanan yang baik tidak hanya bertindak tegas akan tetapi juga ramah, sopan, dan lemah lembut terhadap nasabah.

d. Operator Telepon

Operator telepon adalah petugas yang bertugas menerima telepon dari nasabah atau melakukan komunikasi lewat telepon dengan nasabah. Penerima telepon harus bersuara lembut dan ramah karena jika suara di telepon kurang jelas dapat menimbulkan salah paham. Peranan operator telepon juga sangat besar pengaruhnya terhadap kualitas layanan yang diberikan nantinya.

4. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik.

a. Tersedianya karyawan yang baik.

Kenyamanan nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, karyawan harus ramah, sopan dan menarik. Disamping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai, berbicara,

menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi, cepat dan cekatan.

b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik.

Pada dasarnya nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah, salah satu hal yang paling penting diperhatikan, disamping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki oleh perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman atau betah dalam ruangan tersebut.

c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.

Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai.

Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu, karyawan yang dari awal menangani masalah tersebut, segera mengambil alih tanggung jawabnya. Risikonya apabila karyawan yang tidak dilayani secara tuntas akan menjadi preseden yang buruk bagi perusahaan.

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat.

Mampu melayani secara cepat dan tepat artinya dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan nasabah.

e. Mampu berkomunikasi.

Mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Karyawan juga harus mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Selain itu, karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami dan dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi artinya karyawan harus menjaga kerahasiaan nasabah terutama yang berkaitan dengan uang dan pribadi nasabah. Khusus untuk nasabah lembaga keuangan seperti bank, kerahasiaan nasabah sangat dijunjung tinggi. Bank tidak boleh sembarangan memberikan informasi kecuali memang dipersyaratkan oleh undang-undang.

g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas karyawan selalu berhubungan dengan manusia. Karyawan perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja. Kemampuan dalam bekerja akan mampu mempercepat proses pekerjaan sesuai dengan waktu yang diinginkan.

h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.

Berusaha memahami kebutuhan nasabah artinya karyawan harus cepat terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Karyawan yang lambat akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah secara cepat.

i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

Kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah diperusahaan yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama perlu dijaga kepercayaannya agar tidak lari. Semua ini melalui pelayanan karyawan khususnya dari seluruh karyawan umumnya.⁶

5. Pelayanan Prima dalam Perspektif Islam

⁶Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), 39.

Dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, seharusnya karyawan menjaga amanah dan kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan serta konsumen untuk melakukan pelayanan dengan baik. Seperti yang tertulis dalam surat Al-Anfaal ayat : 27

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَخُوْنُوْا اللّٰهَ وَالرَّسُوْلَ وَخُوْنُوْا اٰمَنَتِكُمْ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

Artinya :”Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”(Taufiq, Al-Qur’an Indo; 2003)

Saat memberikan servis atau pelayanan kepada pelanggan sebaiknya dilakukan dengan sepenuh hati untuk membantu konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, tanpa adanya paksaan. Kejujuran dan pelayanan yang baik, ramah, sopan dan membuat mereka merasa nyaman itu akan membuat pelanggan senang dan mendapatkan pelayanan yang memuaskan.⁷

Kepuasan Nasabah

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan

⁷ <https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://ethenses.uin-malang.ac.id> (20 Mei 2016).

konsumen adalah kinerja dan kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Beberapa dimensi pengukuran kepuasan konsumen yang sering dipakai antara lain :

- a. *Responsiveness* (ketanggapan) yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.
- b. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c. *Emphaty* (empati) yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta pengetahuan untuk dihubungi.
- d. *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.
- e. *Tangibles* (bukti langsung) yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi.⁸

Kepuasan konsumen diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Setelah mengonsumsi produk, konsumen akan merasakan kepuasan atau kekecewaan.

⁸Akh. Muwafik Saleh, *Public Service Communication*, 143

Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli ulang produk. Sebaliknya jika kecewa, konsumen tidak akan membeli produk yang sama lagi dikemudian hari.

Produk dan layanan yang berkualitas berperan penting untuk membentuk kepuasan konsumen, selain untuk menciptakan keuntungan bagi perusahaan, semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Kivetz dan Simonson, kepuasan konsumen bisa menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen; membentuk rekomendasi dari mulut kemulut yang dapat menguntungkan perusahaan.⁹

1. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan

Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan, yaitu sebagai berikut :

a. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pada pelanggan (*customer-centered*) memberikan kesempatan yang luas bagi para konsumen untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, menyediakan kartu komentar, dan sebagainya.

Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada

⁹Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen*, 181.

perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat mengatasi masalah.

b. Survey kepuasan pelanggan

Metode ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi. Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen, sekaligus memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

Pengukuran konsumen melalui metode ini dapat dilakukan dengan cara berikut :

- 1) *Directly reported satisfaction*, yaitu pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan, seperti “seberapa puas anda terhadap pelayanan PT A pada skala : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.
- 2) *Derived dissatisfaction*, yaitu pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.
- 3) *Problem analisis*, yaitu pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok berikut :
 - a. Masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan.
 - b. Saran-saran untuk melakukan perbaikan.

4) *Importance-Performance Analysis* yaitu responden diminta untuk merangking berbagai atribut dari penawaran berdasarkan tingkat pentingnya setiap atribut dan merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam setiap atribut.

5) *Ghost Shopping* yaitu metode yang dilakukan dapat mempekerjakan beberapa orang (*Ghost Shopper*) untuk berperan sebagai konsumen potensial produk perusahaan pesaing, lalu menyampaikan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing. Selain itu, *Ghost Shopper* juga dapat mengamati cara penanganan keluhan.

6) *Lost Customer Analysis* yaitu perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli dan beralih pemasok. Hal ini dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai penyebab terjadinya hal tersebut, informasi ini bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.¹⁰

2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Lupiyoadi menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain sebagai berikut.

¹⁰ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen (Teori dan Praktik)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 239.

- a. Kualitas produk, yaitu konsumen akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, yaitu konsumen akan puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik yang sesuai dengan harapan.
- c. Emosional, yaitu konsumen merasa puas ketika memujinya karena menggunakan merek yang mahal.
- d. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- e. Biaya, yaitu konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

3. Ciri-Ciri Konsumen yang Puas

Kotler menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas adalah sebagai berikut :

- a. Loyal terhadap produk, yaitu pembelian ulang dari produsen yang sama.
- b. Adanya komunikasi dari mulut kemulut yang bersifat positif, yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain yang mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan produk yang dikonsumsi.

c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama, yaitu ketika membeli merek lain, perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan utama.¹¹

4. Faktor-faktor penunjang kepuasan konsumen

Pelanggan tidak membeli produk atau jasa, melainkan membeli sebuah manfaat. Saat pelanggan puas terhadap manfaat pelayanan yang telah mereka terima maka akan memberikan dampak yang baik. Seorang pelanggan yang puas dan memperoleh manfaat akan bercerita kepada orang-orang terdekat, dan secara tidak sadar mereka ikut mempromosikan kepada orang lain.

Untuk mencapai kepuasan pelanggan dalam konteks pelayanan diperlukan beberapa kondisi dan usaha, antara lain :

- a. Pemahaman tentang filosofi kepuasan pelanggan.
- b. Mengetahui kebutuhan dan harapan pelanggan.
- c. Membuat standar dan pengukuran kepuasan pelanggan.
- d. Orientasi karyawan dalam pelayanan.
- e. Pelatihan.
- f. Keterlibatan karyawan.
- g. Pengakuan dan penghargaan.

Faktor – faktor penunjang dalam rangka memberikan pelayanan kepada pelanggan yang bermutu, terdiri dari :

1. Sikap

¹¹ Ibid., 238.

Sikap yang menunjang keberhasilan dalam pelayanan yang bermutu, adalah:

- a. Percaya diri
 - b. Selalu berfikir dan bersikap positif
 - c. *Service Oriented* (berorientasi melayani bukan dilayani)
 - d. Disiplin
 - e. Sopan, ramah dan terbuka
 - f. Memiliki kemampuan untuk memberikan konsultasi
 - g. Memiliki semangat dan energi
 - h. Memiliki kemampuan untuk toleransi terhadap keadaan-keadaan yang dapat menimbulkan frustrasi
 - i. Memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan
 - j. Dedikasi tinggi dan setia terhadap perusahaan
 - k. Dapat bekerjasama
 - l. Bersikap dewasa
 - m. Dapat mengontrol diri-sendiri
 - n. *Visioner* (Memiliki pandangan yang jauh kedepan mengenai pekerjaan dan karir)
 - o. Mampu berkomunikasi dengan baik
 - p. Menampilkan citra diri yang tepat
2. Mempunyai etika dan etiket

Dengan memperhatikan etiket akan menunjang keberhasilan dalam pelayanan pelanggan yang bermutu, etiket tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Kesan pertama dan kesan terakhir yang baik
 - b. Memberikan kesan positif terhadap diri sendiri dan perusahaan
 - c. Sikap sopan santun dalam menerima tamu dan bertamu
 - d. Sikap tubuh yang baik
 - e. Etika berbicara, bertelepon dan berbusana.
3. Komunikasi

Komunikasi pada intinya adalah penyampaian pesan, yang dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung yang harus diperhatikan dalam berkomunikasi :

- 1) Secara verbal yaitu mudah dimengerti dan jelas, tidak menggunakan kata-kata yang sulit dimengerti, pengucapan kata-kata yang tepat.
- 2) Secara Non Verbal
 - a) Kontak mata
 - b) Ekspresi wajah
 - c) Senyum
 - d) Gerak tubuh
 - e) Sikap tubuh
- 3) Menjadi pendengar yang baik
 - a) Mampu berempati

- b) Bisa memberikan pendapat
- c) Dapat mengingatkan hal-hal yang penting

4. Penampilan Diri

Didalam dunia bisnis, penampilan lebih kepada sikap respek terhadap orang lain, terhadap pelanggan. Penampilan juga mencerminkan tingkat profesionalisme. Penampilan yang baik hendaknya selalu dalam keadaan rapi dan bersih, menghadirkan kepribadian yang sesuai dengan waktu, situasi, tujuan serta tempat pertemuan.¹²

Banyaknya faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang dapat membuat nasabah meninggalkan bank, baik untuk sementara waktu maupun untuk selamanya. Agar kejadian ini tidak terulang maka seorang karyawan bank, khususnya seorang petugas customer service harus mengetahui dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi seorang nasabah merasa tidak puas dan kemudian meninggalkan bank.

Beberapa faktor yang mempengaruhi pelayanan terhadap kepuasan nasabah sehingga nasabah dapat meninggalkan bank dan lari kepada bank pesaing, adalah sebagai berikut :

1. Pelayanan tidak memuaskan

Banyak hal yang menyebabkan nasabah tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh seorang customer service. Nasabah

¹²Susatyo Herlambang, *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran)*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014),79-82.

merasa tidak dilayani dengan baik (diabaikan), merasa disepelekan atau tidak diperhatikan atau kadang nasabah merasa tersinggung.

2. Produk yang tidak baik

Kelengkapan produk perbankan yang ditawarkan kurang sehingga pilihan yang sesuai dengan keinginan nasabah tidak tersedia. Produk perbankan yang ditawarkan tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dibandingkan dengan produk perbankan yang ditawarkan oleh bank pesaing.

3. Ingkar janji, tidak tepat waktu

Petugas perbankan tidak menepati janji seperti waktu pelayanan. Begitu juga dengan penyelesaian pekerjaan yang tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

4. Biaya yang relatif mahal

Biaya yang dibebankan kepada nasabah relatif mahal jika dibandingkan dengan bank pesaing. Hal ini juga menyebabkan nasabah meninggalkan bank yang bersangkutan.

Untuk mengatasi hal-hal tersebut di atas maka perlu diketahui cara-cara yang membuat nasabah merasa puas dan betah berurusan dengan bank yang bersangkutan, sebagai berikut :

1. Petugas perbankan yang menarik, baik dari segi penampilan dan gaya bicara yang tidak membosankan.

2. Sebagai petugas perbankan harus cepat tanggap keinginan nasabah dan cepat mengerjakan dan melayani nasabah. disamping itu pelayanan yang diberikan harus benar dan tepat waktu.
3. Menyediakan ruang tunggu yang nyaman seperti, ruang yang lebar, sejuk, penerangan yang cukup, dekorasi yang indah, suasana tenang, kebersihan selalu terjaga dan nasabah merasa aman.
4. Brosur yang tersedia lengkap dan mampu menjelaskan segala sesuatu sehingga sesuai dengan keinginan.¹³



¹³Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (PT: Gramedia Pustaka Utama, 2004), 83.

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.¹

Hadir dengan cita-cita membangun negeri, nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak awal pendiriannya.

Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah paska krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk dipanggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitulasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang

¹ www.syariahmandiri.co.id (senin, 16 Mei 2016).

Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. Sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindaklanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 Tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah . Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan system dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri

sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris : Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

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

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM (Bank Syariah Mandiri) hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi

Visi

“Bank Syariah Terdepan Modern”

Bank Syariah Terdepan: Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen *consumer, micro, SME, commercial, dancorporate*.

Bank Syariah Modern: Menjadi Bank Syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

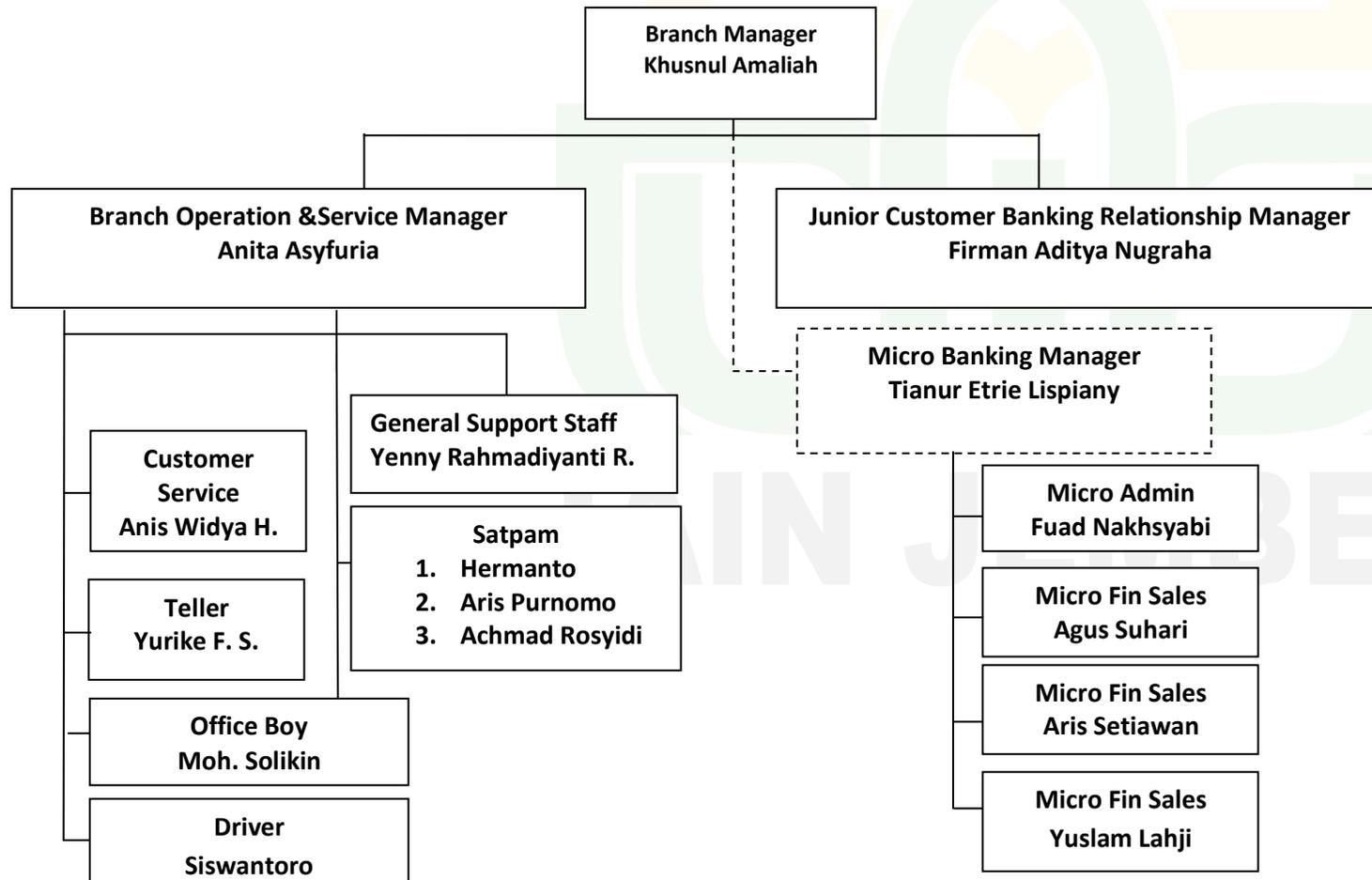
Misi

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
3. Mengutamakan penghimpunan dana dan penyaluran pembiayaan pada segmenritel.
4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
5. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
6. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.²

² Ibid.,

3. Struktur Organisasi

Tabel 3.1
Struktur Organisasi



4. Produk PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi

A. BSM Produk dana dan jasa Bank Syariah Mandiri

1. Tabungan BSM

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikannya dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM.

2. BSM Tabungan Simpatik

Tabungan berdasarkan prinsip *wadi'ahyad-dhamanah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

3. BSM Tabungan Investa Cendekia

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi.

4. BSM Tabungan Berencana

Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

5. TabunganKu

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

6. BSM Tabungan Mabrur

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

7. BSM Tabungan Mabrur Junior

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah khusus untuk usia di bawah 17 tahun.

8. BSM Tabungan Kurban

Media penyimpanan dana dalam bentuk tabungan di bank yang diperuntukkan bagi masyarakat untuk merencanakan investasi kurban.

9. BSM Deposito

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *mudharabah muthlaqah*.

10. BSM Giro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadi'ahyad-dhamanah*.

11. BSM giro singapura dollar

Sarana penyimpanan dana dalam matauang Singapore Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadi'ahyad-dhamanah*.

12. BSM giro euro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Euro untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadi'ahyad-dhamanah*.

13. BSM Produk Pembiayaan.

14. Pembiayaan pemilikan rumah (BSM Griya).

15. Pembiayaan pemilikan rumah (PUMP-KB Jamsostek)

16. Pembiayaan kendaraan bermotor (bsmoto).

17. Pembiayaan koperasi pada anggota (pkpa).

18. Bsm implan.

19. Pembiayaan kepada pensiunan.

20. Pembiayaan dana pendidikan.

B. BSM Transaksi Jasa-Jasa

1. *Payment Point* yaitu kegiatan kas di luar kantor Bank dalam rangka meningkatkan pelayanan Bank kepada masyarakat melalui kerjasama dengan pihak lain.

2. *E-Banking*

a) BSM Card adalah produk kartu yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Mandiri yang memiliki fungsi utama sebagai kartu ATM dan kartu Debit.

b) SMS Banking adalah jenis layanan perbankan yang berbasis SMS (jenis *plain text*) yang disediakan oleh

Bank Syariah Mandiri untuk memudahkan nasabah bertransaksi.

c) *Mobile Banking GPRS (MBG)* adalah saluran distribusi Bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan sarana telepon selular (ponsel). *BSM Net Banking (BNB)* adalah fasilitas layanan Bank yang dapat dimanfaatkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan yang ditentukan oleh bank melalui jaringan internet dengan sarana komputer yang dimiliki nasabah.

d) Debit Card adalah produk layanan yang dimiliki Bank Mandiri dalam hal pelayanan Debit Card diseluruh *merchant* yang terpasang EDC BM. *Merchant* adalah pedagang yang telah bekerjasama dengan Bank Mandiri untuk memperbolehkan pelanggannya membayar transaksi belanja di toko/outletnya dengan menggunakan fasilitas EDC BM.

3. *BSM E-Payroll* yaitu nama produk BSM yang disediakan untuk membantu proses pembayaran gaji karyawan suatu institusi.

4. *BSM Deposit Box (BDB)* yaitu produk layanan yang disediakan oleh Bank dalam bentuk kotak penyimpanan benda berharga, dokumen dan lain-lain yang ditempatkan diruangan

yang dilengkapi system pengaman terhadap bahaya api maupun bahaya-bahaya lain.

5. Bancassurance yaitu kerjasama antara bank dan perusahaan asuransi dalam melaksanakan penjualan produk asuransi atau produk bank dan asuransi melalui satu saluran distribusi.

6. Reksa Dana
7. Transfer
8. Inkaso
9. Bank Garansi
10. Westen Union

5. Prosedur Layanan Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi

a. Mekanisme Operasional Lembaga

Jam operasional atau jam pelayanan untuk nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi adalah hari Senin - Jumat (Kecuali tanggal merah), jam 08.00-16.00 WIB.

b. Prosedur Pelayanan

1) Tata Cara Pelayanan

- a. Menjalankan tatakrma dan tata laksana pelayanan sesuai dengan ketenyuan dan pedoman yang berlaku.
- b. Penggunaan pakaian seragam disesuaikan dengan standart penampilan pegawai BSM yang berlaku.

c. Menjaga situasi area meja kerja yang bersih, rapi, nyaman serta penggunaan inventaris (rak brosur, name desk, papan nisbah, stand pengumuman, tanaman hidup dan benda-benda lainnya) yang diperbolehkan di area meja kerja sesuai dengan ketentuan dan pedoman yang berlaku.

d. Pengendalian Proses Operasi

Bank Syariah Mandiri menetapkan kegiatan-kegiatan dalam proses pelayanan mulai dari perencanaan sampai dengan selesainya proses pelayanan yang dibuktikan adanya rekaman tercatat.

e. Validasi Proses

Bank Syariah Mandiri menetapkan prosedur validasi terhadap proses pelayanan yang tidak dapat diverifikasikan oleh pemantuan yang berurutan. dalam kondisi demikian penanganannya dilakukan dengan menggunakan sarana yang memadai (meliputi peralatan, tenaga maupun metode-metode yang diperlukan)

2) Standart Layanan

Standart Layanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi kepada nasabahnya adalah sebagai berikut³:

³ Buku 1, *Pedoman Pelayanan Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi*.

Persiapan Sebelum Layanan	Layanan Teller	Layanan Customer Service	Layanan Satpam
<p>a) Menjaga kebersihan Banking Hall</p> <p>b) Kelengkapan ATK (alat tulis kantor)</p> <p>c) Kebersihan Toilet</p> <p>d) Kelengkapan dan kebersihan meja kerja karyawan dan kursi nasabah</p>	<p>a) Proses penghitungan uang (manual/mesin)</p> <p>b) Mengkonfirmasi jumlah uang yang diterima nasabah</p> <p>c) Menawarkan bantuan lainnya</p> <p>d) Mengucapkan terimakasih dan salam.</p>	<p>a) Mengucapkan salam serta memperkenalkan diri kepada nasabah.</p> <p>b) Menanyakan permasalahan.</p> <p>c) Meminta identitas nasabah</p> <p>d) Menjelaskan secara detail kepada nasabah</p> <p>e) Menanyakan ketidakjelasan nasabah.</p> <p>f) Menawarkan bantuan lain kepada nasabah.</p> <p>g) Mengucapkan salam</p>	<p>a) Mengucapkan salam</p> <p>b). Menanyakan keperluan nasabah</p> <p>c). memberikan nomer antrian kepada nasabah dan megantarkan nasabah ke counter (CS atau Teller)</p> <p>d). Setelah melakukan transaksi, mengucapkan terimakasih dan salam.</p>

		dan terimakasih	
--	--	--------------------	--

Sumber : Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi, 2016

3) Tata Cara Menerima Nasabah

Satpam	Customer Service	Teller
<p>1. Menyambut nasabah dengan ucapan salam "<i>Assalamualai kum</i>" dan mempersilahkan nasabah yang datang ke kantor.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memberikan bantuan kepada nasabah yang dilihat perlu bantuan, dengan menawarkan secara santun. 	<p>2. Melayani nasabah dengan santun.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menyambut dengan ucapan salam "<i>Assalamualaikum</i>" dan mempersilahkan duduk. - Tidak membiarkan nasabah menunggu lebih dari 5 menit (Asumsi Customer Service berada di area Banking Hall). - Menanyakan kepada nasabah "<i>Apa yang bisa dibantu</i>" - Saat melayani selalu ramah dan konsentrasi 	<p>3. Melayani nasabah dengan santun.</p> <ul style="list-style-type: none"> - mengucapkan salam "<i>Assalamualaikum</i>" - Menanyakan kepada nasabah <i>Apa ada yang bisa saya bantu bapak/ibu</i>" - Saat melayani selalu ramah dan konsentrasi pada saat bertransaksi dengan nasabah - Apabila transaksi telah selesai, ucapkan "<i>terimakasih, ada yang bisa saya bantu lagi Bapak/ ibu??</i>"

	<p>pada masalah yang dibicarakan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menatap lawan bicara. <p>Apabila nasabah ingin bertemu dengan atasan, segera menghubungi atasan terkait.</p> <p>Bila atasan ada di tempat dan bisa menerima nasabah, antarkan nasabah hingga menghadap atasan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Jika tidak ada ucapkan <i>”Terima kasih, Assalamualaikum”</i>.
--	--	--

4) Sasaran Pelayanan

Tercapainya pelayanan yang cepat dan benar meliputi :

No	Jenis Pelayanan	Ukuran/Waktu
1	Transaksi Tunai : <ul style="list-style-type: none"> a. Penerimaan Setoran Tunai b. Penarikan/Pengurangan Tunai 	10 Menit 15 Menit
2	Penerimaan Setoran non Tunai	5 Menit
3	Penerimaan Setoran Kliring	3 Menit
4	Transaksi Transfer <ul style="list-style-type: none"> a. Transfer Melalui Pemindahbukuan Tabungan b. Transfer Melalui 	5 Menit 10 Menit

	RTGS/Kliring	
5	Pembukaan Rekening Tabungan	24 Menit
6	Penerbitan Deposito	22 Menit
7	Pembukaan Rekening Giro	49 Menit
8	Pembuatan Kartu ATM	6 Hari Kerja

- a. Penyelesaian keluhan nasabah tidak lebih dari 3 hari kerja sejak keluhan diterima.
- b. Tercapainya target financial Bank Syariah Mandiri yang meliputi pendanaan, pembiayaan dan jasa-jasa bank.

5) Sarana dan Prasarana

Bank Syariah Mandiri menyediakan dan memelihara sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam proses pelayanan, mencakup :

1. Bangunan kantor, ruang kerja dan inventaris kantor
2. Teknologi Informasi (sistem komputerisasi)
3. Peralatan Angkutan (berupa mobil dan sepeda motor)
4. Lingkungan Kerja (*Work Environment*)

Bank Syariah Mandiri mengelola lingkungan kerja sehingga mendukung suasana kerja yang nyaman, meliputi : penataan *layout* ruang kerja, penerangan yang cukup, kebersihan ruangan kerja, dan pengendalian keamanan lingkungan kerja. Bank Syariah Mandiri

menetapkan 5 *Share Values* BSM yaitu :**ETHIC** yang mendukung lingkungan kerja, yang terdiri dari :

1. *Excellent (Imtiyaaaz)* : berupaya mencapai kesempurnaan melalui perbaikan yang terpadu dan berkesinambungan
2. *Teamwork ('Amal Jamaa'iy)* : mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi.
3. *Humanity (Insaaniyah)* : menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan religius.
4. *Integrity (Shiddiq)* : menaati kode etik profesi dan berpikir serta berperilaku terpuji.
5. *Customer Fokus (Tafdhiilu Al-'Umalaa)* : memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan (eksternal dan internal) untuk menjadi Bank Syariah Mandiri sebagai mitra yang terpercaya dan menguntungkan.⁴

B. Penyajian Data

1. Deskriptif Variabel Penelitian

Metode analisis deskriptif merupakan cara menafsirkan data yang ada sehingga gambaran yang jelas mengenai pengaruh pelayanan prima *Frontlinier* yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.

⁴ Ibid.,

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif yaitu memberikan gambaran secermat mungkin mengenai individu, keadaan, gejala suatu kelompok tertentu.

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini dalam bentuk kuesioner atau angket, jumlah item pernyataan berupa 18 butir pernyataan untuk variabel X, dan 9 butir pernyataan untuk variabel Y. Jadi jumlah seluruhnya pernyataan berjumlah 30 pernyataan. Kuesioner (angket) yang disebarkan pada responden (nasabah) berisikan pernyataan-pernyataan mengenai pelayanan prima dan kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.

Peneliti memberikan alternatif jawaban kepada responden, maka skala yang digunakan 1 - 5, bobot jawabannya adalah sebagai berikut :

STS	(Sangat Tidak Setuju)	dengan skor 1
TS	(Tidak Setuju)	dengan skor 2
N	(Netral)	dengan skor 3
S	(Setuju)	dengan skor 4
SS	(Sangat Setuju)	dengan skor 5

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah *Field Research* (Penelitian Lapangan). Berdasarkan tingkat kealamiahannya termasuk metode penelitian eksperimen yaitu metode penelitian yang digunakan untuk mencari pengaruh. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi sebanyak 100 orang.

a. Karakteristik Responden

Responden menurut jenis kelamin

Responden yang telah diambil pada penelitian ini sebagaimana telah diuraikan adalah sebanyak 100 orang. Uraian dari deskripsi karakteristik responden diuraikan pada berikut ini :

Tabel 3.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah
Perempuan	51
Laki-laki	49
Jumlah	100

Sumber : data primer diolah 2016

Dari data di atas menunjukkan jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki.

b. Pendapat responden berdasarkan pelayanan prima

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi, maka responden terhadap pelayanan prima ditunjukkan pada tabel 3.2 sebagai berikut :

Tabel 3.2
Pendapat Nasabah Terhadap Variabel (X)
Pelayanan Prima

Pernyataan	STS (1)		TS (2)		N (3)		S (4)		SS (5)		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	1	1	36	36	63	63	100	100

2	-	-	-	-	-	-	51	51	49	49	100	100
3	-	-	-	-	2	2	48	48	50	50	100	100
4	-	-	-	-	8	8	46	46	46	46	100	100
5	-	-	-	-	19	19	47	47	34	34	100	100
6	-	-	-	-	4	4	53	53	43	43	100	100
7	-	-	-	-	1	1	34	34	65	65	100	100
8	-	-	-	-	2	2	33	33	65	65	100	100
9	-	-	-	-	5	5	53	53	42	42	100	100
10	-	-	-	-	5	5	51	51	44	44	100	100
11	-	-	-	-	1	1	46	46	53	53	100	100
12	-	-	-	-	20	20	55	55	25	25	100	100
13	-	-	-	-	10	10	47	47	43	43	100	100
14	-	-	2	2	9	9	57	57	32	32	100	100
15	-	-	1	1	7	7	54	54	38	38	100	100
16	-	-	1	1	5	5	46	46	48	48	100	100
17	-	-	1	1	1	1	34	34	64	64	100	100
18	-	-	1	1	24	24	44	44	31	31	100	100

Sumber : Data olahan SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel 3.2 dapat dilihat bahwa :

- 1) Pernyataan yang menyatakan karyawan bertutur bahasa yang baik, responden 63 (63%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 36 (36%) yang menyatakan setuju, responden 1 (1%) menyatakan netral,

dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

- 2) Pernyataan yang menyatakan karyawan Bank memiliki sikap ramah dan sopan santun dalam melayani nasabah, responden 49 (49%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 51 (51%), dan tidak ada responden yang menyatakan netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 3) Pernyataan yang menyatakan Karyawan bank memiliki perilaku yang baik dalam menangani dalam menangani nasabah, responden 50 (48%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 48 (48%) yang menyatakan setuju, responden 2 (2%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 4) Pernyataan yang menyatakan karyawan memiliki kemampuan yang memadai dalam dalam menjawab pertanyaan nasabah, responden 46 (46%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 46 (46%) yang menyatakan setuju, responden 8 (8%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 5) Pernyataan yang menyatakan karyawan bank mampu menjelaskan produk - produk yang ada, responden 34 (34%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 47 (47%) yang menyatakan setuju, responden 14 (14%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

- 6) Pernyataan yang menyatakan karyawan berkomunikasi yang baik dan efektif ketika melayani nasabah, responden 43 (43%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 53 (53%) yang menyatakan setuju, responden 4 (4%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 7) Pernyataan yang menyatakan kerapian dan kebersihan dalam berbusana, responden 65 (65%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 34 (34%) yang menyatakan setuju, responden 1 (1%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 8) Pernyataan yang menyatakan karyawan percaya diri dalam memberikan pelayanan, responden 65 (65%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 33 (33%) yang menyatakan setuju, responden 2 (2%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 9) Pernyataan yang menyatakan dapat meyakinkan orang lain, responden 42 (42%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 53 (53%) yang menyatakan setuju, responden 5 (5%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 10) Pernyataan yang menyatakan keterampilan pegawai dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, responden 44 (44%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 51 (51%) yang menyatakan

setuju, responden 5 (5%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

11) Pernyataan yang menyatakan karyawan memiliki komunikasi yang baik dengan nasabah, responden 53 (53%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 46 (46%) yang menyatakan setuju, responden 1 (1%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

12) Pernyataan yang menyatakan kehandalan dalam mengatasi masalah yang timbul, responden 25 (25%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 55 (55%) yang menyatakan setuju, responden 20 (20%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

13) Pernyataan yang menyatakan karyawan selalu merespon setiap kebutuhan dan keinginan yang diinginkan oleh nasabah, responden 43 (43%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 47 (47%) yang menyatakan setuju, responden 10 (10%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

14) Pernyataan yang menyatakan karyawan cepat dan tepat dalam menindak lanjuti kebutuhan dan keinginan nasabah, responden 32 (32%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 57 (57%) yang menyatakan setuju, responden 9 (9%) menyatakan netral, dan responden 2 (2%) yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

- 15) Pernyataan yang menyatakan karyawan sangat peduli terhadap keluhan, kritikan dan saran dari nasabah, responden 38 (38%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 54 (54%) yang menyatakan setuju, responden 7 (7%) menyatakan netral, dan responden 1 (1%) yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 16) Pernyataan yang menyatakan adanya tanggung jawab apabila terjadi kesalahan, responden 38 (38%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 54 (54%) yang menyatakan setuju, responden 7 (7%) menyatakan netral, dan responden 1 (1%) yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 17) Pernyataan yang menyatakan adanya tanggung jawab apabila terjadi kesalahan, responden 48 (48%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 46 (46%) yang menyatakan setuju, responden 5 (5%) menyatakan netral, dan responden 1 (1%) yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 18) Pernyataan yang menyatakan jasa yang dipesan tepat sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah, responden 31 (38%) yang menyatakan Sangat Setuju, responden 44 (44%) yang menyatakan setuju, responden 24 (24%) menyatakan netral, dan responden 1 (1%) yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

c. Responden berdasarkan kepuasan nasabah

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi maka responden terhadap kepuasan ditunjukkan pada tabel 3.3 sebagai berikut :

Tabel 3.3

**Pendapat Nasabah Terhadap Variabel
Kepuasan Nasabah**

Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	-	-	-	-	7	7	45	45	48	48	100	100
2	-	-	-	-	8	8	49	49	43	43	100	100
3	1	1	2	2	9	9	44	44	44	44	100	100
4	-	-	-	-	11	11	45	45	44	44	100	100
5	1	1	4	4	12	12	48	48	35	35	100	100
6	-	-	1	1	3	3	42	42	54	54	100	100
7	-	-	-	-	2	2	28	28	70	70	100	100
8	-	-	-	-	5	5	46	46	49	49	100	100
9	-	-			2	2	42	42	56	56	100	100

- 1) Pernyataan yang menyatakan, saya akan melakukan pembelian ulang secara teratur, responden 48 (48%) yang menyatakan sangat setuju, responden 45 (45%) yang menyatakan setuju, responden 7 (7%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

- 2) Pernyataan yang menyatakan saya merasa produk yang diberikan memiliki nilai tambah, responden 43(43%) yang menyatakan sangat setuju, responden 49 (49%) yang menyatakan setuju, responden 8 (8%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 3) Pernyataan yang menyatakan, saya tidak memiliki keinginan untuk berpindah ke produk lain yang sejenis, responden 44 (44%) yang menyatakan sangat setuju, responden 44 (44%) yang menyatakan setuju, responden 9 (9%) menyatakan netral, responden 2(2%) yang menyatakan tidak setuju, responden 1(1%) yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 4) Pernyataan yang menyatakan, saya akan menyampaikan hal-hal positif mengenai pelayanan dan produk kepada orang lain, responden 44 (44%) yang menyatakan sangat setuju, responden 45 (45%) yang menyatakan setuju, responden 11 (11%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 5) Pernyataan yang menyatakan, saya akan merekomendasikan kepada orang lain, responden 35 (35%) yang menyatakan sangat setuju, responden 48 (48%) yang menyatakan setuju, responden 12 (12%) menyatakan netral, responden 4(4%) menyatakan tidak setuju dan, responden 1(1%) menyatakan sangat tidak setuju.

- 6) Pernyataan yang menyatakan, saya akan mengajak orang lain, responden 54 (54%) yang menyatakan sangat setuju, responden 42 (42%) yang menyatakan setuju, responden 3 (3%) menyatakan netral, responden 1 (1%) yang menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 7) Pernyataan yang menyatakan, saya akan menggunakan produk perbankan lain yang ditawarkan oleh BSM, responden 70 (70%) yang menyatakan sangat setuju, responden 28 (28%) yang menyatakan setuju, responden 2 (2%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 8) Pernyataan yang menyatakan, saya akan tetap menjadi nasabah di BSM, responden 49 (49%) yang menyatakan sangat setuju, responden 46 (46%) yang menyatakan setuju, responden 5 (5%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 9) Pernyataan yang menyatakan, saya senang dengan produk dan pelayanan perbankan yang diberikan, responden 56 (56%) yang menyatakan sangat setuju, responden 42 (42%) yang menyatakan setuju, responden 2 (2%) menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

2. Uji Validitas

Validitas merupakan gejala ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.⁵

Perhitungan validitas dilakukan dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data tersebut dikatakan valid. Nilai r_{tabel} diperoleh dari $df = \text{jumlah sampel (N)} - \text{jumlah variabel (k)} = 100-3=97$ dengan $\alpha = 0,05$ di dapat $r_{tabel} 0,1975$. Menghitung r_{hitung} untuk setiap pernyataan yang hasilnya dapat dilihat pada hasil software SPSS versi.22.



⁵Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, 267.

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas

Uji Validitas Pelayanan Prima (X)						
No	Variabel	Item	A	r _{hitung}	r _{tabel}	Status
1.	Pelayanan Prima	Q1	0,05	0,318	0,1975	Valid
		Q2	0,05	0,323	0,1975	Valid
		Q3	0,05	0,346	0,1975	Valid
		Q4	0,05	0,347	0,1975	Valid
		Q5	0,05	0,335	0,1975	Valid
		Q6	0,05	0,324	0,1975	Valid
		Q7	0,05	0,336	0,1975	Valid
		Q8	0,05	0,348	0,1975	Valid
		Q9	0,05	0,440	0,1975	Valid
		Q10	0,05	0,450	0,1975	Valid
		Q11	0,05	0,438	0,1975	Valid
		Q12	0,05	0,306	0,1975	Valid
		Q13	0,05	0,630	0,1975	Valid
		Q14	0,05	0,472	0,1975	Valid
		Q15	0,05	0,474	0,1975	Valid
		Q16	0,05	0,411	0,1975	Valid
		Q17	0,05	0,364	0,1975	Valid
		Q18	0,05	0,372	0,1975	Valid

Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)						
2.	Kepuasan Nasabah	P1	0,05	0,414	0,1975	Valid
		P2	0,05	0,457	0,1975	Valid
		P3	0,05	0,496	0,1975	Valid
		P4	0,05	0,565	0,1975	Valid
		P5	0,05	0,593	0,1975	Valid
		P6	0,05	0,495	0,1975	Valid
		P7	0,05	0,256	0,1975	Valid
		P8	0,05	0,374	0,1975	Valid
		P9	0,05	0,350	0,1975	Valid

Sumber : Hasil Data Diolah dari SPSS (Terlampir)

Berdasarkan tabel 3.4 diatas menggunakan SPSS 22 dikatakan valid apabila $dk = n - 3$ ($100 - 3 = 93$) yaitu 0,1975 dengan tingkat signifikan 5% atau 0,05 maka semua dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam pernyataan ini menunjukkan bahwa item pertanyaan penelitian dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah

menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Dalam penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel, dilakukan pada sampel yang mendekati jumlah populasi dan pengumpulan serta analisis data dilakukan dengan cara yang benar. Dalam penelitian ini kuantitatif, untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel yang diuji validitas dan reliabilitasnya adalah instrument penelitiannya.

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan bantuan SPSS *for windows*, yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.

Tabel 3.5

Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Batas Reabilitas	Keterangan
1.	Pelayanan Prima	0,813	0,60	Reliabel
2.	Kepuasan Nasabah	0,760	0,60	Reliabel

Sumber : Data Diolah SPSS (terlampir)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut adalah reliabel.

1. Analisis dan Pengujian Hipotesis

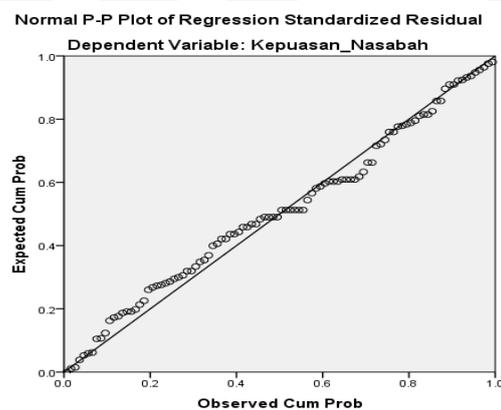
1) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal atau tidak. Jika residual data tidak terdistribusi normal maka dapat disimpulkan statistik tidak valid. Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak condong ke kiri atau ke kanan. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual data berdistribusi normal atau tidak yakni dengan melihat grafik normal *probability plot* dan histogram.

Gambar 3.6

Hasil Uji Normalitas Data



Hasil kurva normal *Probability Plot* menunjukkan bahwa titik-titik pada grafik berhimpit dan mengikuti garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal dan layak

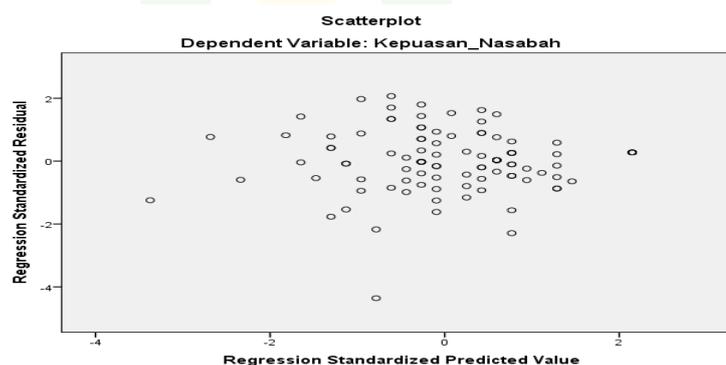
digunakan untuk memprediksi pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan analisis grafik *scatterplot*, terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi jika titik - titik dalam *scatterplot* membentuk pola - pola tertentu atau di satu sisi atau dekat nilai 0 pada sumbu Y pada kurva yang dihasilkan saat kita menggambarkan kurva dengan menggunakan SPSS. Jika titik-titik data menyebar tidak bersatuan,⁶ maka tidak terjadi heteroskedastisitas dengan menggunakan bantuan *SPSS Versi 22 for windows*.

Gambar 3.7

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa pengujian normalitas berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat bahwa plot menunjukkan pola yang tidak teratur atau menyebar. Artinya bahwa sebaran data dikatakan tersebar dan tidak menunjukkan bentuk apapun,

⁶Jonathan Sarwono, *12 jurus Ampuh SPSS Untuk Riset Skripsi* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo,2013),19.

sehingga persyaratan normalitas bisa dipenuhi. dan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi kepuasan nasabah.

2) Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 3.8

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.978	3.698		2.969	.004
Pelayanan_Prima	.370	.048	.618	7.772	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber : Data dari SPSS yang diolah 2016

Berdasarkan Tabel di atas mengenai hasil estimasi Linier sederhana dengan program *SPSS Versi 22 for windows*, maka dapat disimpulkan persamaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

$$= 10,978 + 0,370$$

Dimana :

Y = Kepuasan Nasabah

X = Pelayanan Prima

- a. Konstanta sebesar 10.978 ini menunjukkan besarnya nilai kepuasan nasabah dan jika variabel pelayanan prima sama dengan nol. Dalam penelitian ini kepuasan nasabah masih bernilai positif

meskipun tanpa variabel pelayanan prima dipengaruhi oleh faktor lain.

- b. Koefisien regresi sebesar 0,618 menyatakan bahwa setiap penambahan tanda (+) 1 satuan maka pelayanan prima akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,618. Sebaliknya, jika pelayanan prima mengalami penurunan tanda (-) 1 satuan maka kepuasan nasabah diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,618. Jadi tanda (+) menyatakan hubungan yang searah, dimana kenaikan atau penurunan variabel X (Pelayanan Prima) akan mengakibatkan kenaikan atau penurunan variabel Y (kepuasan nasabah).⁷

3) Koefisien Determinasi (r^2)

Dalam pengujian hipotesis ini menggunakan koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independent yaitu pelayanan prima dan dependen yaitu kepuasan nasabah.

⁷Ridwan & Sunarto. *Pengantar Statistik*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 305.

Gambar 3.9

Koefisien Determinasi Adjusted R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.618 ^a	.381	.375	2.742

a. Predictors: (Constant), Pelayanan_Prima

b. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber : Hasil Olahan SPSS (terlampir)

Dari tabel diatas terlihat tampilan output SPSS model *Summary* besarnya yaitu nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,375. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah (Y) dipengaruhi sebesar 0,375 x 100% = 37,5% oleh pelayanan prima (X), Sedangkan sisanya sebesar 54,3% berasal dari 100% - 0,375 = 62,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4) Uji Parsial (Uji t)

Untuk membuktikan secara parsial apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara Pelayanan Prima *Frontlinier* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi. Maka dapat dilakukan dengan uji t sebagai berikut :

Ha : Diduga ada pengaruh yang signifikan antara Pelayanan Prima *Frontlinier* Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.

Ho : Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara Pelayanan Prima *Frontlinier* Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.

Berikut hasil dari uji t dari SPSS Versi 22 yaitu :

Gambar 3.10

Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10.978	3.698		2.969	.004
Pelayanan_Prima	.370	.048	.618	7.772	.058

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah
Sumber : dari data yang diolah

Hasil uji t (parsial) diatas dijelaskan sebagai berikut :

Dari hasil perhitungan t tabel dalam penelitian ini untuk derajat kebebasan $df = 100 - 3 = 98$ dengan nilai signifikansinya 5% atau 0,05 adalah 1,66071.

Sedangkan perhitungan t hitung sebesar 7,772, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $7,772 > 1,66071$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.

Jadi, Pelayanan Prima *Frontlinier* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.

2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi, persamaan analisis regresi sederhana, yaitu :

$$Y = 10,978 + 0,370$$

Gambar 3.11

Rekapitulasi Analisis Regresi Linier Sederhana

Variabel	b (koefisien regresi)	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig	A	Hipotesis
Konstanta	10,978	2,969		0,004		
X1	0,370	7,772	1,66071	0,058	0,05	
N = 100 R = 0,618 R Square = 0,381 Adjust R Square = 0,375			α = 0,05			

Sumber : Data Diolah

Melalui hasil pengolahan data seperti yang di uraikan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pelayanan prima berpengaruh signifikan atau tidak terhadap kepuasan nasabah. Dengan dapat dibuktikan pada hasil berikut:

Berdasarkan tabel 3.11 nilai t_{hitung} pada variabel pelayanan prima (X) adalah sebesar 7,772 dengan tingkat signifikan 0,058. Karena t_{hitung} 7,772 > t_{tabel} 1,66071 dengan tingkat signifikan 0,058 > 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. kesimpulannya adalah “Pelayanan Prima *Frontlinier* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah”.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan secara langsung dengan menggunakan angket yang diajukan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi yang telah diisi oleh nasabah maka dijelaskan sebagai berikut :

Nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,375. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah (Y) dipengaruhi sebesar $0,375 \times 100\% = 37,5\%$ oleh pelayanan prima (X), Sedangkan sisanya sebesar 62,5% berasal dari $100\% - 0,375 = 62,5\%$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Artinya pelayanan prima *frontlinier* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 37,5% dan sisanya sebesar 62,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya, kualitas produk, harga, emosional, biaya dll.

Berdasarkan hasil kuesioner yang di berikan kepada nasabah tentang pelayanan prima *frontlinier* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi menentukan kepuasan bagi nasabahnya. Berikut hasil wawancara dengan beberapa karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.

Wawancara dilakukan oleh Ibu Anita Asyfuria selaku Branch Operation & Service Manager, 12 Mei 2016: Pada Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi memberikan layanan operasional pada jam 08.00-16.00. Tujuannya untuk memberikan rasa nyaman dan aman kepada nasabah

serta mampu memahami kebutuhan nasabah dengan memberikan pelayanan yang maksimal kepada nasabahnya.

Wawancara dilakukan oleh Ibu Khusnul Amalia selaku Branch manager di Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi, 15 Mei 2016. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi menjalankan kegiatannya sesuai dengan skill masing-masing. Salah satu cara karyawan dalam penerimaan atau pelayanan kepada nasabah yaitu pada bagian *front office* yaitu :

1. Ketika nasabah data ke Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi Satpam membukakan pintu dengan memberikan 3S yaitu (senyum, salam, sapa), selanjutnya satpam memberikan nomer antrian dan menanyakan keperluan nasabahnya.
2. Setelah nasabah masuk kedalam ruangan, satpam langsung mengarahkan kemana nasabah akan bertransaksi, ke counter Teller atau ke counter Customer Service. Customer Service juga harus memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya, karena, yang menjadi tombak kepuasan nasabah yaitu ketika nasabah berhadapan langsung dengan Customer Service begitu juga dengan petugas teller, di Bank Syariah Mandiri kcp Genteng Banyuwangi ini wajib memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan standart layanan yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.

Hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi yaitu :

1. Dalam kegiatan operasional setiap hari karyawan Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi datang sebelum jam 08.00, setiap hari dilakukan doa bersama dan masukan serta arahan yang diberikan oleh *Baranch Manager* di Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi.
2. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi menjadi pilihan utama bagi para nasabahnya. Dikarenakan mampu memahami dan mampu memberikan rasa kepuasan terhadap nasabahnya.



BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis pada penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Besarnya nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,375. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah (Y) dipengaruhi sebesar $0,375 \times 100\% = 37,5\%$ oleh pelayanan prima (X), Sedangkan sisanya sebesar 54,3% berasal dari $100\% - 0,375 = 62,5\%$ dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa besarnya pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah yaitu sebesar 37,5%.
2. Secara simultan menunjukkan bahwa pengaruh pelayanan prima mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi Terbukti dari hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $7,772 > 1,66071$, dengan nilai signifikansinya sebesar $0,058 > 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima artinya dapat dikatakan ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan prima *Frontlinier* terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang menyebutkan bahwa variabel pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng banyuwangi.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan tersebut maka dapat disampaikan beberapa saran yaitu:

1. Kepuasan nasabah merupakan suatu sikap yang muncul dari diri pelanggan atau nasabah untuk terus menggunakan produk maupun jasa dari suatu perusahaan. Bagi Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi, kepuasan nasabah merupakan hal yang penting untuk dibangun guna mempertahankan segmen pasar dalam persaingan yang ketat. Bagi Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi lebih mempertahankan Pelayanan terhadap klaim nasabah.
2. Bagi peneliti selanjutnya alangkah baiknya untuk meneliti tentang kualitas produk, emosional, harga dan biaya.





BIODATA PENULIS

Nama Lengkap : DANIAMTUL KAROMAH
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Situbondo, 23 Mei 1995
Agama : Islam
Alamat : Dusun Kauman
Desa Besuki
Kecamatan Besuki
Kabupaten Situbondo

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD Negeri 7 Besuki

SMP Negeri 1 Banyuglugur

SMA Negeri 1 Besuki

Program Studi S1 Perbankan Syariah IAIN Jember

PENGALAMAN ORGANISASI

OSIS SMAN 1 BESUKI

HMPS PS (2012-2014)

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA *FRONTLINIER*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK SYARIAH
MANDIRI KCP GENTENG BANYUWANGI**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

DANIATUL KAROMAH
NIM. 083123009

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
2016**

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA *FRONTLINIER*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK SYARIAH
MANDIRI KCP GENTENG BANYUWANGI**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

DANIATUL KAROMAH
NIM. 083123009

Pembimbing:

Hj. Mariyah Ulfah, M.E.I.
NIP.19770914 200501 2 004

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
2016**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Ruang Lingkup Penelitian	7
a. Variabel Penelitian.....	7
b. Indikator Variabel	8
F. Definisi Operasional	9
G. Hipotesis	11
H. Metode Penelitian	11
a. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	12
b. Populasi dan Sampel	12
c. Sumber Data	14

d. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	14
e. Teknik Analisis Data	18
I. Sistematika Pembahasan	24
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	26
A. Penelitian Terdahulu	26
B. Kajian Teori	29
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	54
A. Gambaran Objek Penelitian	54
B. Penyajian Data	69
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis	84
D. Pembahasan	90
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	
Lampiran-Lampiran :	
1. Tabel Matrik	
2. Tabulasi	
3. Instrumen Penelitian	
4. Tabel Distribusi r	
5. Tabel Distribusi t	
6. Hasil Uji Validitas X	
7. Hasil Uji Validitas Y	
8. Hasil Uji Realibilitas X	
9. Hasil Uji Realibilitas Y	

10. Jurnal Kegiatan

11. Surat Keterangan Izin Penelitian dari IAIN Jember

**12. Surat Keterangan Izin Selesai Penelitian dari PT. Bank Syariah
Mandiri KCP Genteng Banyuwangi**

13. Dokumentasi

14. Biodata Penulis



DAFTAR PUSTAKA

- Alimah, Titin Siti. 2007. *Pengaruh pelayanan karyawan terhadap kepuasan nasabah di BMT Hasanah Prambanan Klaten*. (Skripsi, Klaten: Universitas Negeri Sunan Kalijaga).
- Arikunto, 2006. *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta Grafindo Persada.
- Buku 1, *Pedoman Pelayanan Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi*.
- Etta Mamang Sangadji & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : C.V Andi Offcet.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran)*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Research*. Yogyakarta : penerbit Andi.
- Ikatan Bankir Indonesia. 2004. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. PT: Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. 2006. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. 2002. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Latan, Hengky. 2013. *Analisis Multivariate : Teknik Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Nazir, Muhammad. 2014. *Metode Peneltian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Prasetyo, Bambang. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rodoni, Ahmad. 2000. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: CSES Press.
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ridwan & Sunarto. 2013. *Pengantar Statistik*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Saleh, Muwafik. 2010. *Public Service Communication*. Malang: Akh. Muwafik Saleh.
- Sugiono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono, 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian suatu pendekatan Praktek Edisi Revisi VI* Jakarta: Rineka Cipta.

Sunarno, Ariyanti. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontlinier Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung*. (Skripsi, Bandung: Universitas Islam Bandung).

Yulinsa, Amelia 2014. *Analisis Pelayanan Prima terhadap kepuasan nasabah di Bank BRISyariah kantor Cabang Pembantu Cipulir*. (Skripsi, Cipulir: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.

Widayat, 2004. *Metode penelitian pemasaran*. Malang: UMM Pers.

Web

<http://junaidichaniago.wordpress.com>. 23 Mei 2016

<https://www.google.co.id/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://ethenses.uin-malang.ac.id>
(20 Mei 2016).



No	Nama	Jenis Kelamin	Variabel X																	Variabel Y											
			Sikap			Kemampuan			Penampilan			Tindakan			Perhatian			Tanggung Jawab			Jumlah	Loyal Terhadap Produk			Adanya Komunikasi Dari Mulut Kemulut			Perusahaan Menjadi Pertimbangan Utama			Jumlah
			LK/PR	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17		Q18	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	
1	Rasyid	1	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	76	5	4	4	5	5	5	5	5	4	42
2	Nurul Aini	2	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	82	5	4	5	5	3	5	5	4	41	
3	Siska	2	5	5	4	5	3	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	74	4	5	5	5	5	5	4	5	42	
4	Sanusi	1	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	3	74	4	5	5	5	5	5	4	5	43	
5	Sri Azizah	2	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	72	5	4	5	5	4	5	5	4	42	
6	Suparmi	2	5	4	5	4	3	5	5	4	4	3	4	3	3	3	5	4	3	67	5	5	4	4	5	5	5	4	41		
7	Moh. Ramli Hasan	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	81	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43	
8	Yusup	1	4	5	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	75	5	5	5	4	5	4	5	4	42	
9	Roisatul Azizah	2	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71	4	5	4	5	5	5	4	3	4	39	
10	Ahmad Sukron	1	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	68	4	5	5	5	4	5	4	5	42	
11	Setyo Adi Pranono	1	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	72	5	4	5	4	5	5	5	5	3	41	
12	Ahmad Ansori	1	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	4	2	2	2	70	5	5	4	4	4	5	4	5	41	
13	Maulana Yusuf	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	71	4	4	5	4	5	4	4	4	39	
14	Susanti	2	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	76	4	5	4	5	4	5	4	3	39	
15	Mudafir	1	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	4	74	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
16	H. Syukri	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	4	4	80	4	5	5	4	5	5	4	5	40	
17	Mastur	1	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	64	4	5	4	3	5	4	3	5	37	
18	Lestari	2	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	3	76	5	4	4	5	5	5	3	5	39	
19	Aziz Wardani	1	5	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	3	74	5	5	5	4	4	5	4	5	41	
20	Junaidah	2	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	78	4	4	5	5	5	4	5	5	42	
21	Moh. Nuruddin	1	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	81	5	5	4	5	5	5	5	5	44	
22	Suryo Pramono	1	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4	3	4	3	62	5	4	5	3	4	4	5	4	37	
23	Desi Lestari	2	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	68	5	3	4	5	3	5	5	5	40	
24	Farid Budi	1	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	74	4	5	3	4	4	3	4	3	35	
25	Nur Hakim	1	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	71	5	4	4	5	3	5	4	2	35	
26	Raudatul	2	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	76	5	5	4	5	4	5	5	5	42	
27	Reni A.	2	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	74	5	4	5	4	5	5	5	4	42	
28	Miftahul Huda	1	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	58	4	5	4	3	5	5	5	5	41	
29	Sholikin	1	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	76	5	3	5	4	4	5	4	4	39	
30	Sumiarni	2	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79	4	5	4	5	5	5	4	3	39	
31	Anis Laily	2	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	3	77	5	4	5	5	4	4	5	5	41	
32	Erli Nur	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	69	5	5	5	3	5	4	5	3	40	
33	Ahmad Rosyidi	1	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	3	3	4	5	5	3	75	3	5	5	5	5	3	4	4	4	38	
34	Dina Amilia	2	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	76	5	5	5	4	3	4	5	4	39	
35	Ermin Budiati	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85	5	4	5	5	5	4	5	4	5	42	
36	Sukriyanto	1	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	82	5	4	4	5	4	5	3	4	39	
37	Andrianti	2	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	77	4	5	4	5	4	4	5	5	41	
38	Suparmi	2	5	4	5	4	3	5	5	4	4	3	4	3	3	3	3	5	4	3	70	5	5	4	5	5	4	5	5	43	
39	Budiono	1	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	80	5	4	5	3	5	3	5	4	37	
40	Emi S	2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	82	5	4	5	4	5	5	4	5	42	
41	Indah Purnama	2	4	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	5	3	4	3	72	5	5	5	5	3	5	5	5	43	
42	Hosnan Hadi	1	5	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	76	5	4	5	4	5	4	5	4	41	
43	Astuti	2	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	79	5	5	5	5	4	3	5	4	40	
44	Sri Wahyuni	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	5	4	5	4	5	5	3	4	40	
45	Nastutik H	2	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	82	4	4	5	5	5	4	5	4	41	
46	Solikin	1	5	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	70	5	5	5	4	5	5	4	5	42	
47	Zamroni	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	76	5	5	5	5	5	4	5	5	44	
48	Susanti P.	2	4	5	4	3	4	3	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5	77	3	5	5	5	4	5	5	2	38	
49	Siti Mahmudah	2	4	5	5	3	3	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	75	5	5	5	5	5	5	5	5	45	
50	Misdin	1	4	5	5	4	3	4	4	5	5	3	4	4	3	3	3	4	5	5	73	5	5	5	5	4	3	5	2	37	
51	Hendro	1	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	5	81	3	4	5	5	5	4	5	4	5	40	
52	Fadilah	2	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	3	70	5	5	5	4	5	5	3	4	41	

53	Suparmi	2	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	83	5	5	5	5	5	4	5	3	5	42
54	Lilik Rahayu	2	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	81	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
55	H.Rafi'i	1	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
56	Insiah	2	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	83	5	5	5	4	5	5	4	5	5	43
57	Masrianah	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	4	5	5	5	5	4	3	5	5	41
58	Hari Purwanto	1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	81	4	5	5	5	5	4	4	5	4	41
59	Anwaruddin	1	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
60	Moh. Yahya	1	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	2	3	4	4	3	73	5	4	5	4	5	4	5	4	2	38
61	Laras A.	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	82	5	5	4	5	4	3	4	4	5	39
62	H.Jasuli	1	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	79	5	4	5	5	4	5	3	5	5	41
63	Shindy W.	2	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	5	5	5	4	77	5	5	5	3	5	4	4	4	3	39
64	Mimin P.	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	75	4	5	5	4	5	4	5	4	4	41
65	Nawati	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
66	Eni Novianti	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5	5	5	4	5	5	5	4	3	41
67	Wawan S.	1	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	85	5	5	4	5	4	5	5	5	5	43
68	Eni Endang	2	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	80	4	5	5	5	5	5	5	3	5	42
69	Eko K.	1	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	80	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43
70	Faris M.	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	76	5	5	4	3	5	5	4	5	3	39
71	Mina	2	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	76	4	5	5	5	3	4	5	5	4	40
72	Wiwik Lestari	2	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	80	5	5	5	5	5	5	3	4	5	42
73	Ruqai'ah	2	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	86	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
74	Solihatn	2	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5	3	4	3	4	4	5	3	76	5	4	4	4	4	4	5	5	5	40
75	Moh. Ali	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	77	5	4	5	4	5	5	4	5	4	41
76	Suci	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
77	Ali qafi	1	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	77	5	5	5	5	4	4	5	4	5	42
78	Muna Zakia	2	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	85	4	3	5	5	4	5	5	3	5	39
79	Bariq Rizqi	1	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	81	5	4	5	4	5	5	5	4	5	42
80	Jannahtul N.	2	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	82	5	4	5	5	5	5	4	5	3	41
81	Novitasari	2	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	77	4	5	4	5	3	4	3	4	5	37
82	Tohari	1	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	80	3	5	5	4	5	5	5	5	5	42
83	Sumartina	2	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	81	5	5	3	4	5	5	5	5	5	42
84	Muflihatul Fikroh	1	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	81	4	5	4	5	4	5	4	5	5	41
85	Abdurrahman Wahid	1	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	79	4	3	5	4	5	5	4	5	5	40
86	Ayu Firmanda Sari	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	5	4	5	4	4	5	5	5	5	42
87	Aisyah	2	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	82	4	4	5	4	4	5	4	5	5	40
88	Arif Arifin	1	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	85	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	41
89	Liana Herawati	2	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	80	4	5	5	4	4	3	4	4	4	37
90	Hotijatul Gufro	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	44
91	Riski Yulianto	1	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	77	5	4	3	5	4	5	5	5	5	41
92	Nasrullah	1	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	76	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	39
93	Elia Rohali	2	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	80	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	41
94	Lailatul Komariah	2	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	85	5	5	4	5	5	4	3	5	5	41
95	Luki Andre Harisah	1	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5	3	4	3	4	5	5	3	77	5	5	4	4	5	3	5	3	3	37
96	Rista Sugiarti	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	76	5	4	5	4	5	4	5	5	4	41
97	Desilia Dwi Tunggal	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	82	4	4	4	5	4	4	5	4	5	39
98	Purwadi	1	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	84	5	5	4	5	5	4	5	3	5	39
99	Ayu Purwaningsih	2	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	82	3	5	5	3	4	5	5	5	5	40	
100	Hafid	1	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	85	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43

1. Hasil Uji Validitas Pelayanan Prima (X)

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
Q1	74.3700	26.296	.318	.462	.807
Q2	74.5000	26.293	.323	.253	.807
Q3	74.5100	26.010	.346	.480	.806
Q4	74.6100	25.048	.437	.317	.800
Q5	74.8400	25.287	.335	.403	.807
Q6	74.6000	26.020	.324	.301	.807
Q7	74.3500	26.230	.336	.368	.806
Q8	74.3600	26.071	.348	.443	.806
Q9	74.6200	25.309	.440	.499	.800
Q10	74.6000	25.232	.450	.474	.800
Q11	74.4700	25.625	.438	.469	.801
Q12	74.9400	25.673	.306	.368	.809
Q13	74.6600	23.782	.630	.595	.787
Q14	74.8000	24.586	.472	.463	.798
Q15	74.7000	24.778	.474	.448	.798
Q16	74.5800	25.175	.411	.467	.802
Q17	74.3800	25.794	.364	.528	.805
Q18	74.9400	24.764	.372	.485	.806

2. Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

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
Y1	35.23	10.017	.414	.369	.749
Y2	35.29	9.844	.457	.403	.743
Y3	35.36	9.041	.496	.343	.737
Y4	35.31	9.287	.565	.396	.725
Y5	35.52	8.414	.593	.422	.718
Y6	35.15	9.765	.495	.358	.737
Y7	34.96	10.907	.256	.192	.768
Y8	35.20	10.263	.374	.288	.754
Y9	35.10	10.515	.350	.319	.757

3. UJI RELIABILITAS DATA

a. VARIABEL X (PELAYANAN PRIMA)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.812	.813	18

b. VARIABEL Y (KEPUASAN NASABAH)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.766	.760	9

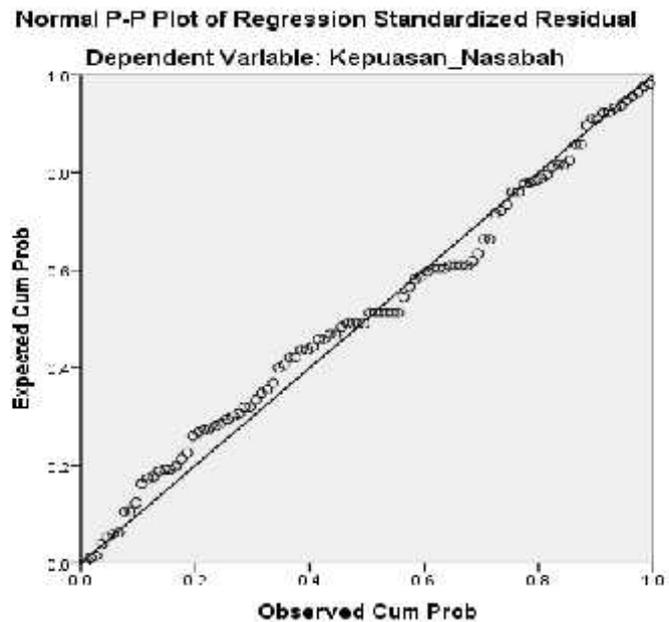
4. ANALISI LINIER SEDERHANA

Coefficients^a

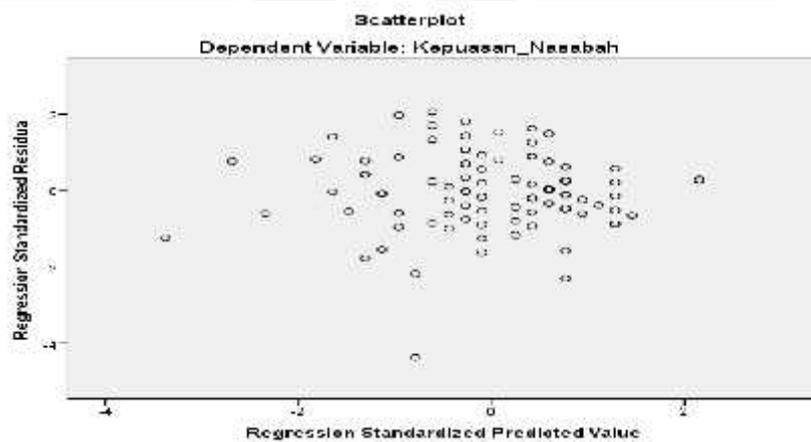
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.978	3.698		2.969	.004
Pelayanan_Prima	.370	.048	.618	7.772	.058

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

5. UJI NORMALITAS DATA



6. UJI HETEROSKEDASTISITAS



7. UJI T (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.978	3.698		2.969	.004
	Pelayanan_Prima	.370	.048	.618	7.772	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

8. UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.618 ^a	.381	.375	2.742

a. Predictors: (Constant), Pelayanan_Prime

b. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

9. TABULASI ANGKET

a) Variabel Pelayanan Prima (X)

Q1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	1.0	1.0	1.0
	4.00	36	36.0	36.0	37.0
	5.00	63	63.0	63.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Q2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4.00	51	51.0	51.0	51.0
	5.00	49	49.0	49.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Q3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	2	2.0	2.0	2.0
	4.00	48	48.0	48.0	50.0
	5.00	50	50.0	50.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Q4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	8	8.0	8.0	8.0
	4.00	46	46.0	46.0	54.0
	5.00	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Q5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	19	19.0	19.0	19.0
	4.00	47	47.0	47.0	66.0
	5.00	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Q6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	4.0	4.0	4.0
	4.00	53	53.0	53.0	57.0
	5.00	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Q7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	1.0	1.0	1.0
	4.00	34	34.0	34.0	35.0
	5.00	65	65.0	65.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Q8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	2	2.0	2.0	2.0
	4.00	33	33.0	33.0	35.0
	5.00	65	65.0	65.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Q9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	5	5.0	5.0	5.0
	4.00	53	53.0	53.0	58.0
	5.00	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Q10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	5	5.0	5.0	5.0
	4.00	51	51.0	51.0	56.0
	5.00	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Q11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	1.0	1.0	1.0
	4.00	46	46.0	46.0	47.0
	5.00	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Q12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	20	20.0	20.0	20.0
	4.00	55	55.0	55.0	75.0
	5.00	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Q13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	10	10.0	10.0	10.0
	4.00	47	47.0	47.0	57.0
	5.00	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Q14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.0	2.0	2.0
	3.00	9	9.0	9.0	11.0
	4.00	57	57.0	57.0	68.0
	5.00	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Q15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	7	7.0	7.0	8.0
	4.00	54	54.0	54.0	62.0
	5.00	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Q16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	5	5.0	5.0	6.0
	4.00	46	46.0	46.0	52.0
	5.00	48	48.0	48.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Q17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	1	1.0	1.0	2.0
	4.00	34	34.0	34.0	36.0
	5.00	64	64.0	64.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Q18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	24	24.0	24.0	25.0
	4.00	44	44.0	44.0	69.0
	5.00	31	31.0	31.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

b) Variabel Kepuasan Nasabah (Y)**Y1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	7	7.0	7.0	7.0
	4.00	45	45.0	45.0	52.0
	5.00	48	48.0	48.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	8	8.0	8.0	8.0
	4.00	49	49.0	49.0	57.0
	5.00	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	2	2.0	2.0	3.0
	3.00	9	9.0	9.0	12.0
	4.00	44	44.0	44.0	56.0
	5.00	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	11	11.0	11.0	11.0
	4.00	45	45.0	45.0	56.0
	5.00	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	4	4.0	4.0	5.0
	3.00	12	12.0	12.0	17.0
	4.00	48	48.0	48.0	56.0
	5.00	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	3	3.0	3.0	4.0
	4.00	42	42.0	42.0	46.0
	5.00	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	2	2.0	2.0	2.0
	4.00	28	28.0	28.0	30.0
	5.00	70	70.0	70.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	5	5.0	5.0	5.0
	4.00	46	46.0	46.0	51.0
	5.00	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	2	2.0	2.0	2.0
	4.00	42	42.0	42.0	44.0
	5.00	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah
<p>Pengaruh Pelayanan Prima Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus : PT. Bank Syariah Mandiri KCP Genteng Banyuwangi)</p>	<p>1. Variabel Independent : Pelayanan Prima (X)</p> <p>2. Variabel Dependent : Kepuasan Nasabah (Y)</p>	<p>1. kemampuan (<i>Ability</i>)</p> <p>2. sikap (<i>Attitude</i>)</p> <p>3. penampilan (<i>Appearance</i>)</p> <p>4. perhatian (<i>Attention</i>)</p> <p>5. tindakan (<i>Action</i>)</p> <p>6. tanggung jawab (<i>Accounttability</i>)</p> <p>1. Loyal terhadap produk.</p> <p>2. Adanya komunikasi dari mulut kemulut.</p> <p>3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama.</p>	<p>1. Primer</p> <p style="padding-left: 20px;">a. Manajer Bank</p> <p style="padding-left: 20px;">b. Karyawan</p> <p style="padding-left: 20px;">c. Nasabah</p> <p>2. Sekunder</p> <p style="padding-left: 20px;">a. Dokumentasi</p> <p style="padding-left: 20px;">b. Kepustakaan, buku, website, dll.</p>	<p>1. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif</p> <p>2. Penentuan Sampel Menggunakan Accidental Sampling</p> <p>3. Metode Pengumpulan Data</p> <p style="padding-left: 20px;">a. Observasi</p> <p style="padding-left: 20px;">b. Wawancara</p> <p style="padding-left: 20px;">c. Kuesioner</p> <p style="padding-left: 20px;">d. Dokumentasi</p> <p>4. Metode analisis data</p> <p style="padding-left: 20px;">a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas</p> <p style="padding-left: 20px;">b. Uji asumsi klasik</p> <p style="padding-left: 40px;">1. Normalitas</p> <p style="padding-left: 40px;">2. Heteroskedastisitas</p> <p style="padding-left: 20px;">c. Analisis Linier Sederhana</p> <p style="padding-left: 20px;">d. Uji Parsial (t)</p> <p style="padding-left: 20px;">e. Uji koefisien determinasi</p>	<p>1. Seberapa besar pengaruh pelayanan prima <i>frontlinier</i> terhadap kepuasan nasabah?</p> <p>2. Apakah pelayanan prima <i>frontlinier</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah?</p>

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA FRONTLINIER TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP
GENTENG BANYUWANGI**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Jumat
Tanggal : 30 September 2016

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Ahmadiono, M.E.I
NIP. 19760401 200312 1 005

Retna Anggitaningsih, S.E., M.M
NIP. 19740420 199803 2 001

Anggota

1. Penguji Utama : Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.
2. Penguji Pendamping : Hj. Mariyah Ulfah, M.E.I.

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Moch. Chotib, S.Ag., MM
NIP. 19710727 200212 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Daniatul Karomah

NIM : 083123009

Fakultas/Jurusan : Ekonomi Islam/ PS

Institusi : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk dari sumbernya.

Jember, 07 September 2016

Saya yang menyatakan,



Daniatul Karomah
NIM.083123009

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA *FRONTLINIER* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PT. BANK SYARIAH MANDIRI KCP
GENTENG BANYUWANGI**

SKRIPSI

SKRIPSI

telah ditulis dan diteliti sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

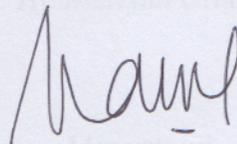
diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

DANIATUL KAROMAH

NIM. 083123009

Disetujui Pembimbing



Hj. Mariyah Ulfah, M.E.I.

NIP. 19770914 200501 2 004

Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)

$$df = 1 - 200$$

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

IAIN JEMBER

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

Titik Persentase Distribusi t

d.f. = 1 - 200

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>



Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr 0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung