

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN PENDEKATAN
MODIFIED SERVQUAL (KUALITAS PELAYANAN YANG
DIMODIFIKASI) TERHADAP KEPUASAN NASABAH
DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG JEMBER**

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:

NILA FAROHA
NIM. 083143151

DOSEN PEMBIMBING:

NIKMATUL MASRUOH, S.H.I.,M.E.I.
NIP. 19820922 200901 2 005

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JANUARI 2019**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN PENDEKATAN
MODIFIED SERVQUAL (KUALITAS PELAYANAN YANG
DIMODIFIKASI) TERHADAP KEPUASAN NASABAH
DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG JEMBER**

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:

NILA FAROHA
NIM. 083143151

Disetujui Pembimbing,



NIKMATUL MASRURAH, S.H.I.M.E.I
NIP. 19820922 200901 2 005

MOTTO

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

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkal-lah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (QS. Al-Imran: 159).¹

IAIN JEMBER

¹ Kementerian Agama RI, *Az-Zikru Al-Qur'an dan Terjemah Untuk Wanita*, (Jakarta: Wali Oasis Terrace Resident), 71.

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya sederhana ini kepada rang yang sangat saya kasihi dan saya sayangi:

1. Ibu dan Bapak Tercinta. Sebagai tanda bukti, hormat, dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibuku Ibu **Mutafi'ah** dan Bapakku Bapak **Subari** yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembarnya kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Bapak bahagia karena kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk Ibu dan Bapak yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendo'akanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik, terimakasih Ibu ... terimakasih Bapak ...
2. Kedua Saudara Laki-Lakiku. Untuk Mas **Ahmad Fathoni** dan adikku **Najih Shabri**, tiada yang paling mengharukan saat kumpul bersama kalian. Walaupun sering *éngkél- éngkél* tapi hal itu selalu menjadi warna yang tak akan bisa tergantikan, terimakasih atas do'a dan dukungan kalian selama ini. Maaf belum bisa menjadi panutan seutuhnya, tapi aku akan selalu menjadi yang terbaik untuk kalian.
3. Sahabat-sahabatku. Untuk sahabatku "Merrinda Saptaningtyas, S.H" yang selalu setia bersama-sama mulai awal masuk kuliah sampai lulus, terimakasih atas semua yang telah kau berikan, tenaga, pikiran, wejangan, bahkan *omelan* (yang tentunya sangat bermanfaat untukku), terimakasih. Untuk teman-teman satu organisasiku yang telah mengajarku dan memberikan pengalaman yang belum aku tau dan dapatkan sebelumnya, dan untuk semua teman-teman kelas J3 angkatan 2014 terimakasih atas segala warna yang telah kalian berikan selama di bangku kuliah. Terimakasih.

4. Teman-teman Perbankan Syariah Angkatan 2014. Terimakasih banyak untuk bantuan dan kerjasamanya selama ini.
5. Serta semua pihak yang sudah membantu selama penyelesaian Skripsi ini.

“your dreams today, can be your future tomorrow”



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur mari kita haturkan kehadiran Allah ‘azza wajalla atas rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN PENDEKATAN *MODIFIED SERVQUAL* (KUALITAS PELAYANAN YANG DIMODIFIKASI) TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG JEMBER”**.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan saran, bimbingan serta bantuan baik langsung maupun tidak langsung dalam berbagai penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Akademik dan Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Dr. Moch. Chotib, S.Ag.,MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.
3. Bapak M.F. Hidayatullah, S.H.I.,M.S.I selaku ketua jurusan Ekonomi Islam IAIN Jember.
4. Ibu Hj. Nurul Setianingrum, SE.,MM selaku ketua program studi Perbankan Syariah IAIN Jember.
5. Ibu Nikmatul Masruroh, S.H.I.,M.E.I selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis hingga selesai penulisan skripsi ini.

6. Bapak Leo Agus Sandi sebagai pimpinan, Bapak Dhany Brian sebagai *back officer* & SDM Bank Syariah Mandiri Cabang Jember, yang telah memberikan ijin peneliti untuk mengadakan penelitian di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember, serta para nasabah BSM yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang peneliti bagikan guna untuk mendapatkan data-data untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Bapak Daru Anondo, S.E.,M.Si, Bapak Dr. Abdul Rokhim, S.Ag.,M.E.I, Ibu Nikmatul Masruroh, S.H.I.,M.E.I., dan Ibu Hj. Nurul Setianingrum, S.E.,MM selaku Tim Penguji sidang skripsi.
8. Bapak Ibu dosen dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang selama ini turut andil dalam membekali ilmu penulis hingga berada sampai detik ini dan dapat menyelesaikan penulisan skripsi.

Besar harapan skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pihak-pihak yang memberikan bantuan kepada penulis terutama rekan-rekan mahasiswa perbankan syariah. Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik pula dari Allah SWT aamiin

Jember, 11 Januari 2019

Penulis

ABSTRAK

Nila Faroaha, Nikmatul Masruroh, S.H.I.,M.E.I, 2019: *Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Modified Servqual (Kualitas Pelayanan Yang Dimodifikasi) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.*

Kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama bagi sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang memiliki ciri mudah ditirunya suatu produk yang telah dipasarkan. Salah satu faktor kunci yang menjadi keunggulan daya saing di dunia bisnis saat ini adalah kualitas pelayanan. Karena tujuan dari sebuah bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan yang terbentuk dari kualitas pelayanan yang prima. Apabila pelayanan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas, apabila pelayanan tidak sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan akan merasa tidak puas. Metode pengukuran kualitas pelayanan untuk perusahaan yang menggunakan prinsip syariah adalah pendekatan *Modified Servqual* yang terdiri dari *compliance* (prinsip syariah), *assurance* (Keyakinan), *reliability* (keandalan), *tangible* (bukti fisik), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (daya tanggap).

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah: *Pertama*, apakah ada pengaruh secara parsial kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember ?. *Kedua*, apakah ada pengaruh signifikan secara simultan kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember ?

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh secara parsial dan simultan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Jember dengan menggunakan pendekatan *modified servqual* Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Metode analisis yang digunakannya itu uji validitas dan reliabilitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial tidak terdapat pengaruh antara variabel *tangible* dengan kepuasan nasabah dengan tingkat signifikansi 0,800 yaitu $> 0,05$. Tidak terdapat pengaruh antara variabel *reliability* dengan kepuasan nasabah dengan tingkat signifikansi 0,816 yaitu $> 0,05$. Tidak terdapat pengaruh antara variabel *empathy* dengan kepuasan nasabah dengan tingkat signifikansi 0,190 yaitu $> 0,05$. Tidak terdapat pengaruh antara variabel *responsiveness* dengan kepuasan nasabah dengan tingkat signifikansi 0,639 yaitu $> 0,05$. Terdapat pengaruh antara variabel *assurance* dengan kepuasan nasabah karena tingkat signifikansi 0,000 yaitu $< 0,05$. Terdapat pengaruh antara variabel *compliance* terhadap kepuasan nasabah dengan signifikansi 0,000 yaitu $< 0,05$.

Hasil pengujian secara simultan terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* (*tangible, reliability, empathy, responsiveness, assurance, compliance*) dengan kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember dengan tingkat signifikansi 0,000 $< 0,05$. Sedangkan besar pengaruh yang dihasilkan dari Uji Adj R Square yaitu sebesar 29,8% sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini, seperti kualitas produk, harga, dan lain-lain.

ABSTRACT

Nila Faroha, Nikmatul Masruroh, S.H.I.,M.E.I, 2019: *The analysis of service quality by Modified Servqual Approach to Customer Satisfaction in Bank Syariah Mandiri Branch Jember*

Customer satisfaction is the first priority for service companies. One of the keys that is a competitive advantage in business world is service quality. The purpose of a business is to create satisfaction with customers that is formed from excellent service quality. The method of measuring service quality for companies is using sharia principles. Modified Servqual approach consisting of compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, and responsiveness.

The formulations of this research includes: 1) is there a partial effect on service quality with modified servqual approach to customer satisfaction in Bank Syariah Mandiri Branch Jember?. 2) is there a significant effect simultaneously on service quality with modified servqual approach to customer satisfaction in Bank Syariah Mandiri Branch Jember?

The purposes of this research is, to determine the existence of a partial and simultaneous influence of service quality on customer satisfaction Bank Syariah Mandiri Branch Jember using a modified servqual approach.

The method used of this research is associative quantitative The analytical method used are the validity and reliability of the data, the classic assumption test, multiple linear regression analysis, the coefficient of determination test, and hypothesis testing using the t test and F test.

Based on the results of the partial test there is no influence between tangible variables and customer satisfaction with a significance level of 0.800, is > 0.05 . There is no influence between reliability variables and customer satisfaction with a significance level of 0.816 which is > 0.05 . There is no influence between the empathy variable and customer satisfaction with a significance level of 0.190 which is > 0.05 . There is no influence between the responsiveness variable and customer satisfaction with a significance level of 0.639 which is > 0.05 . There is an influence between the assurance variable and customer satisfaction because the significance level is 0,000, which is < 0.05 . There is an influence between compliance variables on customer satisfaction with a significance of 0,000, which is < 0.05 . Simultaneous testing results have an influence between service quality and a modified servqual approach (tangible, reliability, empathy, responsiveness, assurance, compliance) with customer satisfaction in Bank Syariah Mandiri Jember Branch with a significance level of 0.000 < 0.05 . While the amount of influence produced from the Adj R Square Test is equal to 29.8% while the rest is explained by other variables outside of this research, such as product quality, price, and others.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Ruang Lingkup Penelitian.	7
F. Definisi Operasional.	10

G. Asumsi Penelitian	14
H. Hipotesis.....	15
I. Metode Penelitian.....	17
J. Sistematika Pembahasan	29
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	31
A. Penelitian Terdahulu	31
B. Kajian Teori	43
1. Kualitas Pelayanan	43
a. Pengertian.....	43
b. Macam-macam Kualitas Pelayanan	44
c. Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Modified Servqual	52
2. Kepuasan Nasabah	56
a. Pengertian.....	56
b. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	58
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	65
A. Gambaran Objek Penelitian	65
1. Sejarah Berdirinya Bank Mandiri Syariah	65
2. Visi Dan Misi Bank Syariah Mandiri.....	67
3. Profil Bank Syariah Mandiri	67
B. Penyajian Data	69
1. Deskriptif Variabel Penelitian dan Responden Penelitian	69
2. Uji Validitas	72

3. Uji Reliabilitas	74
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	75
1. Uji Asumsi Klasik	75
a. Uji Normalitas	75
b. Uji Heteroskedastisitas.....	76
2. Analisis Regresi Linier Berganda	77
3. Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	79
4. Uji Hipotesis.....	81
a. Uji Signifikansi t (Uji t).	81
b. Uji Signifikansi F (Uji F).	84
D. Pembahasan Temuan.....	85
1. Analisis Kualitas Pelayanan dengan Pendekatan <i>Modified Servqual</i> terhadap Kepuasan Nasabah Secara Parsial	85
2. Analisis Kualitas Pelayanan dengan Pendekatan <i>Modified Servqual</i> terhadap Kepuasan Nasabah Secara Simultan	91
BAB IV PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indikator Variabel	9
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Terhadap Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Pemberian Data Skor (<i>Skala Likert</i>).	70
Tabel 3.2 Jenis Kelamin Responden.	70
Tabel 3.3 Umur Responden.	71
Tabel 3.4 Profesi Responden.	72
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas.	73
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas.	74
Tabel 3.7 Hasil Regresi Linier Berganda.	78
Tabel 3.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).	81
Tabel 3.9 Hasil Uji t Kepuasan Nasabah.	82
Tabel 3.10 Hasil Uji F Kepuasan Nasabah.	85

IAIN JEMBER

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	15
Gambar 3.1	76
Gambar 3.2	77



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian terutama dunia bisnis saat ini sudah mengalami peningkatan yang sangat pesat. Hal ini terbukti dalam beberapa tahun ini perbankan-perbankan yang memasuki pasar dengan bermacam-macam strategi dalam pengembangan teknologi informasi yang digunakan untuk memudahkan nasabahnya dalam bertransaksi.

Pertumbuhan ekonomi dapat didefinisikan sebagai perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah. Masalah pertumbuhan ekonomi dapat dipandang sebagai masalah makroekonomi jangka panjang. Dari satu periode ke periode lainnya kemampuan suatu negara untuk menghasilkan barang dan jasa akan meningkat. Kemampuan yang meningkat ini disebabkan karena faktor-faktor produksi akan selalu mengalami pertambahan dalam jumlah dan kualitasnya. Investasi akan menambah jumlah barang modal. Teknologi yang digunakan berkembang. Disamping itu tenaga kerja bertambah sebagai akibat perkembangan penduduk, dan pengalaman kerja dan pendidikan menambah keterampilan mereka.²

Bank Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Kegiatan usaha Bank Syariah adalah menyediakan pembiayaan dan/atau melakukan kegiatan lain berdasarkan

² Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), 9.

Prinsip Syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.³

Kepuasan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa perbankan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat yang luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan. Peningkatan pelayanan bagi para nasabah adalah hal yang sangat penting dalam usaha meningkatkan kepuasan para nasabah, hal ini dikarenakan para nasabah sangat besar peranannya dalam kontribusi pendapatan secara tidak langsung dalam mendukung eksistensi perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang selama ini mempengaruhi kepuasan konsumen secara umum, dan menjadi faktor utama dalam kepuasan konsumen sebuah perusahaan jasa. Peningkatan kualitas pelayanan sebagai salah satu motivator pengikat loyalitas konsumen adalah inti dari usaha di bidang jasa (termasuk didalamnya dunia jasa keuangan syariah).⁴

Kualitas pelayanan juga merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Dengan meningkatkan mutu pelayanan oleh suatu perusahaan perbankan merupakan suatu cara yang nyata dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan nasabah. Kualitas pelayanan menjadi faktor yang

³ Jundiana, *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Malang: UIN Malang Press, 2009), 112.

⁴ J. Supranto, *Pemasaran Industri (Industrial Marketing)*, (Jakarta: Djambatan, 1995), 74.

semakin penting untuk keberhasilan dan kelangsungan hidup dalam industri perbankan. Karena itu, penilaian yang benar dari kualitas pelayanan bank akan menjadi hal penting.

Berkaitan dengan ini Allah SWT menerangkan dalam surat Al-Baqarah: 267

لَا الْأَرْضُ مِنْ لَكُمْ أَخْرَجْنَا وَمِمَّا كَسَبْتُمْ مَا طَيَّبْتُمْ مِنْ أَنْفُقُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
 فِي اللَّهِ أَنْ وَعَلَّمُوا فِيهِ تَعْمُضُوا أَنْ إِلَّا بَا خَذِيهِ وَلَسْتُمْ تُنْفِقُونَ مِنْهُ الْخَيْثَ تَيَّمُّوْ
 حَمِيدٌ غَنَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji*”⁵

Bank Syariah Mandiri merupakan bank yang berdiri pada tanggal 2 Oktober 1999 dan mulai beroperasi resmi pada tanggal 25 Rajab 1420 H atau 1 November 1999. 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.⁶

⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah untuk Wanita*, (Jakarta Selatan: Penerbit Wali Oasis Terrace Recident), 45.

⁶ <https://www.syariahamandiri.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan>, (6 November 2018)

Pada tanggal 8 Juni 2017 Bank Syariah Mandiri memperoleh penghargaan *banking service excellent award* atas prestasi *best customer, best fisik, best overall performance, and best security*. Pada akhir tahun 2017 Bank Syariah Mandiri juga meraih penghargaan Anugerah Syariah Republika untuk kategori Kinerja Terbaik bank syariah dengan asset diatas Rp 30 triliun. Berdasarkan data tersebut Bank Syariah Mandiri memberikan kualitas pelayanan yang sangat baik.

Bank Syariah Mandiri Cabang Jember yang lokasinya berada di Jl. PB Sudirman No. 41 – 43 Dusun Pagah, Desa Jemberlor, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Bank yang dari segi lokasi sudah sangat memenuhi, karena berada di pusat kota, dari segi *tangible* (bukti fisik) yang berupa gedung dan beberapa area yang sudah direnovasi dengan baik, dan juga dari kegiatan pelayanan yang baik yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini ingin mengkaji lebih lanjut kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Jember telah memenuhi harapan dari para nasabahnya, dan juga mengukur tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri yang dapat diidentifikasi melalui pengukuran *service quality* yang dimodifikasi sehingga menggunakan enam dimensi kualitas pelayanan yaitu: *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*, yang ditambah satu dimensi yaitu *compliance* sehingga dapat menentukan variabel yang perlu dikembangkan atau ditingkatkan.

Sehubungan dengan hal tersebut, penulis tertarik ingin meneliti kepuasan nasabah di perbankan syariah yang diukur berdasarkan pendekatan *modified servqual* dengan mengambil judul “**Analisis Kualitas Pelayanan dengan Pendekatan *Modified Servqual* (Kualitas Pelayanan yang Dimodifikasi) terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember**”

B. Rumusan Masalah

Bagian ini akan mencantumkan semua rumusan masalah yang dicari jawabannya melalui proses penelitian. Perumusan masalah harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.⁷ Dalam fokus penelitian ini akan membahas tentang “Analisis Kualitas Pelayanan dengan Pendekatan *Modified Servqual* terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember”. Dimana akan dijabarkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh signifikan secara parsial kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember?
2. Apakah ada pengaruh signifikan secara simultan kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah:

⁷ Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2016), 37.

1. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember secara parsial.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember secara simultan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis.⁸ Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dari hasil penelitian terbagi menjadi dua yaitu manfaat secara teoritis dan praktis, diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan tentang masalah yang diteliti, khususnya mengenai analisis kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Sebagai sumbangsih pemikiran bagi dunia akademik implementasi yang diperoleh dari bangku kuliah.

⁸Ibid., 38.

b. Bagi IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Jember

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai inovasi ilmiah, dapat menambah koleksi hasanah ilmu pengetahuan yang fungsional bagi dinamika keilmuan civitas akademika dan dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya mengenai dunia perbankan.

c. Bagi Bank Syariah Mandiri Cabang Jember

Sebagai bahan acuan bagi pihak Bank Syariah Mandiri Cabang Jember dalam mengetahui apa yang menjadi daya tarik untuk mempercayakan perbankan mengelola keuangan nasabah yang memuaskan hati.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua variabel, yaitu, variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dengan uraian sebagai berikut:

a. Variabel Independen / Bebas (X)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen

(terikat). Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* yang terdiri dari *tangible, reliability, empathy, responsiveness, assurance, compliance* (X).

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut variabel *out put*, kriteria, konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁹ Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y).

2. Indikator Variabel

Indikator variabel merupakan rujukan empiris dari variabel yang telah diteliti. Indikator ini nantinya akan dijadikan sebagai dasar membuat butir-butir atau item pertanyaan dalam angket, *interview* dan observasi.¹⁰

Tabel: 1.1
Indikator Variabel

Judul	Variabel	Indikator
Analisis Kualitas Pelayanan dengan Pendekatan Modified Servqual di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember	1. <i>Tangible</i> (X1)	1.1 Gedung yang strategis dengan fasilitas yang memadai
		1.2 <i>Banking hall</i> yang nyaman
		1.3 Seragam dan penampilan fisik karyawan
	2. <i>Reliability</i> (X2)	2.1 Keakuratan pembukuan
		2.2 TI (<i>technology</i>

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2014), 59.

¹⁰ Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 42.

		<i>information)</i>
	3. <i>Emphaty</i> (X3)	3.1 Kecepatan pelayanan teller 3.2 Daya tanggap <i>customer service</i>
	4. <i>Responsiveness</i> (X4)	4.1 Keamanan dalam transaksi 4.2 Keramahan dalam melayani nasabah 4.3 Kredibilitas atau reputasi
	5. <i>Assurance</i> (X5)	5.1 Memahami kebutuhan nasabah 5.2 Kemudahan dalam mengakses informasi
	6. <i>Compliance</i> (X6)	6.1 Beroperasi dibawah prinsip syariah 6.2 Memenuhi dan patuh terhadap hukum islam
	Kepuasan Nasabah (Y)	1. Ekspektasi dan persepsi nasabah 2. Sistem keluhan dan saran 3. Merekomendasikan kepada teman 4. Pengalaman dalam proses pelayanan 5. Pengaruh dan arti kepuasan 6. Keinginan untuk kembali

Sumber: Data Diolah

F. Definisi Operasional

Adapun definisi operasional yang perlu ditegaskan dari judul penelitian ini adalah:

1. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Menurut Amin Ibrahim, kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan/masyarakat bukannya persepsi dari pemberi pelayanan, pelayanan itu merupakan penggerak utama bagi operasionalisasi kegiatan bisnis (atau organisasi pemberi pelayanan apapun nama dan jenisnya).¹¹

Modified servqual merupakan suatu pengukuran kualitas pelayanan atau jasa pada lembaga yang menjadikan syariah sebagai dasar organisasinya, yang terdiri dari 6 dimensi, yaitu:

a. Bukti langsung (*tangible*)

Bukti langsung adalah bukti fisik dari jasa, bisa berupa fisik peralatan yang digunakan, representasi fisik dari jasa (misalnya, kartu

¹¹ Amin Ibrahim, *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya* (Bandung: CV Mandar Maju, 2008), 2

kredit plastik). Sedangkan terdapat pendapat lain mengungkapkan bahwa bukti langsung adalah fasilitas dan peralatan fisik serta penampilan karyawan yang profesional.¹²

b. Keandalan (*reliability*)

Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua nasabah tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Menurut Tjiptono mendefinisikan mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang telah disepakati.¹³

c. Daya tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap adalah suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada nasabah, dengan menyampaikan informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

d. Jaminan (*assurance*)

¹² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 1997), 53.

¹³ Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Jakarta: Prenhalindo, 1997), 53.

Definisi jaminan yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*) dan sopan santun (*courtesy*).

e. Empati (*emphaty*)

Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi, yang diberikan kepada para nasabah.

f. Pemenuhan (Prinsip Syariah) (*compliance*)

Adalah kemampuan untuk memenuhi dan patuh terhadap hukum Islam dan beroperasi dibawah prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan syariah.

2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.¹⁴

Ada 6 indikator dalam mengukur tingkat kepuasan nasabah yaitu:

¹⁴Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 13*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 139

- a. Ekspektasi dan persepsi nasabah adalah suatu keadaan yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi nasabah.
- b. Sistem keluhan dan saran adalah setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.
- c. Merekomendasikan kepada teman adalah suatu tindakan atau proses komunikasi atas suatu produk atau jasa tertentu yang berguna untuk memberikan informasi secara personal.
- d. Pengalaman dalam proses pelayanan adalah suatu alat ukur untuk menilai kinerja karyawan.
- e. Pengaruh dan arti kepuasan adalah alat ukur yang penting dalam sebuah pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan seorang pelanggan.
- f. Keinginan untuk kembali adalah ketika pelanggan merasa puas atas layanan yang diterima maka akan mempengaruhi keinginan mereka untuk kembali membeli produk diperusahaan tersebut.¹⁵

Dari definisi yang telah dijelaskan diatas maka dapat diketahui secara singkat maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari kualitas pelayanan dengan

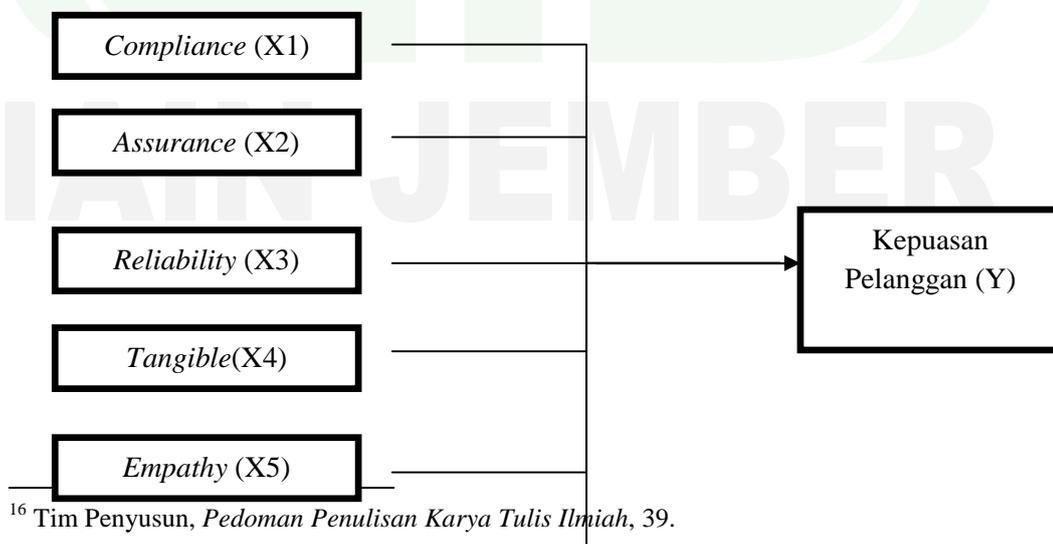
¹⁵[http://notordinaryblgger.com/indikator-kepuasan-pelanggan/diakses 24 Mei 2018](http://notordinaryblgger.com/indikator-kepuasan-pelanggan/diakses%2024%20Mei%202018), 10:08.

pendekatan *modified servqual* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian biasa disebut juga sebagai anggapan dasar atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Anggapan dasar harus dirumuskan secara jelas sebelum peneliti melangkah mengumpulkan data.¹⁶ Adapun asumsi penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan enam dimensi metode *Servqual* yang telah dimodifikasi.

Gambar 1.1



¹⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, 39.

Responsiveness (X6)

H. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau belum sempurna. Sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis melalui penelitian.¹⁷ Apabila ditinjau secara etimologi hipotesis adalah perpaduan dua kata, *hypo* dan *tesis*. *Hypo* berarti kurang dan *tesis* adalah pendapat. Oleh karena itu hipotesis dapat diartikan sebagai suatu pernyataan yang belum merupakan tesis, suatu kesimpulan sementara, suatu pendapat yang belum final, karena masih harus dibuktikan kebenarannya.¹⁸ Adapun variabel independen yaitu kualitas pelayanan dengan menggunakan pendekatan *modified servqual* kemudian dijabarkan dan diuji dengan uji validitas dan uji reabilitas. Kemudian dianalisis dengan regresi linier berganda untuk mencari pengaruh dari variabel dependen kepuasan nasabah yang berinteraksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan *Modified Servqual* Terhadap Kepuasan Nasabah Secara Parsial

Perbankan adalah bisnis yang berdasarkan pada azas kepercayaan masalah kualitas (*service quality*), dan kualitas produk menjadi faktor penting dalam keberhasilan bisnis ini. Kualitas pelayanan atau *service*

¹⁷ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)* (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008), 85

¹⁸ Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: PT Galia, 2014), 130

quality yang baik akan berdampak kepada para nasabah yang semakin nyaman dan puas dengan pelayanan yang diterima.

Kualitas pelayanan dalam bank syariah adalah kualitas pelayanan yang dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip dan ajaran syariah, sehingga nasabah yang berdominan muslim juga bisa merasa aman dari riba, karena riba jelas dilarang dalam agama Islam.

Selain itu, adanya kualitas produk dan bagi hasil pada bank syariah yang tidak lain untuk memenuhi kepuasan pelanggan (dalam hal ini adalah nasabah). Kepuasan pelanggan tidak akan terlepas dari *service quality* (kualitas layanan). *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi (*perceived service*) para pelanggan atas layanan yang nyata-nyata mereka terima atau diperoleh dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan (*expected service*).

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ha : kualitas pelayanan dengan menggunakan pendekatan *modified servqual* terhadap kepuasan nasabah terdapat pengaruh yang parsial.

2. Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan *Modified Servqual* Terhadap Kepuasan Nasabah Secara Simultan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan hasil terhadap ekspektasi mereka.¹⁹ Kualitas kepuasan yang dirasa oleh nasabah akan

¹⁹Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 139.

memberikan suatu dorongan kepada para nasabah untuk menjalin ikatan kerjasama yang kuat dengan pihak perbankan.

Oleh karena itu bank syariah perlu mengoptimalkan dalam setiap kinerjanya untuk menciptakan rasa puas pada nasabah. Pengoptimalan kinerja bank syariah tersebut dapat diaplikasikan dibidang produk, nisbah bagi hasil dan pelayanan yang pastinya dengan menggunakan prinsip syariah.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ha : kualitas pelayanan dengan menggunakan pendekatan *modified servqual* terhadap kepuasan nasabah terdapat pengaruh yang simultan.

I. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, yang terdiri dari variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel (X) kualitas pelayanan (*compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, responsiveness*) terhadap (Y) kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Jember baik secara parsial maupun simultan.

b. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Jember yang berjumlah kurang lebih 3000 nasabah, baik yang menyimpan dananya melalui tabungan, yang meminjam dana dan yang melakukan angsuran pembiayaan di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember tersebut. Sumber data Bapak Dani salah satu karyawan Bank Syariah Mandiri.²¹

2) Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang karakteristiknya hendak diteliti, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit dari pada jumlah populasinya). Sampel yang diambil dalam penelitian ini bersumber dari jumlah populasi nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Jember baik yang menyimpan dananya melalui tabungan, yang meminjam danadan yang melakukan angsuran pembiayaan.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 80

²¹ Wawancara dengan Bapak Dani Kepala Bagian SDM BSM Cabang Jember, 29 Agustus 2018, 13.35.

Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yang merupakan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Ciri-ciri yang dimaksud oleh peneliti adalah nasabah berumur minimal 20 tahun, ciri-ciri ke dua adalah nasabah yang minimal lulusan jenjang pendidikan SMP atau sederajat sehingga diharapkan mampu untuk menjawab pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuesioner atau angket.²²

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

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Presisi (Persen Kelonggaran ketidaktelitian/ batas kesalahan)²³

Pada penelitian ini peneliti menggunakan presisi atau persen kelonggaran ketidak telitian/batas kesalahan sebesar 5%, karena dengan nilai presisi semakin rendah maka tingkat ke validan data semakin besar, dan apabila nilai presisi semakin tinggi maka tingkat ke validan data semakin kecil.

$$n = \frac{3000}{1 + 3000(5\%)^2}$$

²² Nur Asnawi, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN-Malang Press, 2009),130

²³ Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran*, (Malang: UMM Press, 2004), 105.

$$\begin{aligned}
 &= \frac{3000}{1 + 3000(0,0025)} \\
 &= \frac{3000}{8,5} \\
 &= 352,941176 / 353 \text{ nasabah}
 \end{aligned}$$

Jadi melalui rumus di atas dapat ditentukan responden yang dijadikan sumber data pada penelitian ini yakni berjumlah 353 nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

3) Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data asli yang dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitian secara khusus. Data primer diperoleh secara langsung dari sumbernya, sehingga merupakan tangan pertama yang memperoleh data tersebut.²⁴ Jadi pada penelitian ini data yang diperoleh dan digali langsung dari Bank Syariah Mandiri Cabang Jember melalui hasil kuisisioner yang disebarakan kepada sejumlah nasabah yang menjadi sampel atau responden dalam penelitian ini.

4) Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Adapun untuk memperoleh data-data yang diperlukan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi (pengamatan)

Observasi adalah suatu cara untuk mengadakan penilaian dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung dan

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*, 193

sistematis. Data-data yang diperoleh dalam observasi itu dicatat dalam suatu catatan observasi. Kegiatan pencatatan dalam hal ini adalah merupakan bagian dari pada kegiatan pengamatan.²⁵

Penelitian ini di lakukan dengan pengamatan secara langsung di Kantor Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Adapun data-data yang diperoleh melalui metode observasi ini adalah terkait dengan letak geografis Bank Syariah Mandiri Cabang Jember, kegiatan operasional Bank Syariah Mandiri Cabang Jember, dan kegiatan pelayanan Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.²⁶ Tujuan pokok pembuatan kuisisioner adalah untuk memperoleh data diri nasabah serta penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan Bank Syariah Mandiri dalam melayani nasabah. Kuesioner ini nantinya akan menggunakan skala *likert*, kriteria yang digunakan sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menyertakan dokumentasi-dokumentasi pada saat melakukan

²⁵ Tukiran Taniredja dan Hidayah Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 137

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*, 142

penelitian. Adapun yang akan diperoleh dari metode dokumentasi ini adalah:

- 1) Sejarah berdirinya Bank Syariah Mandiri
- 2) Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri
- 3) Profil Bank Syariah Mandiri

5) Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyaji data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan.²⁷

Berikut ini merupakan alat untuk menguji suatu nilai residual, yaitu:

a. Uji Validitas

Validitas adalah derajat 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 obyek penelitian.

²⁷ Ibid., 147

Adapun rumusan yang digunakan untuk menguji tingkat validitas instrumen dalam penelitian ini yaitu menggunakan rumus korelasi. Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df). Dengan ketentuan:

Hasil $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$

Hasil $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{Tidak Valid.}^{28}$

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.²⁹ Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, ketepatan dan konsistensi kuesioner dalam mengukur variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.³⁰ Pengujian ini dilakukan dengan program SPSS 20.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan *one shot* atau pengukuran sekali saja. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan *reliable* apabila:

Hasil *Cronbach Alpha* $> 0,60 = \text{Reliabel}$

Hasil *Cronbach Alpha* $< 0,60 = \text{Tidak Reliabel}$

c. Uji Asumsi Klasik

²⁸ Ibid., 267

²⁹ Asnawi, *Metodologi Riset*, 170

³⁰ Hengki Latan, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 46

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

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linier 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 grafik *normal probability plot*, yaitu jika titik-titik plot beredar disekitar garis diagonal dan tidak melebar dari garis diagonal, maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.

2) Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah *variance* dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika *variance* dari residual data sama disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi problem heteroskedastisitas pada model regresi antara lain :

- a) Dengan melihat grafik scatterplot, yaitu jika plotting titik – titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu

tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

- b) Dengan melakukan uji statistik glejser yaitu dengan mentransformasi nilai residual menjadi absolut residual dan meregresnya dengan variabel independen dalam model. Jika diperoleh nilai signifikansi untuk variabel independen $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem heteroskedastisitas.³¹

3) Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Jika terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolonieritas yang harus diatasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi atau tidaknya multikolonieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Nilai *tolerance* dan lawannya
2. *Variance inflation factor*

³¹ Ibid., 57

Kedua ukuran diatas menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas bebas yang dipilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF (karena $VIF = 1 / tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinieritas yang tinggi. Nilai *cut off* yang dipakai oleh nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10. Apabila terdapat variabel bebas yang dimiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.³²

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Keterangan :

- Y : Kepuasan Nasabah
- X₁ : Variabel *tangible*
- X₂ : Variabel *reliability*

³² Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), 64

- X_3 : Variabel *empathy*
 X_4 : Variabel *responsiveness*
 X_5 : Variabel *assurance*
 X_6 : Variabel *compliance*
 a : Nilai konstanta
 b : Nilai koefisien regresi
 e : Nilai eror

Untuk mengetahui serta menentukan pengaruh koefisien variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan bantuan SPSS versi 20.

e. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai *R-squares* 0,75 menunjukkan bahwa model kuat, 0,50 menunjukkan bahwa model sedang dan 0,25 menunjukkan bahwa model lemah. Setiap tambahan satu variabel independen, maka nilai *R-square* pasti akan meningkat. Oleh karena itu sangat dianjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R Square* dalam mengevaluasi model regresi, dimana nilainya dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Apabila nilai *Adjusted R Square* negatif, maka nilai tersebut dianggap nol.³³

f. Uji Hipotesis

1) Uji t

³³ Hengki Latan, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 80-81

Uji t digunakan untuk menguji apakah parameter (koefisien regresi dan konstanta) mampu menjelaskan perilaku variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Untuk mengetahui signifikansi uji t yaitu jika nilai signifikansi yang dihasilkan uji t $P < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun jika $P > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

a) Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ($X_1, X_2, X_3 \dots X_n$) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian). Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

nasabah. Namun jika $P > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

g. Penerapan Tingkat Signifikansi

Penetapan hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (= 5%) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95 karena tingkat signifikansinya itu yang umum digunakan pada peneliti ilmu-ilmu sosial dan dianggap cukup tepat untuk mewakili hubungan antar variabel yang diteliti.³⁴

J. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari BAB pendahuluan hingga BAB penutup.

BAB I, PENDAHULUAN : yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian (variabel dan indikator variabel), definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis dan metode penelitian (pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data, analisis data, validitas data) dan sistematika pembahasan.

BAB II, KAJIAN KEPUSTAKAAN : yang berisi tentang penelitian terdahulu dan kajian teori.

³⁴ Nazir, *Metode Penelitian*, 460.

BAB III, PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS : yang berisi tentang gambaran obyek penelitian, penyajian data, analisis data, pembahasan.

BAB IV, PENUTUP atau KESIMPULAN DAN SARAN: yang berisi kesimpulan dan saran-saran yang bersifat konstruktif bagi semua pihak-pihak pada umumnya dan bagi lembaga yang diteliti khususnya.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini maka akan dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang dilakukan.²

1. MA. Riza Rahmana 2008, yang berjudul “Analisis Faktor-faktor Yang Menentukan Kepuasan Nasabah Pinjaman dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Studi Kasus: PT Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Kantor Cabang Magetan”. Berdasarkan hasil pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dapat diketahui hasilnya bahwa secara parsial variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Citra produk telah terbukti sebagai variabel moderasi antara kualitas layanan dengan kepuasan nasabah. Sedangkan variabel kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di daerah penelitian pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. unit kantor cabang Magetan adalah meningkatkan kualitas layanan dan citra produk yang

² Tim Penyusun, *Pedoman Karya Ilmiah*, 45.

terkait dengan fasilitas pendukung layanan, kemampuan dan keramahan pegawai, serta kemudahan dalam proses pinjaman. Dengan demikian diharapkan kualitas layanan dan citra produk bisa lebih optimal dalam meningkatkan kepuasan nasabah yang akan meningkatkan loyalitas nasabah.³ Persamaan dengan penelitian yang peneliti tulis adalah tentang kepuasan pelanggan dan sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya terletak pada tempat penelitian dan variabel 1 yaitu kepuasan nasabah, sedangkan pada penelitian sekarang yaitu kualitas pelayanan.

2. Putri Dwi Cahyani 2009, yang berjudul “Analisis Kualitas Jasa pada Bisnis Perbankan Syariah Berdasarkan Adaptasi Model Carter Studi pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta”. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa analisis faktor menunjukkan faktor-faktor kualitas jasa yang dikelompokkan ke dalam enam faktor dapat mempengaruhi nasabah untuk melakukan transaksi di Bank Muamalat tersebut. Kedua, tingkat kepuasan pelanggan yang didasarkan data responden, menunjukkan sebesar 12,7% sangat puas dan sebesar 23,3% responden menyatakan puas terhadap layanan keseluruhan Bank Muamalat. Keenam faktor tersebut mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat secara

³MA. Riza Rahmana, “Analisis Faktor-faktor yang Menentukan Kepuasan Nasabah Pinjaman dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: PT Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Kantor Cabang Magetan)”, (Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang 2008).

signifikan sebesar 38,38%.⁴ Persamaan dengan penelitian sekarang yaitu sama-sama meneliti kualitas pelayanan dan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya yaitu pada objek penelitian, dan menggunakan pendekatan model CARTER.

3. Maria Ulfah 2013, yang berjudul “Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Perum Pegadaian Kantor Cabang Warung Jambu Bogor”. Berdasarkan hasil pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dapat diketahui hasilnya bahwa berdasarkan perhitungan CSI, diperoleh hasil CSI untuk atribut layanan di Pegadaian Kantor Cabang Warung Jambu Bogor sebesar 0,74. Mengacu kepada panduan survey kepuasan pelanggan yang dikeluarkan oleh Sucofindo, maka indeks kepuasan tersebut berada pada rentang nilai bahwa nasabah secara keseluruhan merasa puas terhadap layanan Pegadaian Kantor Cabang Warung Jambu Bogor.⁵ Persamaanya sama-sama meneliti kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan. Perbedaannya yaitu teknik penentuan sampel menggunakan *confinience sampling* sedangkan pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*.
4. Fuad Bayu Irawan 2013, yang berjudul “Kualitas Jasa Pada Bisnis Perbankan Syariah Berdasarkan Model CARTER di Kabupaten Banyumas”. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa

⁴ Putri Dwi Cahyani, “Analisis Kualitas Jasa pada Bisnis Perbankan Syariah Berdasarkan Adaptasi Model CARTER (Studi Pada Bank Muamalat Indonesia Cabanj Surakarta)” (Skripsi, Universitas Negeri Surakarta, Surakarta, 2009).

⁵ Maria Ulfah, “Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Layanan Perum Pegadaian Kantor Cabang Warung Jambu Bogor” (Skripsi, ITB, Bogor, 2013).

sekitar 6,9% dari variasi dalam variabel independen yaitu *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di Kabupaten Banyumas.⁶ Persamaannya yaitu sama-sama mengukur kualitas pelayanan dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Perbedaannya menggunakan metode CARTER, dan lokasi penelitian.

5. Lintang Ayu Suryani 2014, yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Studi pada Griya Kecantikan Aura Kota Semarang”. Berdasarkan hasil pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dapat diketahui hasilnya bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.⁷ Persamaannya adalah sama-sama mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaannya adalah pada objek penelitian.
6. Arsyil Azwar Senja 2014, yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan pada BMT Terhadap Kepuasan Santri Studi Kasus di BMT Sunan Pandanaram Sleman Yogyakarta”. Berdasarkan hasil pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dapat diketahui hasilnya

⁶ Fuad Bayu Irawan, “Kualitas Jasa Pada Perbankan Syariah Berdasarkan Model CARTER di Kabupaten Banyumas”, (Skripsi, STAIN Purwokerto, Purwokerto, 2013).

⁷ Lintang Ayu Suryani, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Studi pada Griya Kecantikan Aura Kota Semarang” (Skripsi, UINSUKA, Yogyakarta, 2014).

bahwa dari keenam dimensi yang membentuk variabel laten kualitas pelayanan dimensi *empathy* memiliki pengaruh terbesar yaitu 96%, kemudian variabel yang memiliki pengaruh terbesar kedua adalah dimensi *tangible* yakni 83%, *responsiveness* 46%, *reliability* 34%, *compliance* 5,8%, dan *assurance* 4%. Dari hasil analisis jalur dalam mengukur pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada dimensi CARTER memiliki koefisien sebesar 9% dalam mempengaruhi kepuasan nasabah. Nilai ini juga menunjukkan kepuasan masih dipengaruhi oleh variabel atau faktor lainnya.⁸ Persamaannya sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan kuesioner. Perbedaannya adalah tempat penelitian dan sampel penelitian.

7. Amarila Fetisyadevi 2014, yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Produk Gadai Emas Bank BPD DIY Syariah Yogyakarta”. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah produk Gadai Emas Bank BPD DIY Syariah Yogyakarta. Kedua, kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah produk Gadai Emas Bank BPD DIY Syariah Yogyakarta. Ketiga, daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah produk Gadai Emas Bank BPD DIY

⁸ Arsyil Azwar Senja, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan pada BMT Terhadap Kepuasan Santri Studi Kasus di BMT Sunan Pandanaran Sleman Yogyakarta” (Skripsi, UINSUKA, Yogyakarta, 2014).

Syariah Yogyakarta. Keempat, jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah produk Gadai Emas Bank BPD DIY Syariah Yogyakarta. Kelima empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah produk Gadai Emas Bank BPD DIY Syariah Yogyakarta.⁹ Persamaannya yaitu sama-sama mengukur tingkat kepuasan nasabah dan menggunakan kuesioner untuk memperoleh data. Perbedaannya tidak menggunakan pendekatan *modified servqual*.

8. Wahyuningsih 2014, yang berjudul “Tingkat Kualitas Pelayanan dengan Model CARTER (Studi pada BPD DIY Yogyakarta)”. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai gap pada seluruh pertanyaan dimensi pada model CARTER pada analisis *servqual* masih berniali minus (-) maka dapat dikatakan bahwa pelayanan di BPD DIY Syariah dapat dikategorikan baik, tetapi perlu dilakukan perbaikan pada akad/kesepakatan sesuai dengan syariat Islam, ketersediaan ATM, penambahan *teller* pada jam sibuk, memberikan pelayanan tepat waktu sesuai yang dijanjikan, respon *customer service* dalam menanggapi keluhan nasabah dan jam operasional bank yang sesuai bagi nasabah.¹⁰ Persamaannya sama-sama mengukur kualitas pelayanan. Perbedaannya menggunakan alat

⁹ Amarila Fetisyadevi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Produk Gadai Emas Bank BPD DIY Syariah Yogyakarta” (Skripsi, UINSUKA, Yogyakarta, 2014).

¹⁰ Wahyuningsih, “Tingkat Kualitas Pelayanan dengan Model CARTER (Studi pada BPD DIY Yogyakarta)” (Skripsi, UINSUKA, Yogyakarta, 2014).

ukur model CARTER dan menggunakan *important performance analysis* untuk melihat pengaruh dari variabel X terhadap Y.

9. Dani Rohmati 2016, yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pendekatan CARTER Terhadap Tingkat Kepuasan Anggota Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS) Koperasi Karyawan Palapa Nusantara Surabaya”. Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa dimensi *reliability* sebesar 0,002 dan *responsiveness* 0,031 secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan anggota, sedangkan dimensi *tangible*, *assurance*, *empathy* dan penerapan prinsip syariah tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota. Kedua, bahwa *reliability* adalah dimensi layanan yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah koperasi karyawan syariah Palapa Nusantara Surabaya.¹¹ Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan menggunakan analisis linier berganda. Perbedaannya terletak pada objek yaitu meneliti di koperasi.
10. Uswatun Hasanah 2017, yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dengan Pendekatan Model CARTER (Studi Kasus PT Pegadaian Syariah Cabang A. Yani Jember)”. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa keenam dimensi CARTER yaitu *compliance*, *assurance*, *reliability*,

¹¹ Dani Rohmati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pendekatan CARTER Terhadap Tingkat Kepuasan Anggota Unit Jasa Keuangan Syariah (UJKS) Koperasi Karyawan Palapa Nusantara Surabaya” (Skripsi, Universitas Airlangga Surabaya, Surabaya, 2016).

tangible, *empathy*, dan *responsiveness* yang merupakan variabel independen dapat dijelaskan oleh variabel dependen yaitu kepuasan nasabah PT Pegadaian Syariah. Kedua, uji statistik F menunjukkan bahwa variabel keenam dimensi CARTER tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian Syariah Cabang A. Yani Jember.¹² Persamaannya adalah sama-sama meneliti kepuasan nasabah. Perbedaannya menggunakan pendekatan model CARTER.

Tabel 2.1

Perbedaan dan Persamaan Terhadap Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	MA. Riza Rahmana	Analisis Faktor-faktor yang Menentukan Kepuasan Nasabah Pinjaman dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: PT Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Kantor Cabang Magetan)	Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang kualitas layanan dan kepuasan nasabah. Sama-sama menggunakan data primer sebagai sumber data.	Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah, pada penelitian sebelumnya menggunakan regresi linier berganda, sedangkan penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana. Objek penelitian sebelumnya di PT Bank Rakyat Indonesia, sedangkan penelitian ini di

¹² Uswatun Hasanah, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dengan Pendekatan Model CARTER (Studi Kasus PT Pegadaian Syariah Cabang A. Yani Jember)" (Skripsi, IAIN Jember, Jember, 2017).

				Bank Syariah Mandiri. Teknik penentuan sampelnya menggunakan <i>purposive sampling</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan <i>accidental sampling</i> .
2	Putri Dwi Cahyani	Analisis Kualitas Jasa pada Bisnis Perbankan Syariah Berdasarkan Adaptasi Model CARTER (Studi pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Surakarta)	Persamaan dari penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti kualitas pelayanan, dan sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif	Perbedaannya pada penelitian sebelumnya objeknya pada Bank Muamalat, dan pada penelitian ini objeknya pada Bank Syariah Mandiri, penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan Carter, sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan modified servqual. Penelitian sebelumnya menggunakan alat bantu program Lisrel 8,71for windows dan penelitian ini menggunakan bantuan program SPSSfor windows.
3	Maria Ulfah	Analisis Kepuasan Nasabah	Sama-sama meneliti tentang kualitas	Perbedaannya, pada penelitian sebelumnya

		terhada Layanan Perum Pegadaian Kantor Cabang Warung Jambu Bogor	pelayanan dan kepuasan nasabah. Selanjutnya persamaannya adalah sama-sama menggunakan kuesioner untuk memperoleh data dari nasabah	teknik penentuan sampel menggunakan teknik <i>confinience sampling</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan <i>accidental sampling</i> .
4	Fuad Bayu Irawan	Kualitas Jasa pada Bisnis Perbankan Syariah Berdasarkan Model Carter di Kabupaten Banyumas	Persamaan nya adalah sama-sama mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif, sama-sama menggunakan kuesioner.	Perbedaannya, pada penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan Carter, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan Modified Servqual. Penelitian sebelumnya yang diteliti adalah seluruh bank syariah yang ada di Kabupaten Banyumas, penelitian ini hanya meneliti satu lokasi saja yakni Bank Syariah Mandiri.
5	Lintang Ayu Suryani	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	Sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, sama-sama menggunakan program SPSS, dan sama-sama menggunakan	Perbedaan dai penelitian sebelumnya adalah pada objeknya, penelitian sebelumnya di Griya Kecantikan Aura Kota Semarang, sedangkan pada penelitian ini di

		(Studi pada Griya Kecantikan Aura Kota Semarang)	<i>Accidental Sampling.</i>	Bank Syariah Mandiri.
6	Arsyil Azwar Senja	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan pada BMT terhadap Kepuasan Santri (Studi Kasus di BMT Sunan Pandanaran Sleman Yoyakarta)	Persamaannya adalah sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif, sama-sama menggunakan kuesioner, sama-sama meneliti kualitas pelayanan	Perbedaannya adalah teknik menentukan sampel menggunakan <i>purposive sampling</i> , sedangkan penelitian ini menggunakan <i>accidental sampling</i>
7	Amarila Fatsiyadevi	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Produk Gadai Emas Bank BPD DIY Syariah Yoyakarta	Persamaannya, sama-sama mengukur tingkat kepuasan nasabah, sama-sama menggunakan kuesioner untuk memperoleh data	Perbedaannya, tidak menggunakan pendekatan Modified Servqual, sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan Modified Servqual
8	Wahyuningsih	Tingkat Kualitas Pelayanan dengan Model CARTER (Studi pada BPD DIY Syariah)	Persamaannya, sama-sama mengukur tingkat kualitas pelayanan	Perbedaannya, menggunakan alat ukur model CARTER, sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan Modified Servqual. Penelitian sebelumnya menggunakan <i>important performance analysis</i> ,

				sedangkan pada penelitian ini menggunakan <i>SPSS</i> untuk melihat pengaruh dari Variabel X terhadap Y
9	Dani Rohmati	Pengaruh Kualitas pelayanan Pendekatan CARTER Terhadap Kepuasan Anggota Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Karyawan Palapa Nusantara Surabaya	Persamaan, sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah/anggota, sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif	Perbedaannya adalah pada objeknya, sebelumnya objek penelitiannya pada koperasi sedangkan penelitian ini objeknya di Bank Syariah, sebelumnya menggunakan linier berganda, penelitian ini menggunakan linier sederhana.
10	Uswatun Hasanah	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dengan pendekatan Model CARTER (Studi Kasus pada PT Pegadaian Syariah Cabang A. Yani Jember)	Persamaannya sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah	Perbedaannya, adalah pada penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan Model CARTER, sedangkan pada penelitian ini menggunakan Pendekatan Modified Servqual

Sumber Data: Diolah dari Penelitian Terdahulu

B. Kajian Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Menurut Amin Ibrahim, kualitas pelayanan adalah persepsi pelanggan/masyarakat bukannya persepsi dari pemberi pelayanan, pelayanan itu merupakan penggerak utama bagi operasionalisasi kegiatan bisnis (atau organisasi pemberi pelayanan apapun nama dan jenisnya).¹³

¹³ Amin Ibrahim, *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya* (Bandung: CV Mandar Maju, 2008), 2

b. Macam-Macam Kualitas Pelayanan

Layanan atau pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Kualitas layanan juga merupakan perangkat alat ukur untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang bersifat multidimensi.¹⁴

Untuk meningkatkan kepuasan, kenyamanan serta jumlah nasabah, maka ada beberapa dimensi layanan yang harus dimiliki oleh lembaga-lembaga yang bergerak dalam bidang jasa seperti perbankan, yaitu:

1) *Tangible*

Tangible atau fasilitas adalah hal mutlak yang harus ada demi menjaga kenyamanan pelanggan. Penampilan fasilitas fisik, peralatan dan personil prasarana yang berkaitan dengan layanan nasabah.¹⁵ *Tangible* yang baik akan mempengaruhi nasabah.

a) Gedung yang strategis dengan fasilitas yang memadai

Nasabah menginginkan gedung yang strategis dan mudah dijangkau. Strategis dalam hal ini mudah dilewati oleh kendaraan umum atau pribadi dari berbagai arah. Fasilitas yang memadai seperti fasilitas pendingin alat komunikasi yang canggih atau perabotan kantor yang berkualitas dan

¹⁴ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), 15.

¹⁵ Hamdi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Gramedia, 2004), 59.

lain-lain menjadi pertimbangan nasabah dalam memilih suatu produk/jasa.

b) *Banking Hall* yang nyaman

Menyediakan ruang tunggu yang nyaman, suasana tenang, ruangan yang lebar, sejuk dengan pendingin, penerangan yang cukup, penataan interior yang exterior yang indah, kebersihan selalu terjaga, nasabah selalu merasa nyaman, tempat duduk yang nyaman serta tersedia bahan bacaan serta menyediakan brosur yang lengkap sehingga mampu menjelaskan segala sesuatu sesuai dengan keinginan nasabah.¹⁶

c) Seragam dan Penampilan Fisik Karyawan

Dalam hal seragam atau penampilan, para pelayanan jasa harus benar-benar *smart*, karena cara berpakaian menentukan pula terhadap kualitas layanan yang akan diberikan. Pelaku lembaga keuangan harus berpenampilan rapi, serasi, bersih dan tidak menggunakan aksesoris atau *make-up* yang berlebihan.¹⁷

2) *Realiability*

Reliability (keandalan): yakni kemampuan untuk melaksanakan jasa yang telah dijanjikan secara konsisten dan dapat diandalkan (akurat). Keandalan (*reliability*) adalah

¹⁶ Jemi Widjaja Tandjung, *Marketing Management: Pendekatan pada Nilai-nilai Pelanggan* (Malang: Bayumedia, 2004), 112.

¹⁷ Kasmir, *Etika*, 127

salah satu instrumen penunjang dalam pemuasan nasabah. Dimensi yang mengukur keandalan dari pihak lembaga keuangan dalam memberikan pelayanan baik produk maupun jasa kepada nasabah diantaranya:

a) Keakuratan pembukuan

Kecermatan dan ketelitian dalam melakukan pembukuan baik pendanaan, pembiayaan maupun jasa, bank harus menepati janjinya dan tidak melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan. Jadi keakuratan pembukuan harus akurat dan tidak error.

b) TI (*Technology Information*)

Perangkat penting untuk memperkuat daya saing adalah *Technology Information* (TI). Dengan TI yang efektif, miliaran transaksi bisa diajalkan secara akurat, cepat dan dengan biaya yang rendah yang dibutuhkan antara lain *delivery system*, produk baru, sistem informasi risiko dan informasi manajemen. Tim TI berperan penting karena secara produktif memenuhi berbagai kebutuhan.

3) *Responsiveness*

Responsiveness bermakna cepat tanggap. Dimensi ini adalah salah satu pelayanan yang paling dinamis karena merupakan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa yang cepat dan tepat.

Responsiveness berdasarkan persepsi dan bukan aktualnya, karena persepsi mengandung aspek psikologis lain, maka faktor komunikasi dan situasi fisik di sekeliling nasabah yang menerima pelayanan merupakan hal yang penting dalam mempengaruhi penilaian nasabah.¹⁸

Adapun faktor-faktor yang di dalamnya adalah sebagai berikut:

a) Kecepatan Pelayanan *Teller*

Khusus *teller* atau kasir pelayanannya berbeda dengan yang lain karena *teller* sebagai orang yang menerima semua setoran uang (tunai dan *non* tunai). Untuk kecepatan layanan *teller* harus diutamakan.

b) Daya Tanggap *Customer Service*

Setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan seseorang. Melayani keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang dihadapi dengan nasabah. *Customer service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.¹⁹

¹⁸ Hamdi Irawan, *10 Prinsip*, 67

¹⁹ Sentot Imam Wahjono, op. cit. 179.

4) Assurance

Assurance (kepastian) adalah dimensi dari kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku *front-line staf* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para nasabahnya.

a) Keamanan dalam bertransaksi

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan nasabah adalah rasa aman karena perusahaan jujur dalam bertransaksi. Rasa aman ini sangat penting dalam dunia perbankan baik dalam bertransaksi sehari-hari maupun melalui bentuk transaksi lainnya. Rasa aman sangat penting bagi mereka yang memiliki kartu kredit. Pihak bank harus mengkomunikasikan kepada pemegang kartu kredit bahwa keamanan terjamin.

b) Keramahan dalam melayani nasabah

Seorang *customer service* saat melayani nasabah dengan ramah, akan menimbulkan dan memberikan kesan pertama dan utama yang baik. Apabila nasabah kehilangan kepercayaan akan dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan terhadap kualitas layanan. Nasabah sulit percaya bahwa kualitas layanan akan dapat tercipta dari *front-line staf* yang tidak kompeten atau terlihat bodoh.

c) Kredibilitas atau reputasi

Setiap lembaga keuangan ingin memberikan keyakinan bahwa mereka memberikan jaminan keamanan. Bagi nasabah, keyakinan terhadap bank adalah hal yang sangat penting dalam menentukan lembaga yang akan digunakan.²⁰

5) *Empathy*

Empathy (pemahaman) adalah salah satu dimensi yang dapat memberikan peluang besar untuk memberikan pelayanan yang bersifat “*surprise*” atau memberikan perhatian kepada nasabah.

a) Memahami kebutuhan nasabah

Nasabah terkadang seperti anak kecil yang menginginkan segala sesuatu atau seperti orang tua yang cerewet. Dengan memahami nasabah, bukan berarti pihak bank merasa “kalah” dan harus mengiyakan pendapat nasabah. Tetapi paling tidak mencoba untuk melakukan kompromi bukan melakukan perlawanan.

b) Kemudahan dalam mengakses informasi

Setiap perbankan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon, maupun bertemu langsung. Dering telepon usahakan maksimum tiga

²⁰ Chairun Nisa Halim “Pengaruh Keramahan Kredibilitas dan Citra Karyawan terhadap Kedekatan Karyawan dan Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Bank Konvensional di Surabaya”(Jurnal, STIE Perbanas Surabaya, Surabaya, 2013)

kali. Lalu segera jawab. Waktu yang dimiliki nasabah sangat terbatas sehingga tidak menunggu terlalu lama.²¹

Dimensi-dimensi kualitas layanan yang telah disebutkan diatas, harus dikelola dengan baik. Jika tidak, dapat menimbulkan kesenjangan (*gap*) antara perusahaan dengan pelanggannya. Lima kesenjangan yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas layanan.²²

- 1) *Gap* persepsi manajemen, yaitu adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi penelitian pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan penelitian, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan pelanggan, komunikasi dari bawah ke atas yang kurang memadai serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.
- 2) *Gap* spesifikasi kualitas, yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas, dan tidak adanya penyusunan tujuan.

²¹ Jemi Widjaja Tandjung, *Marketing Management*, 111.

²² Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran (edisi pertama)* (Jakarta: Salemba empat, 2001), 150.

3) *Gap* penyampaian pelayanan, yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*). Adanya kesenjangan ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain:²³

- (a) Ambiguitas peran, yaitu sejauh mana pegawai dapat melakukan tugas dengan baik sesuai dengan harapan manajer tetapi juga harus mampu memuaskan pelanggan.
- (b) Konflik peran, yaitu sejauh mana pegawai meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak.
- (c) Kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakan.
- (d) Kesesuaian teknologi yang digunakan pegawai.
- (e) Tidak memadainya sistem penilaian dan sistem imbalan yang diberikan oleh atasan kepada pegawai.
- (f) *Perceived control*, yaitu sejauh mana pegawai merasakan kebebasan dalam fleksibilitas dalam menentukan cara pelayanan.
- (g) *Team work*, yaitu sejauh mana pegawai dan manajemen merumuskan tujuan bersama didalam memuaskan pelanggan secara bersama-sama.

4) *Gap* dalam pelayanan yang dirasakan, yaitu perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dengan jasa yang diharapkan oleh konsumen.

²³ Dedy Douglas Harianja dkk, "Analisis Kesenjangan Kualitas Pelayanan Terhadap Pengunjung Perpustakaan Universitas Diponegoro", (Jurnal Gaussian Vol. 4 No. 4, Tahun 2015), 776.

Dari adanya layanan-layanan yang diberikan oleh sebuah lembaga jasa seperti yang disebut diatas, akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan atau nasabah itu sendiri. Dari kepuasan inilah akan berpengaruh pula pada peningkatan jumlah nasabah atau konsumen.

Lembaga keuangan haruslah dapat mengevaluasi sejauh mana kinerja perusahaan dalam memberikan layanan kepada pelanggan yang kemudian dihubungkan tingkat kepentingan pelanggan atas elemen-elemen jasa yang merupakan cerminan atas harapan konsumen. Langkah ini ditempuh untuk mengurangi kesenjangan antara kinerja jasa dengan harapan konsumen sehingga dapat diambil kebijakan terkait dengan perbaikan kinerja perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.²⁴

c. Kualitas Layanan Dengan Pendekatan *Modified Servqual*

Pendekatan *modified servqual* adalah sebuah instrumen yang dapat digunakan untuk mendefinisikan dan mengukur layanan kualitas lembaga keuangan Islam dan berguna sebagai alat penilaian kualitas. Ada 6 dimensi dalam *modified servqual* yang mana keenam dimensi tersebut dijabarkan lebih lanjut oleh Othman and Owen sebagai berikut.²⁵

²⁴ R.Agustinus, dkk, *Strategi Membangun Kualitas Pelayanan Perbankan untuk Menciptakan Kepuasan Nasabah Berorientasi Loyalitas Pada BRI Cabang Blora dan Unit Online-nya*, (Jurnal, UNDIP, Semarang, 2007)

²⁵Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, 14.

- 1) *Compliance* (prinsip Islam), yang berarti kemampuan untuk memenuhi dan patuh terhadap hukum Islam dan beroperasi dibawah prinsip-prinsip ekonomi dan Perbankan Syariah. *Compliance* ini meliputi: menjalankan prinsip dan hukum Islam, tidak ada pembayaran bunga baik untuk tabungan maupun pinjaman melalui gadai, menerapkan ketentuan layanan produk secara Islami, kesempatan mendapatkan pinjaman bebas bunga.²⁶
- 2) *Assurance* (keyakinan), merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka memberikan rasa aman dan percaya kepada pelanggan. Hal tersebut juga termasuk komunikasi secara verbal dan tulisan antara karyawan dan pelanggan. *Assurance* meliputi: karyawan yang sopan dan bersahabat, pengetahuan karyawan mengenai Bank Syariah yang baik dan luas, kejujuran dan keterampilan karyawan dalam menangani nasabah.
- 3) *Reliability* (keandalan), yakni kemampuan karyawan untuk memiliki performa layanan yang dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat. *Reliability* meliputi: pemberian layanan yang menyenangkan (waktu layanan cepat), kemudahan dalam melaksanakan transaksi, keamanan dalam bertransaksi yang

²⁶ Ade Sofyan Mulazid, *Pelaksanaan Sharia Compliance Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri, Jakarta)*, (Jurnal, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2016)

terjamin, dan waktu (jam) layanan yang tepat sesuai operasional.

- 4) *Tangible* (fisik nyata), yaitu aspek yang terlihat secara fisik misalnya peralatan, personel, dan bahan-bahan komunikasi. *Tangible* meliputi tampilan kantor dan fasilitas fisik yang menarik, peletakan brosur yang tertata baik, kebersihan dan kerapihan berpakaian karyawan serta keberadaan tempat parkir yang memadai.
- 5) *Empathy* (empati), adalah kemampuan karyawan secara personal untuk peduli dan memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan. *Empathy* meliputi: lokasi yang mudah dijangkau, karyawan yang memberikan perhatian kepada nasabah, karyawan yang bertanggung jawab terhadap keamanan nasabah, serta pelayanan yang adil kepada setiap nasabah.
- 6) *Responsiveness* (daya tanggap), yakni keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. *Responsiveness* meliputi: karyawan yang memiliki kemampuan baik dalam komunikasi dengan nasabah, layanan yang cepat dan efisien, dan mempunyai cabang yang tersedia dengan cukup sehingga memudahkan pelanggan untuk bertransaksi.

Dari pengertian tersebut diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa ada beberapa hal penting tentang pengertian kualitas pelayanan, yaitu:²⁷

- a) Kualitas pelayanan lebih sulit dievaluasi nasabah dibandingkan dengan mengevaluasi barang berwujud, dan kriteria untuk mengevaluasinya akan lebih sulit pula untuk ditentukan.
- b) Nasabah tidak saja akan mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan berdasarkan hasil akhirnya saja, melainkan juga akan menilai bagaimana proses penyampaian yang dilakukan.
- c) Kriteria dalam menentukan kualitas pelayanan tersebut akhirnya dikembalikan kepada nasabah sendiri. Pandangan terhadap suatu kualitas pelayanan, akan dimulai dari bagaimana pemberi pelayanan itu dapat memenuhi harapan nasabah, kemudian dilanjutkan dengan bagaimana seharusnya pemberi pelayanan tersebut menampilkan performanya.

Berdasarkan pandangan tersebut diatas, pemberi pelayanan seharusnya mempunyai bagian pelayanan umum dalam organisasinya, dengan harapan agar memungkinkan nasabah dapat menyampaikan keluhannya untuk ditanggapi dengan baik. Selanjutnya hasil evaluasi dari tanggapan nasabah tersebut dapat berguna dalam memperbaiki pelayanan kepada nasabah.

²⁷ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2015), 13.

d. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian

Kotler mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Engel et al dalam Tjiptono menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan/ketidakpuasan terjadi ketika pelanggan melakukan evaluasi atas harapan dengan kinerja/hasil yang diterimanya. Beberapa pakar dan hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa faktor penentu kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan harga.²⁸

Kepuasan pelanggan 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 konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut.²⁹

Tjiptono mengungkapkan bahwa kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang

²⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium* (Jakarta: PT. Prehallindo, 2002), 62.

²⁹ Mowen, John C, *Consumer Behavior*(New Jersey: Prentice Hall, Inc International Edition,1995), 87.

tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat layanan pelanggan yang tinggi pula. Kotler menjelaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan dan juga mendukung harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. Oleh sebab itu, program peningkatan kualitas (*quality improvement programs*) biasanya juga meningkatkan profitabilitas. Dalam penelitiannya pada suatu ritel di India, naik memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 45,84%, sedangkan sisanya 54,16% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.³⁰

Dari definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan nasabah merupakan perbedaan/kesenjangan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja atau hasil dari kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan yang menjadi tujuan perusahaan agar selalu dipuaskan setelah melakukan pembelian. Ada beberapa unsur penting dalam mengukur kualitas pelayanan yang ditentukan nasabah yaitu:

- 1) Nasabah harus merupakan prioritas utama organisasi.

Kelangsungan hidup organisasi tergantung nasabah.

³⁰ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*(Yogyakarta: Penerbit Andi, 2002), 24.

- 2) Nasabah yang dapat diandalkan merupakan nasabah yang telah melakukan pembelian berkali-kali dari organisasi yang sama.
- 3) Nasabah yang puas dengan kualitas produk atau jasa yang dibeli dari suatu organisasi menjadi nasabah yang dapat diandalkan. Oleh karena itu kepuasan nasabah sangat penting.
- 4) Kepuasan nasabah dijamin dengan menghasilkan produk berkualitas tinggi. Kepuasan berimplikasi pada perbaikan terus menerus sehingga kualitas harus diperbaharui setiap saat agar nasabah tetap puas dan loyal.³¹

2. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu:

- 1) Sistem keluhan dan saran perusahaan yang memberikan kesempatan yang luas bagi para nasabahnya untuk menyampaikan saran, pendapat atau bahkan keluhan konsumen perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*costumer oriented*).
- 2) Survei kepuasannasabah. Menurut Kotler, pada metode ini perusahaan perlu melakukan survei kepuasannasabah terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada paranasabah. Melalui survei tersebut,

³¹ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2015), 18.

perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh nasabah. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari nasabah dan memberikan *signal* positif bahwa perusahaan menaruh perhatiannya terhadap para nasabahnya.

3) *Ghost Shopping* (pembeli bayangan). Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang pada sebuah perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai nasabah di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.³²

4) *Lost Customers Analysis* (Analisa nasabah yang hilang). Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembalinasabahnya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya nasabah ke perusahaan pesaing. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara

³² Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 50.

perusahaan dan nasabah jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik dimata nasabah, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.³³

Pengaruh kepuasan nasabah bagi perusahaan yang berpusat pada nasabah yakni kepuasan nasabah merupakan tujuan dan sasaran pemasaran. Dalam hal ini perusahaan harus lebih baik lagi dalam memperhatikan tingkat kepuasan nasabahnya karena internet menyediakan sarana bagi konsumen untuk menyebarkan berita buruk dengan cepat dan juga berita baik ke seluruh dunia.³⁴

Ada 6 indikator lain yang dapat mengukur kepuasan nasabah yakni:

- a) Ekspektasi dan persepsi nasabah, merupakan suatu keadaan yang timbul karena nasabah membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja karyawan sesuai dengan ekspektasi mereka, maka pelanggan akan puas, begitupun sebaliknya jika kinerja tidak sesuai dengan ekspektasi maka mereka akan kecewa dalam artian tidak puas.

³³ Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*(Yogyakarta: Penerbit Andi, 2002), 257.

³⁴ Philip Kotler,*Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*, 142.

b) Sistem keluhan dan saran, merupakan salah satu sarana penting dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah bagi setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan, karena dengan ini perusahaan dapat mengetahui apa yang dirasakan pelanggannya setelah bertransaksi dipelajarannya. Ada beberapa sarana untuk menyalurkan keluhan dan saran yakni melalui kotak saran yang telah disediakan, dapat disampaikan melalui telepon khusus bebas pulsa, via pas, dan kartu komentar. Sehingga dengan ini dapat memberikan masukan berupa ide-ide baru lagi perusahaan agar dapat memperbaiki kesalahan yang dikeluhkan oleh pelanggannya.³⁵

c) Merekomendasikan kepada teman, merupakan suatu tindakan atau proses komunikasi atas suatu produk atau jasa tertentu yang berguna untuk memberikan informasi secara personal. Rekomendasi yang sering digunakan yaitu *word of mouth* atau rekomendasi dari mulut ke mulut. Hal ini terjadi berdasarkan pengalaman dalam pemakaian jasa sehingga merekomendasikan kepada orang-orang terdekatnya dari pada ke perusahaan lain yang belum diketahui kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan atas kinerjanya.³⁶

d) Pengalaman dalam proses pelayanan, merupakan suatu alat ukur untuk menilai sebuah kinerja karyawan. Dimana seorang

³⁵ Tjiptono, Fandy, *Manajemen Jasa*, 104.

³⁶ <http://notordinaryblogger.com/indikator-kepuasan-pelanggan/diakses> 24 Mei 2018, 10:08

pelanggan akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang sesuai dan dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka. Karena karyawan yang memiliki pengalaman lebih dibidangnya tentunya akan lebih mudah ketika menjelaskan dan melayani pelanggan pada saat proses transaksi.

- e) Pengaruh dan arti kepuasan, merupakan alat ukur yang penting dalam sebuah pelayanan. Karena layanan merupakan hal terpenting yang dapat mempengaruhi pelanggan untuk membeli jasa di suatu perusahaan. Selain itu kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh persepsi kualitas layanan itu sendiri.
- f) Keinginan untuk kembali, pelanggan yang merasa puas atas pelayanan yang diterima tentunya akan mempengaruhi apakah mereka akan melanjutkan pembelian di perusahaan tersebut saat memiliki kesempatan lain. Karena ketika seorang pelanggan merasa puas tentunya ia tidak akan ragu untuk kembali dan membeli produk di perusahaan tersebut.³⁷

Menurut pendapat Al-Qardhawi (1997), sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:

³⁷Ibid., diakses pada tanggal 24 Mei 2018, 10:15.

1. Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW, yang artinya: “Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya.”(HR. Ahmad dan Thobrani).

2. Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah “menjual dengan amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

3. Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas hamba Allah.

Dalam hadits *mutafaq'alah* dari *hakim bin Hazm*

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا - أَوْ قَالَ حَتَّى يَتَفَرَّقَا - فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا ، وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

Yang artinya: “penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jualbelinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilangkan berkah jual beli itu”.³⁸



³⁸ http://repository.uin-suska.ac.id/2231/1/2012_201220EI.pdf diakses pada tanggal 8-11-2018, 19.19.

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri

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 pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung 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 merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.⁷²

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

⁷²<https://www.syariahamandiri.co.id>, di akses 20 Oktober 2018.

juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah.

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. 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 1999.⁷³

PT Bank Syariah Mandiri Cabang Jember 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 Cabang Jember dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM Cabang Jember hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

Visi :

1. Untuk Nasabah

BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menenteramkan dan memakmurkan.

2. Untuk Pegawai

BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.

3. Untuk Investor

Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan *value* berkesinambungan.

⁷³<https://www.syariahamandiri.co.id/tentang-kami/sejarah>, 20 Oktober 2018.

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 murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
5. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
6. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan⁷⁴

3. Profil Bank Syariah Mandiri

Nama	: PT Bank Syariah Mandiri (Perseroan Terbatas)
Alamat	: Wisma Mandiri I, Jl. MH. Thamrin No. 5 Jakarta 10340-Indonesia
Telepon	: (62-21) 2300509, 39839000
Faksimili	: (62-21) 39832989
Situs Web	: www.syariahmandiri.co.id
Swift Code	: BSMDIDJA
Tgl Berdiri	: 25 Oktober 1999
Tgl Beroperasi	: 1 November 1999
Modal Dasar	: Rp 2.500.000.000.000,00
Modal Disetorkan	: Rp 2.489.021.935.000,00

⁷⁴ Ibid.,

Kantor Layanan : 765 Kantor Cabang di Seluruh Provinsi di Indonesia
Jumlah ATM : 196.000 ATM (ATM BSM, ATM Mandiri, ATM Bersama termasuk ATM Mandiri, ATM BSM, ATM Prima dan MEPS)
Jumlah Karyawan : 16.648 orang (per Desember 2017)

B. Penyajian Data

1. Deskriptif Variabel Penelitian Dan Responden Penelitian

Metode analisis deskriptif merupakan cara menafsirkan data yang ada sehingga gambaran yang jelas mengenai kualitas pelayanan dengan pendekatan *Modified Servqual* yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu memberikan gambaran secermat mungkin mengenai individu, keadaan, gejala suatu kelompok tertentu. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dalam bentuk kuesioner atau angket, jumlah item pernyataan berupa 19 butir pernyataan untuk variabel X dan 6 butir pernyataan untuk variabel Y. Jadi jumlah keseluruhan pernyataan berjumlah 25 pernyataan. Kuesioner atau angket yang disebarkan pada responden (nasabah) berisikan pernyataan-pernyataan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Jember dengan menggunakan pendekatan *Modified Servqual* dan kepuasan nasabah.

Tabel 3.1
Pemberian Data Skor (*Skala Likert*)

No		Jawaban	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	RR	Ragu-ragu	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang telah diambil pada penelitian ini adalah sebanyak 353 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.2
Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	189	55,5%
Perempuan	164	44,5%
Total	353	100%

Sumber: Data diolah SPSS (Terlampir)

Dari data di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden atau nasabah laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan responden perempuan. Hal ini dapat dijadikan indikasi bahwa dalam hal melakukan setoran pinjaman maupun menabung lebih banyak dilakukan oleh laki-laki

sebanyak 189 orang dengan presentase 55,5% dibandingkan dengan perempuan dengan jumlah 164 orang dengan presentase 44,5%.

b. Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan data primer yang telah diolah maka hasil persebaran data 353 responden atau berdasarkan umur dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3
Umur Responden

Umur	Jumlah	Persentase
20-30 tahun	38	10,8%
31-40 tahun	160	45,3%
41-50 tahun	119	33,7%
>50 tahun	36	10,2%
Total	353	100%

Sumber: Data diolah

Dari data di atas, menunjukkan bahwa persentase responden atau nasabah yang berumur antara 31-40 tahun yang berjumlah 160 nasabah lebih banyak dibandingkan dengan responden yang berumur antara 41-50 tahun dengan jumlah 119 nasabah, 20-30 tahun dengan jumlah 38 nasabah dan yang berumur lebih dari 50 tahun dengan jumlah 36 nasabah. Hal ini dapat dijadikan indikasi bahwa dalam hal melakukan setoran pinjaman maupun menabung lebih banyak dilakukan oleh nasabah yang berumur antara 31-40 tahun.

c. Responden Berdasarkan Profesi

Berdasarkan dari data 353 responden atau nasabah, maka uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan profesinya dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.4
Profesi Responden

Jenis Profesi	Jumlah	Persentase
PNS	70	19,8%
SWASTA	75	21,2%
PENSIUNAN	63	17,8%
WIRAUSAHA	125	35,4%
PELAJAR/MAHASISWA	20	5,7%
Total	100	100%

Sumber: Data Diolah

2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya indikator dari kuesioner atau angket dari masing-masing variabel. Pengujian validitas ini dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel. Nilai r hitung merupakan hasil korelasi jawaban responden pada masing-masing pernyataan disetiap variabel yang dianalisis dengan program SPSS dan dengan outputnya dapat dilihat pada kolom *Correct Item-To Correlation*, sedangkan untuk mendapatkan r tabel dilakukan dengan tabel r *product moment*, untuk hasilnya akan dibandingkan dengan nilai r

tabel dengan rumus *degree of freedom* ($df=n-2$), maka akan didapat nilai $df=353-2$ yaitu 351 jadi ($df=351$). Berdasarkan kriteria dengan ketentuan df yang sudah didapat ($df=351$, dengan tingkat signifikan 5%) dan dengan melihat tabel r maka dapat disimpulkan bahwa nilai r tabel sebesar 0,087.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas

No.	Indikator Variabel	Item	α	r hitung	r tabel	Status
1.	<i>Tangible</i>	X1	0,05	0,723	0,087	valid
2.	<i>Reliability</i>	X2	0,05	0,482	0,087	valid
3.	<i>Emphaty</i>	X3	0,05	0,560	0,087	valid
4.	<i>Responsiveness</i>	X4	0,05	0,413	0,087	valid
5.	<i>Assurance</i>	X5	0,05	0,540	0,087	valid
6.	<i>Compliance</i>	X6	0,05	0,426	0,087	valid
7.	Kepuasan Nasabah	Y1	0,05	0,423	0,087	valid
		Y2	0,05	0,510	0,087	valid
		Y3	0,05	0,427	0,087	valid
		Y4	0,05	0,493	0,087	valid
		Y5	0,05	0,405	0,087	valid
		Y6	0,05	0,425	0,087	valid

Sumber: Data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan keterangan dari tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa uji validitas dikatakan valid apabila r_{hitung} untuk masing-masing pernyataan ternyata positif dan nilainya lebih besar dari r_{tabel} yakni sebesar 0,087 sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan diatas adalah valid. Artinya:

1. Pernyataan *tangible* dengan r_{hitung} sebesar 0,732 yakni lebih besar dari r_{hitung} , jadi pernyataan pada variabel *tangible* berarti valid.
2. Pernyataan *reliability* dengan r_{hitung} sebesar 0,482 yakni lebih besar dari r_{hitung} , jadi pernyataan pada variabel *reliability* berarti valid.

3. Pernyataan *empathy* dengan r_{hitung} sebesar 0,560 yakni lebih besar dari r_{hitung} , jadi pernyataan pada variabel *empathy* berarti valid.
4. Pernyataan *responsiveness* dengan r_{hitung} sebesar 0,413 yakni lebih besar dari r_{hitung} , jadi pernyataan pada variabel *responsiveness* berarti valid.
5. Pernyataan *assurance* dengan r_{hitung} sebesar 0,540 yakni lebih besar dari r_{hitung} , jadi pernyataan pada variabel *assurance* berarti valid.
6. Pernyataan *compliance* dengan r_{hitung} sebesar 0,426 yakni lebih besar dari r_{hitung} , jadi pernyataan pada variabel *compliance* berarti valid.
7. Pernyataan kepuasan nasabah yakni Y1, Y2, Y3, Y4, Y5 dan Y6 dengan r_{hitung} 0,423; 0,510; 0,427; 0,493; 0,405; 0,425 yaitu lebih besar dari r_{hitung} , jadi pernyataan pada variabel kepuasan nasabah berarti valid.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini berkenaan dengan derajat dan stabilitas data atau temuan. Dalam penelitian kuantitatif, untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel dapat dilakukan pada sampel yang mendekati jumlah populasi dan pengumpulan serta analisis data yang dilakukan dengan cara yang benar.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.963	25

Sumber: Data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan keterangan di atas, variabel dikatakan reliabel apabila *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60. Dari tabel di atas nilai *Cronbach Alpha* menunjukkan nilai sebesar 0,963 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut reliabel. Artinya variabel kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *empathy*, *responsiveness*, *assurancedan* *compliance* serta variabel kepuasan nasabah menunjukkan bahwa data tersebut reliabel.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

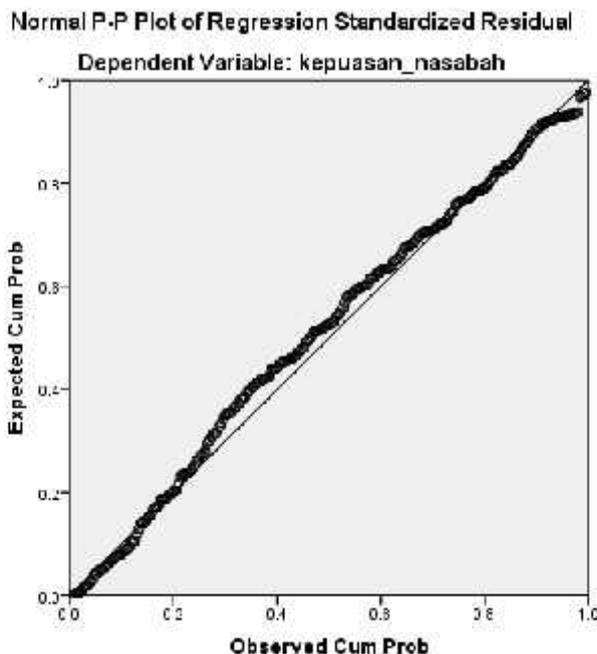
1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linier 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 terdistribusi normal atau tidak yakni dengan melihat grafik *normal probability plot*.

IAIN JEMBER

Gambar 3.1
Hasil Uji Normalitas Data



Sumber: Data diolah SPSS (terlampir)

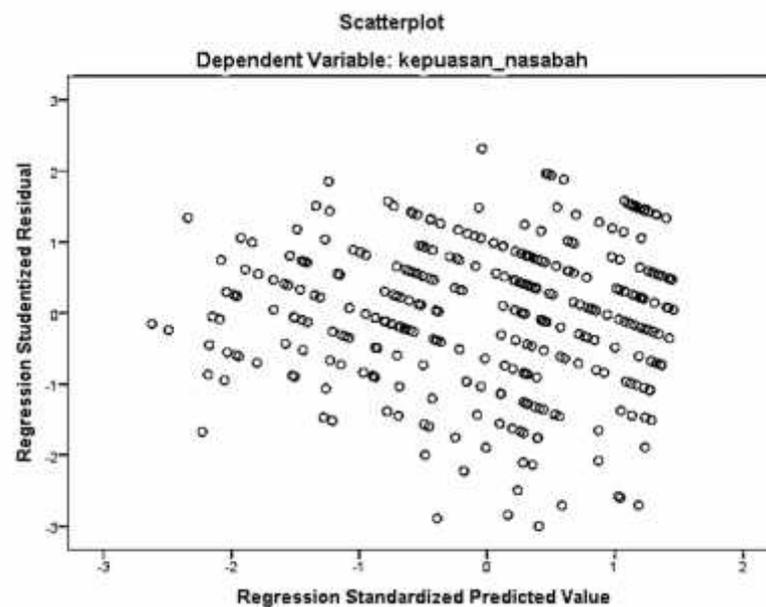
Berdasarkan hasil pengujian grafik *probability plot* menunjukkan bahwa titik-titik berada sejajar dan berdekatan dengan garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal dan layak digunakan untuk memprediksi pengaruh kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan lain. Salah satu cara untuk mendeteksi problem heteroskedastisitas adalah melalui grafik *scatterplot*, yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu

tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS versi 20.

Gambar 3.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa plotting titik-titik menyebar secara acak, tidak berkumpul pada satu tempat dan menyebar secara rata. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi kepuasan nasabah.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ialah digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen.

Berikut adalah hasil perhitungan regresi linier berganda antara kualitas pelayanan yaitu: *Tangible*(X1), *Reliability* (X2), *Empathy*(X3), *Responsiveness* (X4), *Assurance* (X5), *Compliance* (X6) terhadap jumlah kepuasan nasabah (Y) dengan bantuan SPSS 20, karena keunggulan dari SPSS 20 ini adalah menyediakan cara yang mudah untuk analisis statistik dan sistem manajemen data menggunakan statistik deskriptif dalam mengelola data bisnis di bidang jasa seperti perbankan.⁷⁵

Tabel 3.7
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.636	1.802		2.572	.011
Tangible	-.014	.054	-.013	-.254	.800
Reliability	-.016	.068	-.011	-.233	.816
Empathy	.088	.067	.065	1.312	.190
Responsiveness	.030	.064	.022	.470	.639
Assurance	.936	.134	.368	6.957	.000
Compliance	.454	.086	.263	5.253	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS (terlampir)

Dari hasil pengujian di atas dapat dilihat bahwa persamaan model regresi linier berganda adalah:

$$Y = 4,636 - 0,014X_1 - 0,016X_2 + 0,088X_3 + 0,030X_4 + 0,936X_5 + 0,454X_6 + 5\%$$

Dari perhitungan SPSS di atas memberikan pengertian bahwa:

⁷⁵ <https://www.amazon.com/Mengolah-Data-Bisnis-dengan-Indonesian/dp/6020028860>. diakses pada 13 Januari 2019, 21:39.

- a. Nilai konstanta (a) adalah 4,633. Artinya jika kualitas pelayanan yaitu: *tangible*, *reliability*, *empathy*, *responsiveness*, *assurance* dan *compliance* nilainya adalah satu maka kepuasan nasabah nilainya positif, yaitu 4,633.
- b. Nilai b_1 sebesar -0,014 menyatakan bahwa jika variabel *tangible* mengalami kenaikan satu satuan dan variabel lain dianggap tetap (konstan) maka akan mengakibatkan penurunan variabel Y yaitu kepuasan nasabah sebesar -0,014.
- c. Nilai b_2 sebesar -0,016 menyatakan bahwa jika variabel *reliability* mengalami kenaikan satu satuan dan variabel lain dianggap tetap (konstan) maka akan mengakibatkan penurunan variabel Y yaitu kepuasan nasabah sebesar -0,016.
- d. Nilai b_3 sebesar 0,088 menyatakan bahwa jika variabel *empathy* mengalami kenaikan satu satuan dan variabel lain dianggap tetap (konstan) maka akan mengakibatkan kenaikan variabel Y yaitu kepuasan nasabah sebesar 0,088.
- e. Nilai b_4 sebesar 0,030 menyatakan bahwa jika variabel *responsiveness* mengalami kenaikan satu satuan dan variabel lain dianggap tetap (konstan) maka akan mengakibatkan kenaikan variabel Y yaitu kepuasan nasabah sebesar 0,030.
- f. Nilai b_5 sebesar 0,936 menyatakan bahwa jika variabel *assurance* mengalami kenaikan satu satuan dan variabel lain dianggap tetap

(konstan) maka akan mengakibatkan kenaikan variabel Y yaitu kepuasan nasabah sebesar 0,936.

g. Nilai b_6 sebesar 0,454 menyatakan bahwa jika variabel *compliance* mengalami kenaikan satu satuan dan variabel lain dianggap tetap (konstan) maka akan mengakibatkan kenaikan variabel Y yaitu kepuasan nasabah sebesar 0,454.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi *R Square* adalah 0,75; 0,50; 0,25 menunjukkan bahwa model kuat, sedang dan lemah. Setiap tambahan satu variabel independen, maka nilai *R Square* pasti akan meningkat. Oleh karena itu sangat dianjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted R Square* dalam mengevaluasi model regresi, dimana nilainya dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Jika dalam uji regresi didapat nilai *adjusted R Square* negatif, maka nilai tersebut dianggap nol. Koefisien determinasi tersebut ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* pada tabel berikut ini:

Tabel 3.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 ^a	.310	.298	2.414

a. Predictors: (Constant), Compliance, Reliability, Empathy, Responsiveness, Tangible, Assurance

Sumber: data diolah

Berdasarkan uji koefisien determinasi tabel di atas, nilai *Adjusted R Square* adalah 0.298, hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan (*tangible, reliability, empathy, responsiveness, assurance* dan *compliance*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 29,8% dan sisanya 70,2% dipengaruhi faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi t (Uji t)

Uji t pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen.

IAIN JEMBER

Tabel 3.9
Hasil Uji t Kepuasan Nasabah

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.636	1.802		2.572	.011
Tangible	-.014	.054	-.013	-.254	.800
Reliability	-.016	.068	-.011	-.233	.816
Empathy	.088	.067	.065	1.312	.190
Responsiveness	.030	.064	.022	.470	.639
Assurance	.936	.134	.368	6.957	.000
Compliance	.454	.086	.263	5.253	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Sumber: data diolah

Hasil uji t diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel *tangible* adalah sebesar 0,800. Karena nilai signifikansi di atas 0,05, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya bahwa variabel *tangible* (bukti fisik) meskipun Bank Syariah Mandiri Cabang Jember mempunyai peralatan teknologi yang canggih, fasilitas pendukung seperti kamar kecil yang bersih, penampilan pegawainya rapi, hal itu tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- 2) Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel *reliability* adalah sebesar 0,816. Karena nilai signifikansi di atas 0,05, maka H_2 ditolak dan H_0 diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel

reliability tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya bahwa variabel *reliability* (kehandalan), meskipun Bank Syariah Mandiri Cabang Jember handal dalam memberikan layanan dan memberikan pelayanan tepat waktu, hal tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3) Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel *empathy* adalah sebesar 0,190. Karena nilai signifikansi di atas 0,05, maka H_3 ditolak dan H_0 diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya bahwa variabel *empathy* (empati) meskipun nasabah mendapatkan perhatian, dan dapat memahami masalah atau keluhan nasabah, ternyata itu tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4) Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel *responsiveness* adalah sebesar 0,639. Karena nilai signifikansi di atas 0,05, maka H_4 ditolak dan H_0 diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya variabel *responsiveness* (daya tanggap) meskipun pegawai Bank Syariah Mandiri Cabang Jember memberikan pelayanan yang cepat, dan selalu siap dan tanggap untuk dimintai bantuan, hal tersebut ternyata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

5) Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel *assurance* adalah sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05, maka H_5 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya bahwa variabel *assurance* (kepastian) dimana nasabah percaya bahwa pegawai Bank Syariah Mandiri Cabang Jember mempunyai keahlian dan kompeten pada bidangnya, memberikan rasa aman terhadap nasabah, dan sabar dalam menyampaikan penjelasan tentang pelayanan jasa kepada nasabah, hal tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

6) Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel *compliance* adalah sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05, maka H_6 diterima dan H_0 ditolak. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *compliance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Artinya bahwa variabel *compliance* (prinsip syariah) yaitu transaksi yang dilakukan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jember sesuai dengan akad, transaksi yang dilakukan bersifat baik dan jelas dari produknya sampai bagi hasilnya, hal tersebut ternyata berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji Signifikansi F (Uji F)

Uji F pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai

pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen ataukah tidak. Berikut adalah hasil uji F dengan menggunakan SPSS 20:

Tabel 3.10
Hasil Uji F Kepuasan Nasabah

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	904.321	6	150.720	25.858	.000 ^b
Residual	2016.739	346	5.829		
Total	2921.059	352			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Compliance, Reliability, Empathy, Responsiveness, Tangible, Assurance

Sumber: data diolah

Berdasarkan uji F di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan ialah 0,000. Karena nilai signifikansi dibawah 0,05 maka H_7 diterima yang berbunyi ada pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, empathy, responsiveness, assurance* dan *compliance*) terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan (*tangible, reliability, empathy, responsiveness, assurance* dan *compliance*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

D. Pembahasan

1. Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan *Modified Servqual* Terhadap Kepuasan Nasabah Secara Parsial

1. Pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah

Tangible (fisik nyata) merupakan aspek yang terlihat secara fisik misalnya peralatan, personel, dan bahan-bahan komunikasi. *Tangible* meliputi tampilan kantor dan fasilitas fisik yang menarik, peletakan brosur yang tertata baik, kebersihan dan kerapian berpakaian karyawan serta keberadaan tempat parkir yang memadai.

Berdasarkan uji t dapat dilihat bahwa *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan SPSS 20, dimana nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel *tangible* adalah sebesar 0,800. Karena nilai signifikansi di atas 0,05 maka H_a yang berbunyi bahwa ada pengaruh antara *tangible* terhadap kepuasan nasabah di bank Bank Syariah Mandiri Cabang Jember ditolak dan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh antara *tangible* terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Jember diterima. Artinya variabel *tangible* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

2. Pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah

Reliability (keandalan) merupakan kemampuan karyawan untuk memiliki performa layanan yang dijanjikan, dapat diandalkan dan akurat. *Reliability* meliputi: pemberian layanan yang menyenangkan (waktu layanan cepat), kemudahan dalam melaksanakan transaksi, keamanan dalam bertransaksi yang terjamin, dan waktu (jam) layanan yang tepat sesuai operasional.

Berdasarkan uji *t* dapat dilihat bahwa *reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan SPSS 20, dimana nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel *reliability* adalah sebesar 0,816. Karena nilai signifikansi di atas 0,05 maka H_a yang berbunyi bahwa ada pengaruh antara *reliability* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember ditolak dan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh antara jumlah *reliability* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember diterima. Artinya variabel *reliability* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

3. Pengaruh empati (*empathy*) terhadap kepuasan nasabah

Empathy (empati) merupakan kemampuan karyawan secara personal untuk peduli dan memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan. *Empathy* meliputi: lokasi yang mudah dijangkau, karyawan yang memberikan perhatian kepada nasabah, karyawan yang bertanggung jawab terhadap keamanan nasabah, serta pelayanan yang adil kepada setiap nasabah.

Berdasarkan uji *t* dapat dilihat bahwa *empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan SPSS 20, dimana nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel *empathy* adalah sebesar 0,190. Karena nilai signifikansi dibawah 0,05 maka H_a yang berbunyi bahwa ada

pengaruh antara *empathy* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember ditolak dan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh antara *empathy* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember diterima. Artinya variabel *empathy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

4. Pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah

Responsiveness (daya tanggap) merupakan keinginan untuk membantu nasabah dan memberikan layanan yang cepat. *Responsiveness* meliputi: karyawan yang memiliki kemampuan baik dalam komunikasi dengan nasabah, layanan yang cepat dan efisien, dan mempunyai cabang yang tersedia dengan cukup sehingga memudahkan pelanggan untuk bertransaksi.

Berdasarkan uji t dapat dilihat bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan SPSS 20, dimana nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel *responsiveness* adalah sebesar 0,639.

Karena nilai signifikansi dibawah 0,05 maka H_a yang berbunyi bahwa ada pengaruh antara *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember ditolak dan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh antara *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember diterima. Artinya variabel

responsiveness tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

5. Pengaruh kepastian (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah

Assurance (keyakinan), merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka memberikan rasa aman dan percaya kepada pelanggan. Hal tersebut juga termasuk komunikasi secara verbal dan tulisan antara karyawan dan pelanggan. *Assurance* meliputi: karyawan yang sopan dan bersahabat, pengetahuan karyawan mengenai Bank Syariah yang baik dan luas, kejujuran dan keterampilan karyawan dalam menangani nasabah.

Berdasarkan uji t dapat dilihat bahwa *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan SPSS 20, dimana nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel *assurance* adalah sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi dibawah 0,05 maka H_a yang berbunyi bahwa ada pengaruh antara *assurance* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember diterima dan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh antara *assurance* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember ditolak.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Jadi keyakinan dan kemampuan memberikan rasa

aman yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Jember kepada nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

6. Pengaruh prinsip syariah (*compliance*) terhadap kepuasan nasabah

Compliance (prinsip Islam), yang berarti kemampuan untuk memenuhi dan patuh terhadap hukum Islam dan beroperasi dibawah prinsip-prinsip ekonomi dan Perbankan Syariah. *Compliance* ini meliputi: menjalankan prinsip dan hukum Islam, tidak ada pembayaran bunga baik untuk tabungan maupun pinjaman melalui gadai, menerapkan ketentuan layanan produk secara Islami, kesempatan mendapatkan pinjaman bebas bunga.

Berdasarkan uji t dapat dilihat bahwa *compliance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan SPSS 20, dimana nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel *compliance* adalah sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi dibawah 0,05 maka H_a yang berbunyi bahwa ada pengaruh antara *compliance* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember diterima dan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh antara *compliance* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember ditolak.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *compliance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember. Jadi prinsip syariah yang digunakan pada Bank

Syariah Mandiri Cabang Jember khususnya akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2. Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan *Modified Servqual* Terhadap Kepuasan Nasabah Secara Simultan

Berdasarkan uji F dapat dilihat kualitas pelayanan (*tangible, reliability, empathy, responsiveness, assurance, dan compliance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil perhitungan dengan SPSS 20, dimana nilai signifikansi menunjukkan 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari pada 0,05 maka H_7 yang berbunyi ada pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan (*tangible, reliability, empathy, responsiveness, assurance dan compliance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember diterima dan H_0 yang berbunyi tidak ada pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan (*tangible, reliability, empathy, responsiveness, assurance dan compliance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember ditolak. Artinya variabel X yaitu kualitas pelayanan (*tangible, reliability, empathy, responsiveness, assurance, dan compliance*) bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variable Y yaitu kepuasan nasabah.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh signifikansi secara parsial kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember:
 - a. Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,800. Karena nilai signifikansi di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
 - b. Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,816. Karena nilai signifikansi di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
 - c. Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,190. Karena nilai signifikansi di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *empathy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
 - d. Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,639. Karena nilai signifikansi di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

- e. Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- f. Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi di bawah 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *compliance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2. Pengaruh signifikansi secara simultan kualitas pelayanan dengan pendekatan *modified servqual* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri. Berdasarkan hasil pengujian secara bersama-sama dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan (*tangible, reliability, emphaty, responsiveness, assurance* dan *compliance*) menunjukkan bahwa nilai yang dihasilkan ialah lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar 0,000 dengan nilai t_{hitung} sebesar 6,799. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (*tangible, reliability, emphaty, responsiveness, assurance* dan *compliance*) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil kesimpulan yang sudah diuraikan, maka saran bagi peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan merupakan hal terpenting bagi setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa baik lembaga keuangan bank maupun non bank, untuk Bank Syariah Mandiri Cabang Jember agar terus meningkatkan

kualitas pelayanannya agar dapat semakin menarik minat masyarakat untuk bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember.

2. Kepuasan nasabah tidak hanya mampu diukur oleh kualitas pelayanan, Karena indikator-indikator yang terdapat didalam Pendekatan *Modified Servqual* sebagai alat ukur dari kualitas pelayanan hanya sebagian dari beberapa faktor lain yang dapat mengukur kepuasan nasabah.
3. Dalam penelitian ini peneliti menyadari masih banyak sekali kekurangan di berbagai macam hal, baik dari isi, serta penyusunan skripsi ini. Untuk peneliti selanjutnya apabila ingin meneliti kepuasan nasabah, bisa ditambah dengan faktor-faktor yang belum diteliti dalam skripsi ini.
4. Untuk penelitian selanjutnya semoga bisa baik lagi dalam penyusunan skripsi dan apabila keinginan menggunakan variabel yang ada dalam penelitian ini, skripsi ini dapat dijadikan bahan rujukan untuk menyusun penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

IAIN JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Sukirno, Sukirno.2011. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Jundiana. 2009.*Pengaturan Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Malang: UIN Malang Press.
- Kementrian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemah untuk Wanita*. Jakarta Selatan: Penerbit Wali Oasis Terrace Recident.
- <https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan>.
- Tim penyusun.2016. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Ibrahim, Amin.2008. *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- _____. 2008.*Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Millenium*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Manajemen Jasa*. Jakarta: Prenhalindo.
- <http://notordinaryblgger.com/indikator-kepuasan-pelanggan/diakses> 24 Mei 2018.
- Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Irawan, Hamdi. 2004.*10 Prinsip Kapuasan Pelanggan*. Jakarta: Gramedia.
- Tandjung, Jemi Widjaja. 2004. *Marketing Management: Pendekatan pada Nilai-nilai Pelanggan*. Malang: Bayumedia.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran (edisi pertama)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

- Mowen, John C. 1995. *Consumer behavior*. New Jersey: Prentice Hall, Inc International Edition.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Bungin, Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi (Teori, Paradigma, dan Discourse Teknologi Komunikasi di Masyarakat)*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Yusuf, Muri. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT Galia
- Asnawi, Nur. 2009. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Malang Press.
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang: UMM Press.
- Taniredja, Tukiran, Hidayah Mustafidah. 2012. *Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Latan, Hengki. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Nazir. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nila Faroha
NIM : 083143151
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Institut : IAIN Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Modified Servqual Terhadap Kepuasan Nasabah”** lah benar-benar adalah benar-benar hasil penelitian dan karya saya sendiri, kecuali ipan-kutipan yang diambil dan disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember, 4 Desember 2018

Saya yang menyatakan,


METERAI
TEMPEL
6000
ENAM RIBURUPIAH
NILA FAROHA
NIM. 083143151

SURAT KETERANGAN

No. 20/1042-3/081

PT Bank Syariah Mandiri
Kantor Area Jember
Jl. PB. Sudirman No. 41-43
Telp. (0331) 411 522
Fax. (0331) 411 525

PT BANK SYARIAH MANDIRI yang berkedudukan di Jalan PB. Sudirman No 41-43 Jember.
dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Nila Faroha
NIM : 083143151
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam
Universitas : IAIN Jember

Telah melaksanakan penelitian/riset di PT Bank Syariah Mandiri – Kantor Area Jember
dengan judul skripsi "**Analisa Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Modified Servqual
Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember**"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 16 Nopember 2018
PT BANK SYARIAH MANDIRI
KANTOR AREA JEMBER



Jumartono
Area Operation and Service Manager



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Mataram No. 01 Mangli. Telp.(0331) 428104 Fax. (0331) 427005 Kode Pos. 68136
website: www.iain-jember.ac.id email: febi.iainjember@gmail.com

Nomor : B-1574/In.20/7.a/PP.00.9/ 12 /2018
Lamp : 1 (satu)
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Pimpinan Bank Syariah Mandiri Cabang Jember

Di-

T E M P A T

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Diberitabukan dengan hormat, bahwa dalam rangka meningkatkan profesionalisme mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Jember. Maka Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah mendelegasikan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam semester V.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon perkenan bapak/Ibu untuk menerima mahasiswa kami agar dapat melaksanakan kegiatan Penelitian di instansi yang bapak/ibu pimpin mulai tanggal 3 September 2018 sampai selesai.

Sedangkan seluruh mekanisme pelaksanaan Penelitian tersebut diberikan kewenangan sepenuhnya kepada mahasiswa untuk mengikuti aturan yang berlaku di lembaga yang bapak/ibu pimpin. Adapun data mahasiswa ybs, sebagaimana terlampir.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Jember, 20 Agustus 2018

An Dekan FEBI

Wakil Dekan I Bidang Akademik



Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I

19730830 199903 1 002

Tembusan :

1. Rektor sebagai laporan
2. Dekan
3. Arsip

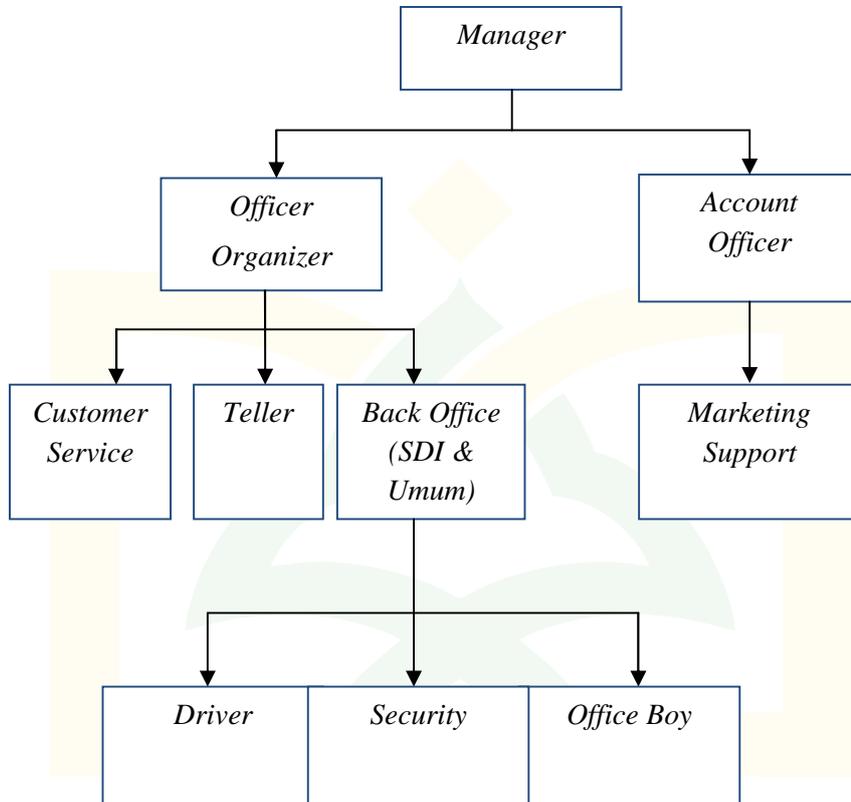
Jurnal Kegiatan Penelitian

No.	Hari/Tanggal	Uraian Kegiatan	Paraf
1.	Selasa, 4 September 2018	Surat izin penelitian masuk di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember	<i>jh</i>
2.	Jum'at, 28 September 2018	Menghaap bagian <i>Back Office</i> & SDM di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember	<i>jh</i>
3.	Senin, 1 Oktober 2018	Penyebaran Kuesioner	<i>jh</i>
4.	Jum'at, 5 Oktober 2018	Penyebaran Kuesioner	<i>jh</i>
5.	Senin, 8 Oktober 2018	Penyebaran Kuesioner	<i>jh</i>
6.	Rabu, 10 Oktober 2018	Penyebaran Kuesioner	<i>jh</i>
7.	Jum'at, 12 Oktober 2018	Penyebaran Kuesioner	<i>jh</i>
8.	Jum'at, 19 Oktober 2018	Penyebaran Kuesioner	<i>jh</i>
9.	Senin, 22 Oktober 2018	Penyebaran Kuesioner	<i>jh</i>
10.	Jum'at, 26 Oktober 2018	Penyebaran Kuesioner	<i>jh</i>
11.	Senin, 29 Oktober 2018	Penyebaran Kuesioner	<i>jh</i>
12.	Jum'at, 2 November 2018	Penyebaran Kuesioner	<i>jh</i>
13.	Senin, 5 November 2018	Penyebaran Kuesioner	<i>jh</i>

Yang Menyatakan,
Pimpinan Bank Syariah Mandiri
Cabang Jember



Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Jember



(Sumber data: Diolah dari struktur organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Jember).

IAIN JEMBER

KUESIONER PENELITIAN

1. Identitas Responden

- a. Nama :
- b. Alamat :
- c. Jenis Kelamin : L / P
- d. Usia : tahun
- e. Profesi : : PNS : SWASTA
 : PENSIUNAN : WIRAUSAHA
 : PELAJAR/MAHASISWA

Keterangan pilihan jawaban adalah sebagai berikut:

- SS : Sangat setuju TS : Tidak Setuju
 S : Setuju STS : Sangat Tidak Setuju
 RR : Ragu-ragu

1. Lokasi

NO	PERNYATAAN	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Jember mudah untuk di jangkau kendaraan pribadi atau transportasi umum					
2.	BSM Cabang Jember mudah untuk di lihat dan di ketahui banyak orang					
3.	BSM Cabang Jember memiliki tempat parkir yang memadai bagi para nasabahnya					
4.	BSM Cabang Jember menjamin keamanan bagi para nasabahnya					

2. Kualitas Pelayanan dengan Pendekatan Modified Servqual

a. Bukti Fisik (*Tangible*) (X1)

NO	PERNYATAAN	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1.	BSM Cabang Jember memiliki peralatan					

	dengan teknologi yang sudah canggih (seperti: mesin penghitung uang, <i>money dectetor</i> (alat periksa uang palsu), mesin pengambilan nomor antrean)					
2.	BSM Cabang Jember memiliki fasilitas fisik pendukung, seperti kamar kecil, ruang pelayanan yang nyaman dan bersih					
3.	Penampilan pegawai BSM Cabang Jember rapi					
4.	Penampilan fisik dan tata ruang BSM Cabang Jember selaras dan serasi dengan jasa yang di berikan					

b. Kehandalan (*Reliability*) (X2)

NO	PERNYATAAN	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1.	BSM Cabang Jember selalu tepat waktu dalam memberikan pelayanan sesuai dengan janjinya					
2.	BSM Cabang Jember serius menanggapi masalah yang saya hadapi berkaitan dengan tabungan, kredit, dsb.					
3.	Pegawai BSM Cabang Jember handal dalam memberikan pelayanan kepada saya dari awal hingga akhir					

c. Empati (*Emphaty*) (X3)

NO	PERNYATAAN	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Saya mendapat perhatian secara individu dalam penyampaian layanan dari BSM Cabang Jember					
2.	Pegawai BSM Cabang Jember dapat mengerti apa yang saya butuhkan					
3.	Pegawai BSM Cabang Jember dapat memahami masalah / keluhan saya dan dapat memberikan solusi atas masalah					

yang saya hadapi						
------------------	--	--	--	--	--	--

d. Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X4)

NO	PERNYATAAN	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Pegawai BSM Cabang Jember selalu siap/tanggap memberikan pelayanan dengan cepat					
2.	Pegawai BSM Cabang Jember selalu siap/tanggap untuk dimintai bantuan					
3.	Pegawai BSM Cabang Jember selalu siap/tanggap meluangkan waktu untuk menanggapi permintaan saya					

e. Kepastian (*Assurance*) (X5)

NO	PERNYATAAN	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Saya percaya pegawai BSM Cabang Jember mempunyai keahlian dan kompetensi sesuai dengan tugas mereka					
2.	Saya merasa aman ketika pegawai BSM Cabang Jember memberikan pelayanan sesuai dengan yang saya harapkan					
3.	Pegawai BSM Cabang Jember sabar dalam menyampaikan penjelasan tentang pelayanan jasa kepada saya seperti yang saya inginkan					

f. Pemenuhan/Prinsip Syariah (*Compliance*) (X6)

NO	PERNYATAAN	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Transaksi yang dilakukan di BSM Cabang Jember sesuai dengan akad yang di sepakati sejak awal dengan nasabah					
2.	Transaksi yang dilakukan di BSM					

	Cabang Jember bersifat jelas baik dari produknya sampai bagi hasilnya					
3.	BSM Cabang Jember memberikan pelayanan dan menjalankan amanah yang dipercayakan oleh nasabah					

3. Kepuasan Konsumen

NO	PERNYATAAN	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Saya merasa puas atas pelayanan yang diberikan BSM Cabang Jember dibandingkan dengan bank lain					
2.	Saya merasa puas dengan sarana prasarana, kecepatan, ketanggapan dalam pelayanan pada BSM Cabang Jember					
3.	Kualitas pelayanan BSM Cabang Jember sesuai dengan harapan saya					
4.	Saya akan selalu menggunakan baik jasa maupun produk dari BSM Cabang Jember					
5.	Setelah saya menggunakan jasa maupun produk di BSM Cabang Jember, saya akan merekomendasikan kepada teman, kerabat, maupun orang lain untuk menggunakan jasa maupun produk dari BSM Cabang Jember					
6.	Saya akan melakukan komplain jika tidak puas pada pelayanan BSM Cabang Jember					

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN PENDEKATAN MODIFIED SERVQUAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI CABANG JEMBER	<p>Independen:</p> <p>1. <i>Compliance</i> (prinsip syariah) (X1)</p> <p>2. <i>Assurance</i> (jaminan) (X2)</p> <p>3. <i>Reliability</i> (kehandalan) (X3)</p> <p>4. <i>Tangible</i> (nyata/buktifisik) (X4)</p>	<p>1.1 Gedung yang strategis dengan fasilitas yang memadai</p> <p>1.2 <i>Banking hall</i> yang nyaman</p> <p>1.3 Seragam dan penampilan fisik karyawan</p> <p>2.1 Keakuratan pembukuan</p> <p>2.2 TI (<i>technology information</i>)</p> <p>3.1 Kecepatan pelayanan teller</p> <p>3.2 Daya tanggap <i>customer service</i></p> <p>4.1 Keamanan dalam transaksi</p> <p>4.2 Keramahan dalam melayani nasabah</p>	<p>Primer:</p> <p>- Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Jember</p>	<p>1. Metode penelitian pendekatan kuantitatif</p> <p>2. Penentuan sampling <i>Purposive Sampling</i></p> <p>3. Metode pengumpulan data:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Observasi - Dokumentasi - Angket/kuisi <p>4. Metode analisis data:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uji Asumsi Klasik - Uji Validitas dan Uji Reliabilitas - Analisis linier berganda 	<p>1. Apakah ada pengaruh secara parsial kualitas pelayanan dengan pendekatan modified servqual terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember?</p> <p>2. Apakah ada pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dengan pendekatan modified servqual terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Jember?</p>

	<p>5. <i>Emphaty</i> (empati) (X5)</p> <p>6. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) (X6)</p> <p>Dependen: Kepuasan Nasabah (Y)</p>	<p>4.3 Kredibilitas atau reputasi</p> <p>5.1 Memahami kebutuhan nasabah</p> <p>5.2 Kemudahan dalam mengakses informasi</p> <p>6.1 Beroperasi dibawah prinsip syariah</p> <p>6.2 Memenuhi dan patuh terhadap hukum islam</p> <p>1. Ekspektasi dan persepsi nasabah</p> <p>2. Sistem keluhan dan saran</p> <p>3. Merekomendasikan kepada teman</p> <p>4. Pengalaman dalam proses pelayanan</p> <p>5. Pengaruh dan arti kepuasan</p> <p>6. Keinginan untuk kembali</p>			
--	--	---	--	--	--

Jenis Kelamin Responden

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	196	55.5	55.5	55.5
perempuan	157	44.5	44.5	100.0
Total	353	100.0	100.0	

Umur Responden

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-30	38	10.8	10.8	10.8
31-40	160	45.3	45.3	56.1
41-50	119	33.7	33.7	89.8
>50	36	10.2	10.2	100.0
Total	353	100.0	100.0	

Profesi Responden

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PNS	70	19.8	19.8	19.8
SWASTA	75	21.2	21.2	41.1
PENSIUNAN	63	17.8	17.8	58.9
WIRUSAHA	125	35.4	35.4	94.3
PELAJAR/MAHASISWA	20	5.7	5.7	100.0
Total	353	100.0	100.0	

Uji Validitas

Item-Total Statistics

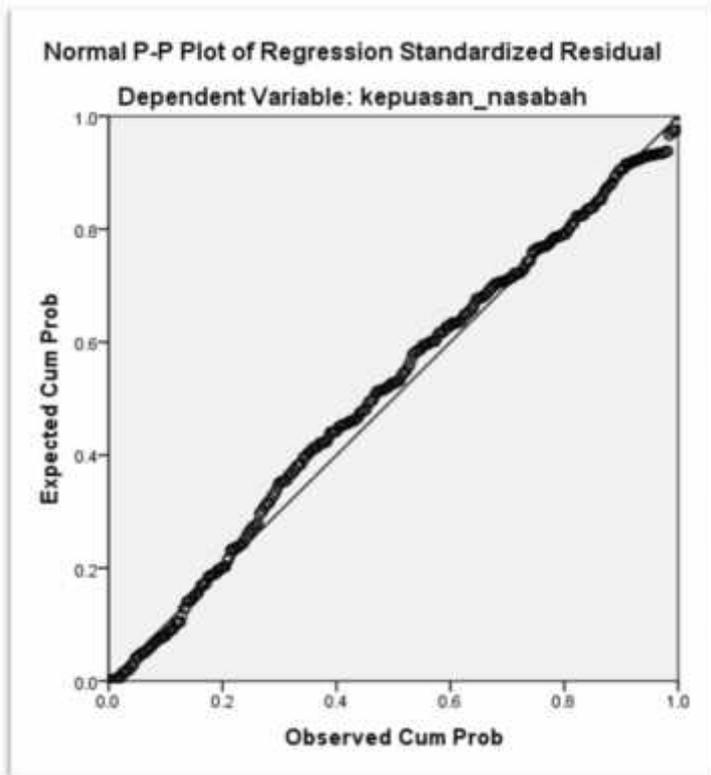
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
pernyataan1	111.66	71.645	.785	.960
pernyataan2	111.69	73.173	.614	.962
pernyataan3	111.66	71.645	.785	.960
pernyataan4	111.69	73.186	.614	.962
pernyataan5	111.66	71.645	.785	.960
pernyataan6	111.66	71.658	.785	.960
pernyataan7	111.69	73.186	.614	.962
pernyataan8	111.69	73.186	.614	.962
pernyataan9	111.66	71.658	.785	.960
pernyataan10	111.69	73.173	.614	.962
pernyataan11	111.66	71.658	.785	.960
pernyataan12	111.69	73.173	.614	.962
pernyataan13	111.66	71.645	.785	.960
pernyataan14	111.66	71.645	.785	.960
pernyataan15	111.69	73.186	.614	.962
pernyataan16	111.66	71.658	.785	.960
pernyataan17	111.68	73.583	.570	.962
pernyataan18	111.61	73.351	.623	.962
pernyataan19	111.63	72.711	.696	.961
pernyataan20	111.69	73.186	.614	.962
pernyataan21	111.66	71.658	.785	.960
pernyataan22	111.69	73.173	.614	.962
pernyataan23	111.66	71.645	.785	.960
pernyataan24	111.69	73.186	.614	.962
pernyataan25	111.66	71.658	.785	.960

Uji Reliabilitas

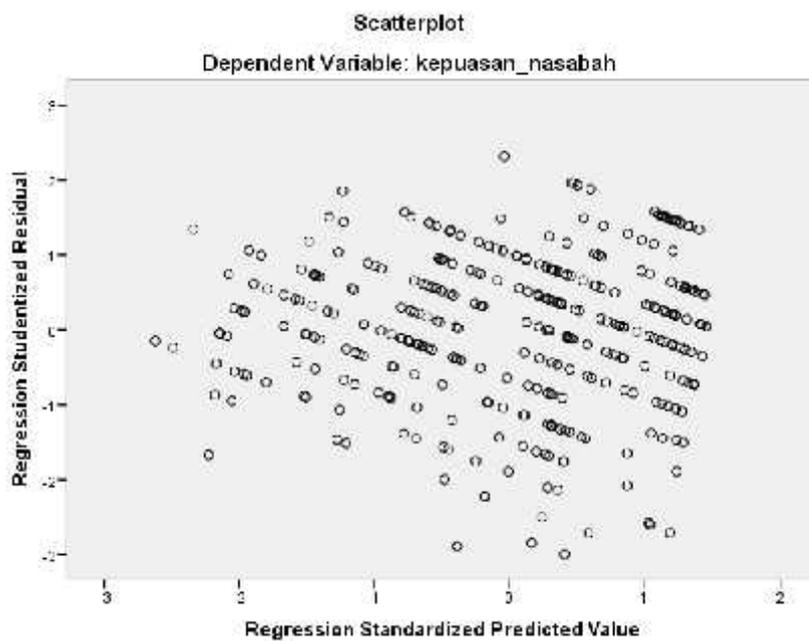
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.963	25

Uji Normalitas Data



Uji Heteroskedastisitas



Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.636	1.802		2.572	.011
	Tangible	-.014	.054	-.013	-.254	.800
	Reliability	-.016	.068	-.011	-.233	.816
	Empathy	.088	.067	.065	1.312	.190
	Responsiveness	.030	.064	.022	.470	.639
	Assurance	.936	.134	.368	6.957	.000
	Compliance	.454	.086	.263	5.253	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 ^a	.310	.298	2.414

a. Predictors: (Constant), Compliance, Reliability, Empathy, Responsiveness, Tangible, Assurance

IAIN JEMBER

Uji t Kepuasan Nasabah

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.636	1.802		2.572	.011
	Tangible	-.014	.054	-.013	-.254	.800
	Reliability	-.016	.068	-.011	-.233	.816
	Empathy	.088	.067	.065	1.312	.190
	Responsiveness	.030	.064	.022	.470	.639
	Assurance	.936	.134	.368	6.957	.000
	Compliance	.454	.086	.263	5.253	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

Uji F Kepuasan Nasabah

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	904.321	6	150.720	25.858	.000 ^b
	Residual	2016.739	346	5.829		
	Total	2921.059	352			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Compliance, Reliability, Empathy, Responsiveness, Tangible, Assurance

IAIN JEMBER

3. Dokumentasi membagikan kuesioner kepada nasabah yang berprofesi wirausaha



4. Dokumentasi gedung Bank Syariah Mandiri Cabang Jember



DOKUMENTASI DI KANTOR BANK SYARIAH MANDIRI CABANG JEMBER

1. Membagikan kuesioner kepada nasabah yang berprofesi sebagai wiraswasta



2. Membagikan kuesioner kepada nasabah yang berprofesi PNS



BIODATA PENULIS



A. Boidata Pribadi

1. Nama : Nila Faroha
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Tempat Tanggal Lahir : Jember, 25 Maret 1996
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Agama : Islam
6. Alamat : RT: 003 RW: 023 Tegal Baru – Paleran
– Umbulsari – Jember
7. No. Hp/Wa : 082231421660
8. email : nilafaroha22@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. TK : TK Dewi Masyithoh 01 Paleran
2. MI : SD Negeri Paleran 04
3. MTS : SMP Negeri 2 Umbulsari
4. MA : SMA Negeri 2 Tanggul
5. Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Jember

C. Pengalaman Organisasi

1. OSIS SMP Negeri 2 Umbulsari 2008-2009
2. OSIS SMA Negeri 2 Tanggul 2012-2013
3. Pengurus HMPS Perbankan Syariah 2015-2016
4. Anggota PMII Rayon FEBI