

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH DI BANK BRISYARIAH KCP GENTENG BANYUWANGI**

**SKRIPSI**



Oleh :

**HUSNUL ACHLAQ**  
**NIM. 083143022**

Dosen Pembimbing:

**Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.**  
**NIP. 19680807 200003 1 001**

**IAIN JEMBER**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER  
MEI 2018**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DI BANK BRISYARIAH KCP GENTENG  
BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

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

Oleh :

**Husnul Achlaq**  
**NIM. 083143022**

**Disetujui Pembimbing**

**Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.**  
**NIP. 19680807 200003 1 001**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DI BANK BRISYARIAH KCP GENTENG  
BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

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

Hari : Sabtu

Tanggal : 12 Mei 2018

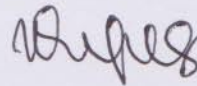
**Tim Penguji**

**Ketua**



**Nikmatul Masruroh, M.E.I**  
NIP. 19820922 200901 2 005

**Sekretaris**



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

Anggota :

1. **Dr. Moch Chotib, S.Ag., MM.**
2. **Agung Parmono, S.E., M.Si.**



**Menyetujui**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**



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

## MOTTO

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

Artinya : “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.” (QS. Ali Imron:159)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Departemen Agama, *Alquran dan Terjemah* (Bandung : CV Aneka Ilmu, 2002), 91

## PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah, kini saya mengerti arti dari sebuah kesabaran dalam sebuah penantian. Dalam sebuah penantian pasti akan ada hasil yang ingin di capai dan di banggakan. Terima kasih ya Allah atas segala rahmat, karunia dan nikmat yang telah engkau berikan kepada hambamu ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang telah berjasa dalam hidup saya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

1. Kedua orang tua saya, ayahanda tercinta ( Bapak Mahsuni) ibunda tercinta ( Ibu Iswati) yang tidak pernah mengeluh dalam membesarkan, mendidik, merawat, mendukung dan selalu mendoakan saya hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Kakak saya Khusnul Hotimah dan Achmad Joni Purnomo yang selalu memberikan Saya motifasi, semangat dan do'a agar saya segera menyelesaikan skripsi saya dan lulus tepat waktu.
3. Sahabat-sahabat saya keluarga Besar J1-J6 Perbankan Syariah angkatan 2014, KSR PMI UNIT IAIN JEMBER, Keluarga besar IMABA IAIN Jember, Keluarga PMII IAIN Jember, Keluarga Keduaku IAIN Jember, atas dukungan dan motifasinya selama ini sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi saya tepat waktu.
4. Almamaterku IAIN Jember, Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam

Demikian, saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang sangat berarti dalam perjuangan dan perjalanan di kehidupan saya.

IAIN JEMBER

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji syukur saya sampaikan terima kasih kepada Allah Swt atas limpahan rahmat dan karunianya, perencanaan, Pelaksanaan, dan Penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat menyelesaikan program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu. Sebagai makhluk ciptaan Allah yang di ciptakan dengan memiliki berbagai macam kekurangan dan keterbatasan, tidak salah jika apa yang dikerjakan oleh manusia tidak luput dari yang namanya kesalahan, begitu juga dengan penyusunan skripsi ini pastinya terdapat kekurangan dan kesalahan didalamnya dikarenakan keterbatasan pengetahuan serta kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, demi kesempurnaan skripsi ini saya menyadari bahwa masih banyak membutuhkan kritik dan masukan dari pembaca sehingga dapat membantu dalam menyempurnakan kesalahan dan kekurangan yang ada dalam skripsi ini.

Kesuksesan ini dapat saya peroleh karena dukungan dari banyak pihak, yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini baik berupa motifasi, masukan serta do'a yang selalu mengalir. Oleh karena itu penulis menyadari dan menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE.,MM. selaku Rektor IAIN Jember sekaligus sebagai Dosen Penasehat Akademik.
2. Bapak Dr. Moch Chotib, S.Ag., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.
3. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, SE.,M.S.i. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember sekaligus sebagai Dosen Pembimbing skripsi saya yang telah sabar dalam membimbing saya sehingga skripsi saya dapat selesai tepat waktu.



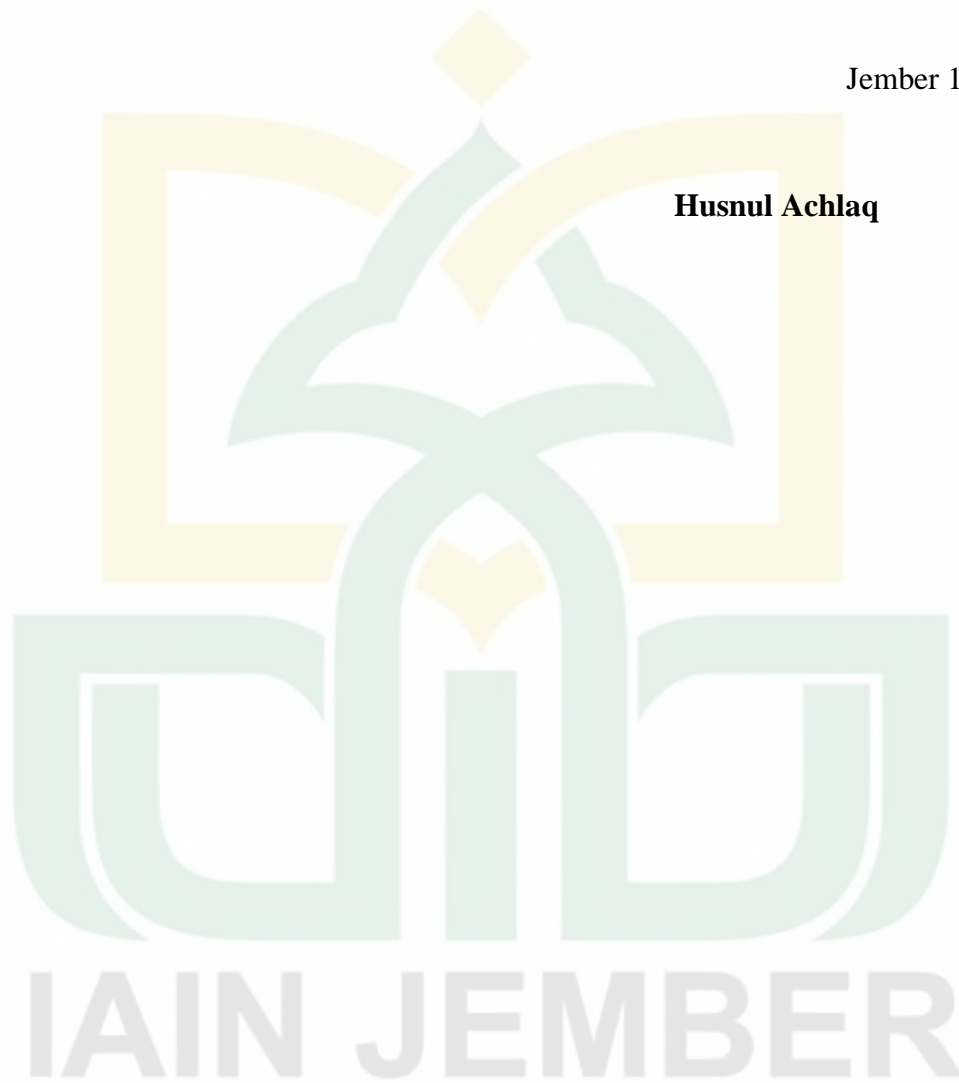
4. Bapak M.F Hidayatullah, S.H.I, M.SI. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam IAIN Jember.
5. Ibu Nurul Setianingrum, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah IAIN Jember.
6. Ibu Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.S.i. Selaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember yang selalu memberikan saya semangat dan motifasi sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya dengan tepat waktu.
7. Segenap dosen Civitas Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember.
8. Segenap Keluarga Besar Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi yang sudah memberikan izin penelitian kepada saya sehingga skripsi saya dapat terselesaikan dengan tepat waktu.
9. Ibu Lilik Fathoni, M.Si. yang selalu sabar memberi bimbingan dan arahan kepada saya terkait penyusunan skripsi saya sampai dengan selesai.
10. Segenap sahabat –sahabat terbaik saya, Mohammad Subairi, Maratus Sholeha, Imanu Dwi Siswo Putranto, Ilvi Aidia Nurwahidah, Nur Afni Aulia, Tika Septiana Dewi, Siti Kholifah, Nurlaeli Fitriani, Risa Novita, Moh.Soleh Ridho. Ida Saida, Sri Wahyuni, Debby Nikmatus Zahro, Annissa Wahyuning Sari, Siti Handayani, Renisa Amelia Anggraeni.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari harapan yang sempurna, yang mana kekurangan pasti ada didalamnya. Namun, walaupun dengan waktu yang sangat terbatas penulis mencoba menyusunnya berdasarkan kemampuan yang ada, dan untuk menyempurnakannya tentu tidak lepas dari kritik dan saran yng bersifat konstruktif dari para pembaca.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis hanya berharap Ridho Allah SWT, semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan barokah didunia dan diakhirat, khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya, Ammin ya Rabbal Alamin.

Jember 12 Mei 2018

**Husnul Achlaq**





## ABSTRAK

**Husnul Achlaq, Dr. Khamdan Rifa'i.,SE.M.S.i. 2018:** *Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi*

Saat ini semua lembaga perbankan syariah dan konvensional ataupun perusahaan satu dengan lainnya berlomba-lomba untuk bisa bersaing dengan perusahaan lain. Salah satunya adalah Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi. Untuk menghadapi persaingan yang ketat seperti ini bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi terus meningkatkan kualitas layanannya agar dapat menarik nasabah dan sekaligus mempertahankan nasabahnya. Selain meningkatkan kualitas layanan hal yang perlu ditingkatkan lagi adalah promosi. Bank ini terus meningkatkan promosi secara terus menerus. Salah satu tindakan promosinya adalah langsung terjun di tengah-tengah masyarakat. kedua aspek ini selain untuk menarik nasabah dan mempertahankan nasabah juga bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Rumusan Masalah dari penelitian ini yaitu : (1) Apakah kualitas layanan dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi ? (2) Apakah kualitas layanan dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi ?

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi. (2) untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Penelitian Kuantitatif Deskriptif. Populasi yang digunakan adalah populasi Infinite atau populasi yang tidak diketahui jumlahnya dan tidak terbatas dan untuk penentuan sampelnya adalah jumlah Indikator dikalikan 10 jumlah Sampel dalam penelitian ini adalah 110 Responden. Teknik pengumpulan datanya menggunakan metode *Accidental Sampling* metode yang dilakukan secara kebetulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan Bahwa kualitas layanan dan promosi secara parsial menggunakan Uji T berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi dengan nilai masing-masing  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( 9.456 > 1,982) dan ( 3.398 > 1,982). Begitu Pula dengan hasil dari Uji F ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan promosi secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi dengan nilai masing-masing nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( 69.347 > 3.940).

**Kata Kunci : Kualitas Layanan, Promosi, Kepuasan Nasabah**

**ABSTRAK**

**Husnul Achlaq, Dr. Khamdan Rifa'i.,SE.M.S.i. 2018:** *Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi*

Currently, syariah and conventional banking or one with another institutions competing with other institutions. One of them is Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi. To face stiff competition such as bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi continues to improve the quality of services so that attract customers and while retaining customers. In addition to improving the quality of service, the thing that need to be improved is promotion. This bank continues to increase its promotion continuously. One of promotional actions is to jump in the middle of society. both of these aspects in addition to attract customers and retain customers also aims to determine whether the quality of service and promotion affect customer satisfaction.

formulation of the problem from this research is: (1) what is the quality of service and promotion partially affect to customer satisfaction in Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi? (2) what is the quality of service and promotion simultaneously affect customer satisfaction in Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi?

According to the formulation of the above problem, the purpose of study is to find out whether the quality of service and promotion Partially affect customer satisfaction in Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi. the second to find out whether the quality of service and promotion Simultaneously affect customer satisfaction in Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi

The method used in this research is descriptive Quantitative method. Population Used is Infinite population or population of unknown number and unlimited and for sample determination is amount of Indicator multiplied by 10 amount of Sample in this research is 110 Respondent. Data collection techniques using the method of Accidental Sampling method done by chance.

The results of this study indicate that the quality of service and promotion partially using T Test has significant effect on customer satisfaction in Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi with the value of  $t \text{ count} > t \text{ table}$  ( $9.456 > 1.982$ ) and ( $3.398 > 1.982$ ). As well as F test results indicate that the quality of service and promotion simultaneously significantly influence customer satisfaction in Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi with value of  $F \text{ count} > F \text{ table}$  ( $69,347 > 3,940$ ).

**Keywords: Service Quality, Promotion, Customer Satisfaction**

## DAFTAR ISI

	Hal
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	7
1. Variabel Penelitian .....	7
2. Indikator Penelitian .....	9
F. Definisi Operasional.....	9
G. Asumsi Penelitian.....	10
H. Hipotesis.....	11

I. Metode Penelitian.....	11
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	12
2. Populasi dan Sampel .....	12
3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	14
4. Analisis Data .....	16
J. Sistematika Pembahasan .....	24
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	26
B. Kajian Teori.....	30
1. Kualitas Layanan.....	30
2. Promosi.....	33
3. Kepuasan Nasabah .....	36
<b>BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS</b>	
A. Gambaran Objek Penelitian .....	41
B. Penyajian Data.....	51
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	57
D. Pembahasan.....	69
<b>BAB IV PENUTUP KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran-saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

1. Pernyataan Keaslian Tulisan
2. Matrik Penelitian
3. Angket Penelitian
4. Tabel Tabulasi Skor Responden
5. Uji Validitas
6. Uji Reliabilitas
7. Uji Regresi Berganda
8. T Tabel
9. F Tabel
10. R Tabel
11. Jurnal Penelitian
12. Surat Izin Penelitian
13. Surat Selesai Penelitian Dari BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.
14. Dokumentasi
15. Biodata Penulis

**IAIN JEMBER**

## DAFTAR TABEL

1.1	Tabel Indikator Penelitian .....	9
1.2	Ketentuan Pemberian Sekor Pada Skala Likert.....	16
1.3	Penelitian Terdahulu .....	27
1.4	Profil Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi .....	44
1.5	Hasil Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	52
1.6	Hasil Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia.....	53
1.7	Hasil Pengelompokan Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah .....	53
1.8	Hasil Pengelompokan Responden Berdasarkan Nasabah Bank Lain .....	54
1.9	Hasil Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan .....	55
1.10	Hasil Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56
1.11	Hasil Pengelompokan Responden Berdasarkan Penghasilan .....	57
1.12	Hasil Uji Validitas Data .....	58
1.13	Hasil Uji Reliabilitas Data.....	60
1.14	Hasil Persamaan Regresi Berganda.....	61
1.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	62
1.16	Uji T (Parsial).....	65
1.17	Uji F (Simultan) .....	65
1.18	Rekapitulasi Analisis Regresi Berganda .....	67



## DAFTAR GAMBAR

	Hal
3.1 Struktur Organisasi Bank BRISyariah KCP Banyuwangi Genteng .....	45
3.2 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	63
3.3 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Normal Probabiliti Plot .....	64



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era Globalisasi ini, bangsa Indonesia sedang giat-giatnya membangun disegala sektor misalnya di sektor Industri dan Perdagangan. Hal ini sejalan dengan perkembangan bisnis yang membawa dampak bagi perkembangan bangsa Indonesia dan sangat menunjang pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Salah satu sektor di Indonesia adalah sektor bisnis perbankan, dimana telah banyak perbankan yang didirikan baik dalam skala kecil, menengah, maupun besar. Persaingan dalam dunia bisnis perbankan saat ini sangat ketat. Persaingan ini menuntut para pelaku perbankan untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus bekerja keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan para pelanggannya.

Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, yang menyangkup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan Pasal 1 angka 1 UU No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.<sup>2</sup>

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia merupakan suatu respon dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan muslim yang berupaya

---

<sup>2</sup> Sekretariat Negara RI, *Undang-Undang RI Tentang Perbankan Syariah*, (Jakarta, Pustaka Mahardika, 2008), 3.

mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah islam. Prinsip ekonomi syariah memang benar merupakan produk islam yang diatur oleh syariat Islam, namun pelaksana ataupun praktisi melaksanakan prinsip syariah tidak harus beragama islam. Jadi siapa saja pelaksananya itu, bisa orang perbankan, nasabah, notaris, ataupun siapa saja yang tertarik menerapkan prinsip syariah dalam kegiatan usaha sehari-harinya.

Macam-macam transaksi dalam perbankan syariah sangat tergantung pada akad. ini berarti, meskipun para pihak menanamkan transaksinya dengan Wadiah, misalnya, namun jika didalam akad ada unsur yang menzalimi salah satu pihak, maka transaksi itu tidak dapat dinamakan sesuai dengan prinsip syariah. Prinsip dasar perbankan syariah adalah titipan atau simpanan yang dikenal dengan istilah Al-Wadi'ah, dimana akad Al Wadi'ah dapat diartikan sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja ketika si penitip menghendaki.<sup>3</sup>

Jadi, kata kunci untuk memahami kegiatan usaha perbankan syariah diatas hanya satu yaitu akad. Akad adalah perjanjian tertulis yang membuat Ijab (Penawaran) dan Qabul (Penerimaan) antara bank dan pihak lain yang berisi hak dan kewajiban masing-masing pihak berdasarkan syariah.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Muhammad Syafi.i Antonio, *Bank Syariah dari Teori Ke Praktek*. (Jakarta: Gema Insani, 2001), 185

<sup>4</sup> Irma Devita Purnama Sari dan Suswinarno, *Akad Syariah* (Bandung: Kaifa,2011), 2

Setiap perbankan di Indonesia pasti memberi atau menawarkan sebuah produk dimana produk yang ditawarkan mulai dari produk penghimpunan dana, penyaluran dana dan multijasa yang dapat memuaskan keinginan nasabah atau kebutuhan nasabah. Prinsip-prinsip penghimpunan dana bank syariah ada dua, yaitu prinsip wadiah dan prinsip mudharabah. Pada bank konvensional penghimpunan dana yang dilakukan di masyarakat dalam bentuk tabungan, deposito, dan giro yang lazim disebut dana pihak ketiga. Dalam bank syariah penghimpunan dana dari masyarakat yang dilakukan tidak membedakan nama produk, tetapi melihat pada prinsip wadiah dan prinsip mudharabah.<sup>5</sup>

Dalam rangka mencapai tujuan untuk menghimpun dana yang sebanyak-banyaknya dari masyarakat, maka suatu bank harus memperkenalkan atau memperlihatkan sesuatu yang berbeda dan menarik dari produknya kepada masyarakat luas. Sehingga dapat menimbulkan kesan yang positif di masyarakat. Oleh karena itu diperlukan suatu program pemasaran dan layanan yang prima yang diberikan oleh bank.

Dalam usaha meningkatkan pendapatan jumlah nasabah, perbankan syariah harus selalu meningkatkan layanan yang baik dan cepat kepada nasabah. Kualitas layanan yang diberikan. Bank Syariah harus memberikan layanan yang optimal bagi seluruh nasabah yang datang untuk melakukan transaksi di bank. Layanan yang diterima nasabah dari bank syariah nantinya dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank yang berarti bahwa

---

<sup>5</sup> M.Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2005), 8

kepuasan nasabah adalah hal yang paling utama. Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi harus memberikan layanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan fasilitas yang baik untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada serta untuk mendapatkan calon nasabah.<sup>6</sup>

Selain meningkatkan kualitas layanan hal yang harus di tingkatkan lagi adalah promosi. Perbankan syariah harus terus melakukan promosi-promosi secara terus menerus kepada masyarakat agar masyarakat tertarik untuk bergabung dengan perbankan syariah. Salah satu strategi pemasaran yang baik adalah promosi. Strategi promosi merupakan kegiatan bauran pemasaran yang terakhir dalam menghadapi persaingan perusahaan lain. Maka dari itu Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi memerlukan strategi promosi untuk memperkenalkan produknya dan menarik hati konsumen. promosi sangat penting untuk keberhasilan pemasaran.

Promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi adalah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen.<sup>7</sup> Strategi pelaksana promosi merupakan langkah-langkah yang secara berurutan mulai awal hingga akhir dalam proses mempromosikan suatu produk. Kegiatan promosi bagi banyak perusahaan merupakan kegiatan investasi yang sangat kritis melalui kegiatan pemasaran, tanpa promosi maka konsumen akan sangat sulit mengetahui produk yang dijual oleh perusahaan.

---

<sup>6</sup> Freddy Rangkuti, *Mengukur Efektivitas Program Promosi dan Analisis Kasus Menggunakan SPSS*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), 1

<sup>7</sup> Buchori Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 179-181

PT. Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi adalah sebuah Bank non Konvensional yang merupakan anak perusahaan dari Bank Rakyat Indonesia yang akan melayani kebutuhan Perbankan Masyarakat Indonesia dengan menggunakan Prinsip-Prinsip Syariah, untuk dapat bersaing dengan Bank lainnya. BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi memiliki banyak produk diantaranya produk penghimpunan dana, penyaluran dana, dan multijasa. Dimana meski pengelolaan berdasarkan syariat Islam, tapi tabungan dan Bank Syariah bersifat Universal. Maksudnya semua golongan agama dapat membuat rekening di BRISyariah, tidak peduli apakah itu beragama Keristen, Islam, Hindu, dan Budha, terkecuali untuk Produk Tabungan Haji.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti hal tersebut dengan mengambil judul tugas Akhir **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi”**

## **B. Rumusan Masalah**

Bagian ini mencantumkan semua rumusan masalah yang dicari jawabannya melalui proses penelitian yang disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, dan operasionalnya dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.

Rumusan Masalah merupakan hal yang penting didalam suatu penelitian, Masalah menjadi bagian kebutuhan seseorang yang harus dipecahkan, orang-orang mengadakan penelitian karena berhasrat mendapat jawaban dari



masalah yang dihadapi.<sup>8</sup> Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi ?
2. Apakah kualitas layanan dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi ?

### **C. TUJUAN PENELITIAN**

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu dan konsisten dengan masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.<sup>9</sup>

Adapun tujuan dari penelitian sebagai berikut

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan promosi secara parsial terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan promosi secara simultan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

### **D. MANFAAT PENELITIAN**

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Manfaat dari hasil penelitian merupakan

---

<sup>8</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu praktek* ( Jakarta: Rineka Cipta, 1997), 25

<sup>9</sup> Tim Penyusun IAIN, *Pedoman Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Press,2015), 83.

dampak dari tercapainya suatu tujuan.<sup>10</sup> Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan bagi pihak yang membutuhkan referensi berkaitan dengan masalah yang diangkat.

#### 2. Praktis

- a. Bagi Penulis, sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh semasa kuliah serta menjadi suatu pembelajaran untuk menambah wawasan dalam menuangkan ide dalam suatu penelitian ilmiah.
- b. Almamater IAIN Jember dan mahasiswa perbankan syariah, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan dan perbandingan dalam penelitian selanjutnya.
- c. Bagi Masyarakat, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan bacaan untuk memahami mengenai pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah.

### **E. RUANG LINGKUP PENELITIAN**

Adapun ruang lingkup dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Variabel Penelitian**

Variabel adalah objek penelitian atau apa saja yang menjadi perhatian suatu penelitian.<sup>11</sup> Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang,

---

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung:Alfabeta, 2014), 283

objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian terdiri atas dua macam, yaitu : variabel terikat (dependen) atau variabel tergantung pada variabel lainnya, dan variabel bebas (independen).<sup>12</sup>

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, variabel yang akan diuji meliputi variabel dependen (Y) kepuasan nasabah bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi dan variabel independen ( $X_1$ ), ( $X_2$ ) pengaruh kualitas layanan dan promosi di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

Variabel dalam penelitian ini adalah

**a. Variabel Bebas (Independen Variabel)**

Variabel yang tidak tergantung pada variabel lain. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah

- 1) Kualitas Layanan ( $X_1$ )
- 2) Promosi ( $X_2$ )

**b. Variabel terikat (Dependen Variabel)**

Variabel terikat adalah variabel yang tergantung pada variabel lain. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah Kepuasan Nasabah (Y).

---

<sup>11</sup> Suharsimi, Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rinika Cipta: Grafindo Persada, 2006), 118

<sup>12</sup> Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2005), 68

## 2. Indikator Variabel

Setelah Variabel penelitian terpenuhi, kemudian dilanjutkan dengan mengemukakan indikator-indikator penelitian yang merupakan rujukan empiris dari variabel yang akan diteliti.<sup>13</sup>

**Tabel 1.1**  
**Indikator Penelitian**

VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER TEORI
Kualitas Layanan ( $X_1$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)</li> <li>2. <i>Reliability</i> (Kehandalan)</li> <li>3. <i>Responsivness</i> (Ketanggapan)</li> <li>4. <i>Assurance</i> (Jaminan)</li> <li>5. <i>Empathy</i> (Kepedulian)</li> </ol>	Parasuraman, 1994 dalam Bukunya Tatik Suryani. hal 122
Promosi ( $X_2$ )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan (<i>Advertising</i>)</li> <li>2. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)</li> <li>3. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)</li> <li>4. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)</li> </ol>	Philip Kotler dan Gary Armstrong, 1991 dalam bukunya Buchari Alma. Hal 182
Kepuasan Nasabah (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem Keluhan dan Saran</li> <li>2. Survey Kepuasan Pelanggan</li> </ol>	Philip Kotler, 1994. dalam bukunya Vinna Sri Yuniarti. Hal 235

Sumber: Data Diolah

## F. Definisi Operasional

Definisi operasional dibuat agar tidak terjadi salah pengertian dengan istilah yang digunakan dalam penelitian.

### 1. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik, Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama

<sup>13</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 108

strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.<sup>14</sup>

## 2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah respons nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah layanan yang diberikan kepada nasabah.<sup>15</sup>

## 3. Promosi

Sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan konsumen tentang barang dan jasa.<sup>16</sup>

## 4. Nasabah

Nasabah adalah semua orang atau pihak yang menggunakan jasa bank dan memiliki rekening di bank. Nasabah dalam penelitian ini diartikan sebagai seseorang atau pelanggan yang berhubungan langsung dengan bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.<sup>17</sup>

## 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.<sup>18</sup> Asumsi dari penelitian ini menyatakan

---

<sup>14</sup> J.Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, ( Jakarta: PT Rineka Cipta, 2001),228

<sup>15</sup> Freddy Rangkuti, *Teknik Mengukur dan Meningkatkan Kepuasan nasabah*, ( Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), 75

<sup>16</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2014), 179

<sup>17</sup> Sekretariat Negara RI, *Undang-Undang R.I*, 5

<sup>18</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember:Stain JemberPress,2015), 3

bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

## H. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.<sup>19</sup> Secara teknik, hipotesis adalah pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya melalui data yang diperoleh dari sampel.

Ada dua jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Hipotesis kerja atau disebut dengan hipotesis alternative, disingkat (Ha) yaitu hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh kualitas layanan dan promosi secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.<sup>20</sup>
2. Hipotesis nol disingkat (Ho) yaitu hipotesis yang menyatakan tidak adanya pengaruh kualitas layanan dan promosi secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.<sup>21</sup>

## I. Metode Penelitian

Metodologi penelitian merupakan sesuatu yang sangat penting karena berhasil atau tidaknya suatu penelitian, demikian juga tinggi rendahnya suatu kualitas hasil penelitiannya sangat ditentukan oleh ketepatan peneliti dalam memilih metode penelitiannya.

---

<sup>19</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, ( Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 110.

<sup>20</sup> Ibid 112

<sup>21</sup> Ibid 113



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

### **1. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan pada dasarnya adalah suatu kegiatan atau proses sistematis untuk memecahkan masalah yang digunakan dengan menerapkan metode ilmiah. Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif.<sup>22</sup> Sesuai dengan namanya, dalam penelitian kuantitatif deskriptif banyak dituntut menggunakan angka dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dari hasilnya.<sup>23</sup>

Sedangkan jenis penelitian ini adalah *field research* ( Penelitian Lapangan) alasan peneliti memilih jenis penelitian ini karena peneliti ingin memberi gambaran secara lengkap mengenai objek yang akan diteliti.

### **2. Populasi dan Sampel**

Populasi dan sampel dalam penelitian kuantitatif deskriptif merupakan istilah yang sangat lazim dipakai. Populasi diartikan sebagai jumlah kumpulan unit yang akan diteliti karakteristik atau cirinya. Namun jika populasinya luas maka, penelitian harus mengambil sampel dari populasi yang telah didefinisikan.

---

<sup>22</sup>Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, ( Jember: IAIN Jember Jember Press,2015),46

<sup>23</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, ( Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 64

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi Infinite adalah populasi yang tidak diketahui jumlahnya atau tidak terbatas.

Sedangkan pengambilan sampel adalah proses pemilihan sejumlah elemen secukupnya dari populasi. Ferdinan A.T menyebutkan bahwa ukuran pedoman sampel tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. bila terdapat 15 indikator, besarnya sampel adalah 100-200. untuk penelitian ini maka jumlah sampel yang diambil adalah:

Jumlah sampel = jumlah indikator x 5 sampai dengan 10. Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah  $11 \times 10 = 110$  Responden.<sup>24</sup>

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling* yang pengambilan sampelnya dilakukan secara kebetulan.<sup>25</sup> Yaitu nasabah yang melakukan transaksi di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi dengan ketentuan minimal sudah 1 tahun menjadi nasabah bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

---

<sup>24</sup> Dovi Iwan Mustofa, 2018. Pengaruh Figur Kyai, Kualitas Layanan dan Tarif pada Loyalitas Pengguna Jasa Serta Dampaknya Terhadap Citra Perusahaan Pada KBIH Assuniah. IAIN Jember

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R dan d*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 226

### 3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

#### a. Observasi

Yaitu metode penelitian dengan pengamatan yang dicatat secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki.<sup>26</sup> Teknik ini juga digunakan untuk pengumpulan data yang kompleks dan tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek lain. Dengan kata lain, metode ini ini bisa dilakukan dengan terlibat langsung atau hanya sebagai pengamat kegiatan sehari-hari atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.<sup>27</sup>

Adapun data-data yang diperoleh melalui metode observasi di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi adalah sebagai berikut :

- 1) Letak geografis bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi?
- 2) Kegiatan operasional bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi?

#### b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan mengambil responden dari masyarakat yang menjadi nasabah maupun karyawan bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi sebagai salah satu pendukung untuk memperkuat validitas data yang dibutuhkan..<sup>28</sup>

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. didalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti

<sup>26</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research* (Yogyakarta: Penerbit Andi,2004), 151

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 145.

<sup>28</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 24

menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.<sup>29</sup>

Dalam penelitian ini data-data yang ingin diperoleh dari metode dokumentasi adalah sebagai berikut:

- 1) Sejarah berdirinya bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.
- 2) Visi Misi bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.
- 3) Struktur organisasi bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.
- 4) Tugas dan wewenang pegawai bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

**d. Kuisisioner (Angket)**

*Kuisisioner* yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden. Penyebaran angket dilakukan peneliti dengan cara memberikan daftar pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada nasabah bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi. Untuk menjawab suatu kuisisioner juga harus memerlukan skor dalam setiap penilaian pertanyaan :

Adapun Skor yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

---

<sup>29</sup> Arikunto, *Prosedur Penelitian*, 201

**Tabel 1.2**  
**Ketentuan Pemberian Skor Pada Skala Likert**

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

Sumber: Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 148

#### 4. Analisis data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang akan diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>30</sup> Adapun alat kuantitatif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### a. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1) Uji Validitas

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

---

<sup>30</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 147

tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.<sup>31</sup>

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

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-k. Jika R hitung (untuk  $r$  tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item To Correlation*) lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.<sup>32</sup> Dengan taraf signifikan sebesar 5% atau sebesar 0,05.

Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel = valid

Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel = tidak valid

Cara pengujian validitas *instrument* adalah menghitung korelasi antara masing-masing item pertanyaan dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*.<sup>33</sup>

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Dimana :

$r$  : koefisien korelasi

$x$  : nilai variabel bebas

<sup>31</sup> Ibid 267

<sup>32</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* (Semarang: UNDIP, 2001), 143

<sup>33</sup> Umar, *Metode Penelitian*, 133



Y : nilai variabel terikat

n : jumlah data (responden/sampel)

## 2) Uji Reliabilitas

Reliabel artinya data yang diperoleh melalui kuisisioner hasilnya konsisten bila di pakai peneliti lain. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan *one shot* atau pengukuran sekali saja, dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Uji reliabilitas dilakukan dengan program *SPSS 16.00 for windows*, yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Crombach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Crombach Alpha* > 0,60.

### b. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data yang diantaranya adalah terhindar dari adanya multikolinieritas, heteroskedastisitas, autokorelasi, normalitas.

#### 1) Uji Normalitas

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 *plot* berada di sekitar garis diagonal dan tidak melebur dari garis diagonal, maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.<sup>34</sup>

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah variance dari residual data satu observasi ke observasi lainnya berbeda ataukah tetap. Jika *variance* dari residual data sama maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda adalah heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi problem heteroskedastisitas adalah melalui grafik *scatterplot*, yaitu jika plotting titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada suatu tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

## 3) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukn adanya korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Jika

---

<sup>34</sup> Hengki Latan, *Analisis Multivariate : Teknik dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2013), 56.

variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas dengan nol. Untuk mendeteksi atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut :

- a) *Nilai Tolerance* dan lawannya
- b) *Variance Inflation Factor*

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* harus  $> 0,05$  dan nilai VIF  $< 0,05$ .

Apabila terdapat variabel bebas yang dimiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,05 dan VIF kurang dari 0,5, maka dapat disimpulkan bahwa tidak multikolinieritas antar variabel bebas dala model regresi.<sup>35</sup>

### c. Analisis Regresi Berganda

Dalam regresi berganda, terdapat suatu variabel dependen (terikat) dan dua atau lebih variabel independen (bebas). Walaupun secara teoritis bisa gunakan banyak variabel, namun penggunaan

---

<sup>35</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 186

lebih dari tujuan variabel independen dianggap tidak dianggap efektif. dalam praktik bisnis, sering banyak digunakan, selain karena banyaknya variabel dalam bisnis yang perlu dianalisis bersama, juga banyak kasus regresi berganda lebih relevan digunakan.<sup>36</sup>

Adapun variabel bebas dari penelitian ini kualitas layanan dan promosi, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah.

Rumus dari Regresi Berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Y = Kepuasan Nasabah

a = konstanta

$\beta_1$  = koefisien variabel kualitas layanan

$X_1$  = variabel kualitas layanan

$\beta_2$  = koefisien variabel promosi

$X_2$  = variabel promosi

$\epsilon$  = *error*

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

#### d. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Bahwa  $R^2$  disebut sebagai koefisien determinasi yakni dalam regresi menggambarkan besarnya kemampuan suatu variabel x

<sup>36</sup>Singgih Santoso, *SPSS 22 From Essential to Ekpert Skills* ( Jakarta: PTElek Media Komputindo, 2014), 342

menjelaskan variabel  $y$  sebagai variabel terikat.<sup>37</sup> Nilai koefisien determinasi yang besar menunjukkan bahwa regresi tersebut mampu dijelaskan secara besar pula.

Pada intinya koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Untuk menunjukkan nilai koefisien determinasi pada output SPSS dinyatakan dengan nilai *Adjusted r Square* pada tabel *model Summary*.<sup>38</sup>

#### e. Uji Hipotesis

##### 1) Analisis Uji T (Parsial).

Uji T dalam regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji koefisien regresi untuk masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>39</sup> Uji T bisa dikatakan pula sebagai Uji signifikan secara parsial (satu-satu). Uji juga dikatakan sebagai pengujian secara individual yang mana pengujian hipotesis koefisien regresi berganda dengan hanya satu  $X$  ( $X_1$  atau  $X_2$ ) yang mempengaruhi  $Y$ .<sup>40</sup>

---

<sup>37</sup> Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran* (Malang: UMM Press, 2004), 174

<sup>38</sup> Ibid, 192

<sup>39</sup> Ibid, 179

<sup>40</sup> M.Iqbal Hasan, *pokok-Pokok Materi Statistik 2(Statistik Inferensif)* (Jakarta: PT, BumiAksara,2002), 267

Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan formulasi hipotesis
  - a)  $H_0 : b_1 : b_2 = 0$  Artinya variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.
  - b)  $H_a : b_1 : b_2 \neq 0$  Artinya variabel independen merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Menentukan derajat kepercayaan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dari  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ . Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
3. menentukan  $t_{hitung}$  dengan rumus  $t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$
4. Menentukan  $t_{tabel}$  (diambil dari hasil tabel distribusi t pada  $\alpha = 5\%$ ) Adapun nilai t tabel dalam penelitian ini adalah 1,982. nilai tersebut didapatkan dari  $df = n-2 = 110 - 3 = 107$  dengan signifikansi 0,05.
5. Kriteria uji t:
 

$H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$

$H_a$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$ .<sup>41</sup>

## 2) Pengujian Terhadap Regresi Simultan (Uji F)

Uji F dalam regresi berganda dimasukkan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.<sup>42</sup>

<sup>41</sup> Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1999), 460.

Pengujian hipotesis ini disebut juga dengan pengujian serentak yang merupakan pengujian hipotesis koefisien regresi berganda dengan  $X_1$  dan  $X_2$  serentak atau bersama-sama mempengaruhi  $Y$ .<sup>43</sup>

Langkah – langkah pengujiannya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan derajat kepercayaan 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dari  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ . Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.  
Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
2. Menentukan  $F$  hitung dengan rumus  $F = \frac{R^2(n-k-1)}{k(1-R^2)}$
3. Menentukan  $F$  tabel dengan cara  $df = N$  (Jumlah sampel) –  $k$  (Jumlah variabel) yaitu  $110-3 = 107$  dengan derajat kepercayaan 5% ( $\alpha=0,05$ )
4. Kriteria pengambilan keputusan.  
 $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$   
 $H_a$  diterima jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 0,05$ .<sup>44</sup>

## J. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika penulisan ini akan dijelaskan kerangka pemikir yang digunakan dalam menyusun skripsi ini, sehingga dapat dipelajari dan dipahami oleh pembaca. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

<sup>42</sup> Ibid, 179

<sup>43</sup> Hasan, *Pokok-Pokok materi Statistik 2*, 264

<sup>44</sup> Widayat, *Penelitian Pemasaran*, 192



**BAB I : PENDAHULUAN**

Terdiri dari: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, Asumsi Penelitian, Hipotesis, Metode Penelitian dan sistematika pembahasan.

**BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN**

Bab ini membahas tentang kajian kepustakaan yang meliputi : penelitian terdahulu dan kajian teori.

**BAB III : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

Bab ini menguraikan tentang Gambaran Objek Penelitian, Penyajian data, Analisis dan Pengujian Hipotesis, dan Pembahasan.

**BAB IV : PENUTUP atau KESIMPULAN DAN SARAN**

Berupa penutup yang terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.

## BAB II

### KAJIAN KEPUSTAKAAN

#### A. Penelitian Terdahulu

Menyangkut penelitian terdahulu, perlu dipertegas hal-hal yang membedakan antara hasil-hasil yang telah di ungkapkan oleh peneliti sebelumnya dengan apa yang akan diteliti. Perbedaan itu tidak sebenarnya menyangkut segala aspek, akan tetapi bisa meliputi hal-hal yang mungkin di anggap perlu dilakukan pengkajian yang lebih mendalam.<sup>45</sup>

Masalah yang terkait dengan kualitas layanan dan promosi sesungguhnya telah banyak di bahas dan di teliti, akan tetapi permasalahan yang diteliti tersebut berbeda sesuai dengan pendekatan-pendekatan yang digunakan. Untuk menghindari penelitian terhadap objek yang sama atau pengulangan terhadap suatu penelitian yang sama. Serta menghindari anggapan plagiasi terhadap karya tertentu, maka perlu dilakukan riview terhadap kajian yang pernah ada. Berikut ini penulis paparkan beberapa penelitian yang membahas tema tentang kualitas layanan dan promosi.

**Tabel 1.3**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama/Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Suhaebatul Islamiyah, 2017	Pengaruh Promosi dan Reputasi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) bumi Putra 1912 Balung Jember.	Analisis data yang menggunakan Analisis Regresi Berganda  Independen: Promosi ( $X_1$ ) Reputasi ( $X_2$ )	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa promosi dan reputasi memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. dengan koefisien

<sup>45</sup> Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran* (Malang: UMM Press, 2004), 58-59

			Dependen Loyalitas Nasabah (Y)	regresi sebesar 0,473 dan <i>adjusted R<sub>2</sub></i> (47,3%). <sup>46</sup>
2.	Irma Wahyuningt yas, 2016.	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Tabungan Nasional Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Rogojampi Banyuwangi	Analisis data yang menggunakan Analisis Regresi Berganda  Independen: Kualitas Layanan (X <sub>1</sub> ) Kepercayaan (X <sub>2</sub> )  Dependen Loyalitas Nasabah (Y)	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. dengan koefisien regresi sebesar 0,094. <sup>47</sup>
3.	Desi Suci Utari, 2015.	Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Jasa Asuransi (Kasus pada PT Asuransi BSAM Cabang Pekan Baru)	Analisis data yang menggunakan Analisis Regresi Sederhana  Independen: Reputasi Perusahaan (X) Dependen Loyalitas Nasabah (Y)	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa reputasi perusahaan memiliki pengaruh terhadap loyalitas perusahaan. dalam penelitian ini reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dengan koefisien regresi sebesar .468 dan <i>adjusted</i> <i>R<sub>2</sub></i> 84%. <sup>48</sup>
4.	Ifa Khoirul Jannah, 2011	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT Amanah	Analisis data yang menggunakan Analisis Regresi Sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan

<sup>46</sup>Suhaebatul Islamiyah, Pengaruh Promosi dan Reputasi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) bumi Putra 1912 Balung Jember. (Jember: Program Studi Perbankan Syariah IAIN Jember, 2017).

<sup>47</sup>Irma Wahyuningtyas, Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Tabungan Nasional Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Rogojampi Banyuwangi. (Jember: Program Studi Perbankan Syariah IAIN Jember, 2016).

<sup>48</sup>Desi Suci Utari, Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Jasa Asuransi (Kasus pada PT Asuransi BSAM Cabang Pekan Baru), (Pekanbaru: Program Studi Ilmu Administrasi FISIP Universitas Riau, 2015)

		Weleri.	Independen: Kualitas Layanan (X) Dependen Loyalitas Nasabah (Y)	berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BMT Waleri Amanah. <sup>49</sup>
5.	Cakra Aditia Rachmat, 2011	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Starbucks Coffe)	Analisis data yang menggunakan Analisis Regresi Sederhana  Independen: Promosi Penjualan (X) Dependen Loyalitas Pelanggan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan positif antara variabel promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan Starbucks Coffe. <sup>50</sup>

sumber : Data diolah, 2018

*Penelitian Pertama* (Suhaebatul Islamiyah) meneliti tentang **Pengaruh Promosi dan Reputasi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) bumi Putra 1912 Balung Jember.**

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sekarang yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh promosi. Dan sama-sama menggunakan tiga variabel. Akan tetapi penelitian terdahulu dan sekarang memiliki perbedaan, yaitu penelitian terdahulu meneliti tentang pengaruh promosi dan reputasi terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah.

*Penelitian Kedua* (Irma Wahyuningtyas) meneliti tentang **Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas**

<sup>49</sup> Ifa Khoirul Jannah, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT Amanah Weleri. (Semarang : IAIN Walisongo, 2015 )

<sup>50</sup> Cakra Aditia Rachmat, Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Starbucks Coffe). ( Jakarta : Universitas Indonesia, 2011).

**Nasabah PT Bank Tabungan Nasional Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Rogojampi Banyuwangi.** Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sekarang yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas layanan. dan sama-sama menggunakan tiga variabel. akan tetapi penelitian terdahulu dan sekarang memiliki perbedaan, yaitu penelitian terdahulu meneliti tentang pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah.

*Penelitian Ketiga* (Desi Suci Utari) meneliti tentang **Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Jasa Asuransi (Kasus pada PT Asuransi BSAM Cabang Pekan Baru).** Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sekarang yaitu sama-sama mencari pengaruh terhadap suatu variabel tertentu. Akan tetapi penelitian terdahulu dan sekarang memiliki perbedaan yaitu penelitian terdahulu hanya menggunakan satu variabel sedangkan penelitian sekarang menggunakan tiga variabel.

*Penelitian Ke Empat* (Ifa Khoirul Jannah) meneliti tentang **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT Amanah Weleri.** Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sekarang yaitu sama-sama mencari pengaruh terhadap suatu variabel tertentu. Akan tetapi penelitian terdahulu dan sekarang memiliki

perbedaan yaitu penelitian terdahulu hanya menggunakan satu variabel sedangkan penelitian sekarang menggunakan tiga variabel.

*Penelitian Ke Lima* (Cakra Aditia Rachmat) meneliti tentang **Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Starbucks Coffee)**. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sekarang yaitu sama-sama mencari pengaruh terhadap suatu variabel tertentu. Akan tetapi penelitian terdahulu dan sekarang memiliki perbedaan yaitu penelitian terdahulu hanya menggunakan satu variabel sedangkan penelitian sekarang menggunakan tiga variabel.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Kualitas Layanan**

#### **a. Pengertian Kualitas Layanan**

Menurut Zeithaml et al, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai bahwa kualitas layanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan dan keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Menurut Kotler kualitas layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>51</sup> Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan atau memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan layanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada

---

<sup>51</sup> Ibid 145

pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>52</sup> Kualitas layanan adalah tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Layanan adalah sikap tindakan atau kegiatan yang dapat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>53</sup>

Berdasarkan pendapat diatas maka disimpulkan yang dimaksud kualitas layanan disini adalah setiap tindakan atau kegiatan yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia dan lingkungannya dan sifatnya tidak berwujud namun sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Berkenaan dengan hal ini, Al-Quran surat Ali Imran ayat 159:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ<sup>ط</sup> فَاعْفُ عَنْهُمْ<sup>ط</sup> وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ<sup>ط</sup> فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ<sup>ج</sup> إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: *Menyatakan bahwa: “ 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, maafkalah mereka; mohonkanlah maaf bagi mereka dan bermusyawaralah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepadanya”.*<sup>54</sup>

<sup>52</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 88

<sup>53</sup> Ibid 85-88

<sup>54</sup> Departemen Agama, *Alquran dan Terjemah*, 150



## b. Ukuran Kualitas Layanan

Parasuraman mengukur kualitas layanan dengan menggunakan dimensi SERQUAL (*Service Quality*) dimensi serqual tersebut yaitu:

- 1) *Tangible* (Bukti Fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik serta keadaan lingkungan sekiranya adalah bukti nyata dari layanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yang meliputi fasilitas fisik berupa gedung dan sebagainya, perlengkapan dan peralatan yang digunakan, serta penampilan karyawannya.
- 2) *Reliability* (Kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 3) *Responsivness* (Katanggapan) yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 4) *Assurance* (Jaminan) yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan pada perusahaan.
- 5) *Empathy* (Perhatian) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup>Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*.(Yogyakarta: Graha Ilmu,2008) 122

## 2. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Banyak pandangan telah diungkapkan dalam berbagai literature tentang pengertian promosi, antara Lain :

Menurut William Shoell promosi ialah usaha yang dilakukan oleh marketer, berkomunikasi dengan calon audien. Komunikasi adalah sebuah proses membagi ide, informasi, atau audiens.

Menurut Tjiptono promosi adalah bentuk aktivitas pemasaran artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Promosi juga dapat diartikan sebagai suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.<sup>56</sup>

Berdasarkan pengertian promosi diatas dapat disimpulkan bahwa promosi itu adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.

---

<sup>56</sup> H. Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* ( Yogyakarta:BPFE, 1998), 236

## b. Tujuan Promosi

Tujuan Promosi Menurut Kotler dan Amstrong yaitu :

- 1) Mendorong pembelian pelanggan jangka pendek atau meningkatkan hubungan pelanggan jangka panjang.
- 2) Mendorong pengecer menjual barang baru dan menyediakan lebih banyak persediaan.
- 3) Mengiklankan produk perusahaan dan memberikan ruang rak yang lebih banyak.
- 4) Menjaga tenaga penjualan, berguna untuk mendapatkan lebih banyak dukungan tenaga penjualan bagi produk lama atau baru atau mendorong wira niaga mendapatkan pelanggan baru.<sup>57</sup>

## c. Bauran Promosi

Ada berbagai cara yang digunakan dalam melakukan promosi dan juga sebagai indikator dalam promosi yaitu diantaranya adalah :

- 1) Periklanan (*Advertising*)

Periklanan dipandang sebagai kegiatan penawaran kepada suatu kelompok masyarakat baik secara langsung lisan maupun dengan penglihatan (berupa berita) tentang suatu produk, jasa, atau ide. Tetapi periklanan, dilakukan dengan cara mengeluarkan sejumlah biaya, berbeda dengan publisitas yang disiarkan tanpa mengeluarkan biaya. Kegiatan periklanan ini berarti kegiatan yang menyebarluaskan berita kepada masyarakat. Masyarakat perlu

---

<sup>57</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta),179

diberitahu siapa sponsor yang bertindak melalui media iklan tersebut.

Kegiatan periklanan adalah suatu alat untuk membuka komunikasi dua arah antara penjual dan pembeli, sehingga keinginan mereka dapat terpenuhi dalam cara yang efisien dan efektif, dalam hal ini komunikasi dapat menunjukkan cara-cara untuk mengadakan pertukaran yang saling memuaskan. Dalam periklanan ada beberapa hal yang menjadi fungsi periklanan yaitu memberikan informasi, membujuk atau mempengaruhi, menciptakan kesan, memuaskan keinginan, dan sebagai alat komunikasi.

## 2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Cara promosi dengan cara sales promotion adalah dengan cara peragaan, pertunjukan dan pameran, demonstrasi dan berbagai macam usaha penjualan yang bersifat rutin.

## 3) Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Sejumlah informasi tentang seseorang, barang atau organisasi/perusahaan yang disebarluaskan ke masyarakat dengan cara membuat berita yang mempunyai arti komersial atau berupa penyajian-penyajian yang lain yang bersifat positif. Dengan demikian perusahaan beserta produknya dapat menjadi perhatian umum.

#### 4) Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Penjualan pribadi merupakan komunikasi persuasive seseorang secara individu kepada seseorang atau calon pembeli dengan maksud menimbulkan permintaan (Penjualan).<sup>58</sup>

### 3. Kepuasan Nasabah

Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan suatu kepuasan konsumennya. Perhatian mengenai kepuasan konsumen dan ketidakpuasan konsumen saat ini semakin besar, sehingga banyak pihak yang menaruh perhatian pada hal ini, terutama pihak-pihak yang mempunyai kepentingan secara langsung terhadap kepuasan konsumen dan ketidakpuasan konsumen.

Menurut Kotler dalam bukunya Toni Wijaya kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil yang diharapkan).<sup>59</sup>

Menurut Engel dalam bukunya T.jiptono kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan pelanggan.<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup>Darmayanto, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. ( Bandung : PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera, 2011) , 94-95

<sup>59</sup> Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, ( cetakan ke 1 dan 2)

<sup>60</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: BPFE, 2005), 45

Menurut Brown dalam bukunya Vinna Sri Yuniarti kepuasan konsumen adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa.<sup>61</sup>

Dari berbagai definisi di atas dapat disimpulkan yang dimaksud kepuasan nasabah adalah mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

#### **a. Pengukuran kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dalam bukunya Vinna Sri Yuniarti ada empat metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

##### 1) Sistem Keluhan dan Saran

Perusahaan yang memberikan kesempatan yang luas bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat atau bahkan keluhan konsumen (nasabah).

##### 2) *Survey* Kepuasan Pelanggan

Metode ini perusahaan perlu melakukan *survey* kepuasan pelanggan terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. *Survey* ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuisioner oleh karyawan perusahaan kepada para pelanggan. Melalui *survey* tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh

---

<sup>61</sup>Vinna Sri Yudiarti, “*Perilaku Konsumen Teori dan Praktek*”, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 233

pelanggan. Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggannya.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan pelanggan jadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.<sup>62</sup>

#### **b. Tipe-Tipe Kepuasan Dan Ketidakpuasan Konsumen**

Sumarwan dalam bukunya Vinna Sri Yuniarti menjelaskan bahwa teori kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terbentuk dari model diskonfirmasi ekspektasi, yaitu menjelaskan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dan kenyataan yang diperoleh pelanggan dari produk atau jasa tersebut. Harapan pelanggan saat membeli sebenarnya mempertimbangkan fungsi produk tersebut.

Fungsi produk antara lain:

- 1) Produk dapat berfungsi lebih baik dari pada yang diharapkan tersebut dikonfirmasi positif. Apabila hal ini terjadi, pelanggan akan merasa puas.

---

<sup>62</sup> Ibid 235



- 2) Produk dapat berfungsi seperti yang diharapkan disebut konfirmasi sederhana. Produk tersebut tidak memberikan rasa puas dan produk tersebut tidak mengecewakan sehingga pelanggan akan memiliki perasaan netral.
- 3) Produk dapat berfungsi lebih buruk yang diharapkan disebut dikonfirmasi negatif. Apabila hal ini terjadi, akan menyebabkan kekecewaan sehingga pelanggan merasa tidak puas.<sup>63</sup>

#### **c. Ciri-Ciri Konsumen Yang Puas**

Kotler dalam bukunya Vinna Sri Yuniarti menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut.

- 1) Loyal terhadap produk, yaitu membeli ulang dari produsen yang sama.
- 2) Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif, yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan produk yang dikonsumsi.
- 3) Perusahaan menjadi pertimbangan utama, yaitu ketika membeli merek lain, perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan utama.<sup>64</sup>

#### **d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen**

- 1) Kualitas produk, yaitu konsumen akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan

---

<sup>63</sup> Ibid 238

<sup>64</sup> Ibid 239

berkualitas. Montgomery menyatakan bahwa produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ada dua, yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.

- 2) Kualitas layanan, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan layanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
- 3) Emosional, yaitu konsumen merasa puas ketika orang memujinya karena menggunakan merek yang mahal.
- 4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- 5) Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 65

## BAB III

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya PT BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

Sebelum terbentuk Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng, pertama berdiri terlebih dahulu adalah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banyuwangi yang berada langsung di bawah Kantor Cabang (KC) Malang. Selanjutnya Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banyuwangi terdiri dari tiga *outlet* yaitu Genteng, Rogojampi, dan Banyuwangi. Awal berdiri outlet BRISyariah Genteng hanya disewakan bangunan seluas 3X6 m2 yang di dalamnya tidak difasilitasi kursi dan meja. Pada mulanya karyawan di BRISyariah Genteng hanyalah seperti orang berkumpul saja yang hanya bisa duduk dengan beralaskan karpet, itupun dari inisiatif karyawan sendiri yang membawa alas tersebut. Karena keadaan tersebut membuat masyarakat sekitar beranggapan bahwa BRISyariah Genteng adalah bank plecit karena keadaanya demikian. Setiap pagi para karyawan BRISyariah Genteng melakukan absen di Banyuwangi, setelah itu kembali ke Genteng untuk melaksanakan kegiatan oprasional seperti pada umumnya dengan keadaan tersebut.

Setelah beberapa bulan beroperasi di tempat yang tidak memiliki fasilitas yang memadai dan hanya berisikan karpet milik para karyawan, BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng akhirnya mendapat kursi dan meja sebanyak 3 buah, yang membuat para karyawan sangat

bersyukur. Berawal dari outlet akhirnya dinaikanlah menjadi Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng, Kantor Cabang Pembantu (KCP) Rogojampi, dan Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banyuwangi. Ketika masih menjadi *outlet* jabatan untuk pimpinan adalah *Unit Head 1* yaitu Bapak Bobby Hendrik Andriyanto, selanjutnya memiliki 1 analis, bagian marketing dinamakan *sales order* (SO) yang berjumlah 4 orang, dan bagian penagihan berjumlah 2 orang.

Pada tahun 2012 setelah diperbolehkannya menyewa gedung baru dengan tempat yang lebih besar dan memadai untuk beroperasi, barulah berdiri Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng. Pada akhirnya Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng alih status menjadi Pimpinan Cabang Pembantu (PINCAPEM), di dalam PINCAPEM tersebut memiliki anggota antara lain Wiwit sebagai *Branch Operation Supervisor* (BOS), Ruly Rahman saleh selaku *Teller* pertama di Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng, Ayu Resti selaku *Customer Service*, dan *Account Officer* (AO) sebanyak 4 orang, *Account Officer Mikro* (AOM) sebanyak 2 orang, serta Suhadi dan Samsul sebagai *Security*.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup>Dokumentasi, *Sejarah Berdirinya BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng, Banyuwangi*, 21 Januari 2018.

## 2. Profil BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi

**Tabel 1.4**  
**Profil BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi<sup>70</sup>**

Nama	PT. BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi
Alamat	Jln. Wahid Hasyim No. 11 Genteng
Telepon	(021) 68465
Faximili	
Situs Web	<a href="http://www.BRISyariah.co.id">www.BRISyariah.co.id</a>
Swift Code	
Tanggal Berdiri	18 November 2012
Tanggal Beroperasi	17 Desember 2012
Modal Dasar	
Modal Disetor	
Kantor Layanan	BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi
Jumlah Karyawan	12 Karyawan

## 3. Letak Geografis Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng Banyuwangi.

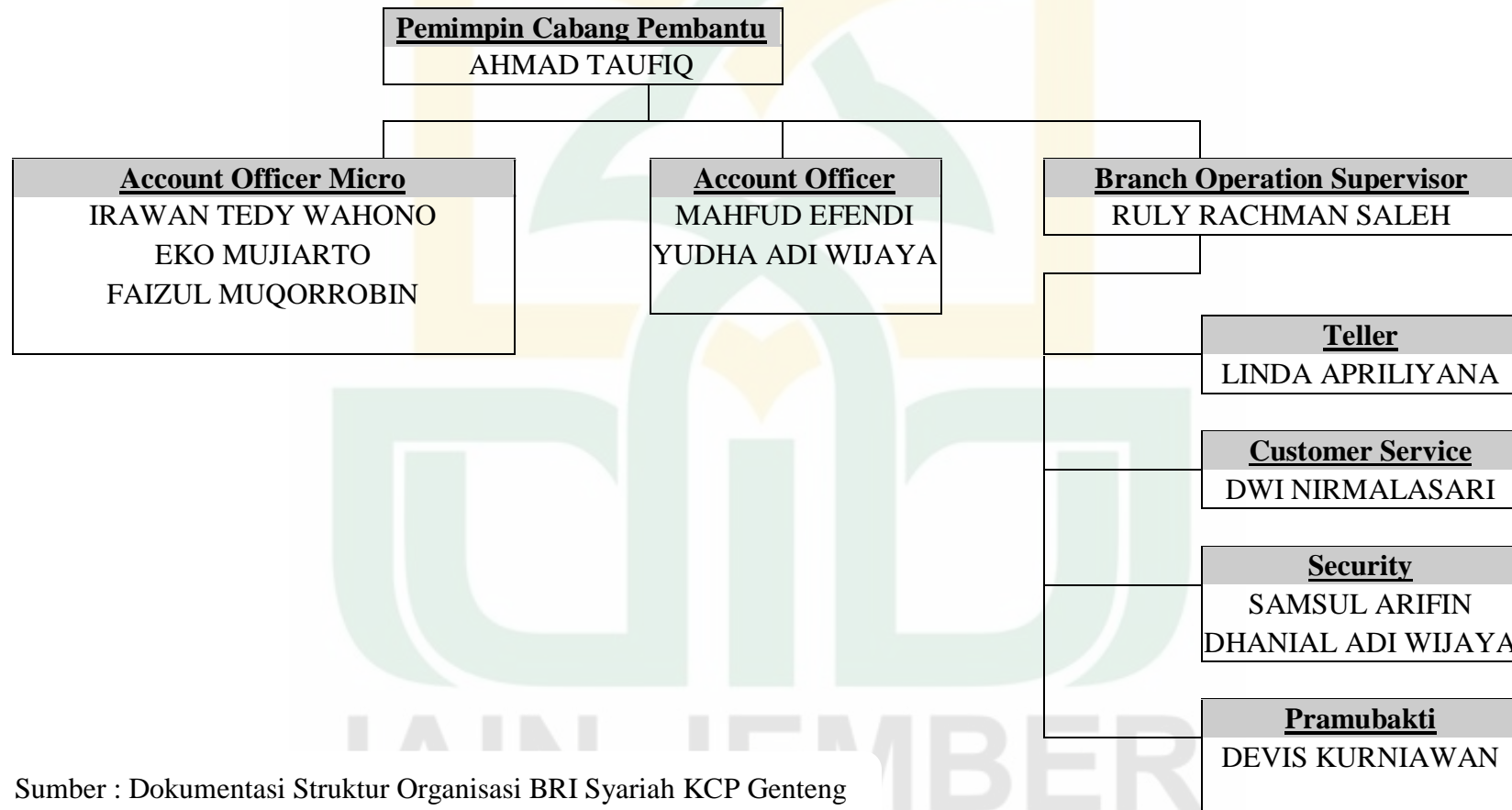
Bank BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Genteng berada di depan rumah makan Bu Jamilah tepatnya Jln. Wahid Hasyim No. 11 Genteng Banyuwangi, Jawa Timur. Letaknya sangat dekat dengan pasar tradisional Genteng dan berada tepat disamping BFI *Finance*.<sup>71</sup>

<sup>70</sup>Dokumentasi, *Sejarah Berdirinya BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng, Banyuwangi*, 21 Januari 2018.

<sup>71</sup>Dokumentasi, *Profil BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng, Banyuwangi*, 21 Januari 2018.

#### 4. Struktur Organisasi BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng.

Gambar 3.1



Sumber : Dokumentasi Struktur Organisasi BRI Syariah KCP Genteng

## 5. Visi dan Misi PT. Bank BRISyariah

### a. Visi BRISyariah

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

### b. Misi BRISyariah

- 1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- 2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- 3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapanpun dan dimanapun.<sup>72</sup>

## 6. Motto PT. BRISyariah

BRISyariah mempunyai motto yang berbunyi “**Bersama Wujudkan Harapan Bersama**” sebagai perwujudan dari visi dan misi BRISyariah sendiri yang mempunyai arti bahwa BRISyariah ingin menjelaskan bahwa seluruh *stake holder* BRISyariah baik internal (seluruh karyawan) maupun external (nasabah) merupakan instrumen yang penting dalam rangka mewujudkan seluruh harapan *stake holder*.

## 7. Nilai – Nilai Budaya Kerja PT. BRISyariah

Nilai – nilai budaya kerja PT. Bank BRISyariah adalah disingkat dengan kata “**PASTI OK**” dengan arti sebagai berikut:

<sup>72</sup> Dokumentasi, *Sejarah Berdirinya BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng, Banyuwangi*, 21 Januari 2018



- a. Profesional: Kesungguhan dalam melakukan tugas sesuai dengan standar teknis dan etika yang telah ditentukan.
- b. Antusias: Semangat atau dorongan untuk berperan aktif dan mendalam pada setiap aktivitas kerja.
- c. Penghargaan terhadap SDM: Menempatkan dan menghargai karyawan sebagai modal utama perusahaan dengan menjalankan upaya – upaya yang optimal sejak perencanaan, perekturan, pengembangan dan pemberdayaan SDM yang berkualitas serta memperlakukan baik sebagai individu maupun kelompok berdasarkan saling percaya, terbuka, adil dan menghargai.
- d. Tawakkal: Optimisme yang diawali dengan doa dan dmanifestasikan melalui upaya yang sungguh – sungguh serta diakhiri dengan keiklasan atas hasil yang dicapai.
- e. Integritas: Kesesuaian antara kata dan perbuatan dalam menerapkan etika kerja, nilai – nilai, kebijakan dan peraturan organisasi secara konsisten sehingga dapat dipercaya juga senantiasa memegang teguh etika profesi dan bisnis, meskipun dalam keadaan yang sulit untuk melakukan.
- f. Berorientasi Bisnis: Tanggap terhadap perubahan dan peluang, selalu berpikir dan berbuat untuk menghasilkan nilai tambah dalam pekerjaan.

g. Kepuasan Pelanggan: Memiliki kesadaran sikap serta tindakan yang bertujuan memuaskan pelanggan eksternal dan internal di lingkungan perusahaan.<sup>73</sup>

## **8. Tujuan Perusahaan PT. BRISyariah**

BRISyariah merupakan bank yang terbilang baru, bank yang mulai beroperasi pada tahun 2009 ini terus melakukan berbagai persiapan dan pembenahan dalam rangka membangun fondasi yang kokoh untuk menunjang pertumbuhan bank. Untuk mengembangkan layanan jaringan BRISyariah mengembangkan layanan penjual melalui sinergi dengan bank rakyat Indonesia dalam bentuk unit layanan syariah (UPS) atau unit mikro untuk melayani sector UMKM (usaha mikro kecil menengah).

BRISyariah juga akan mempersiapkan peluncuran produk baru baik pendanaan maupun pembiayaan, yang akan difokuskan pada segmen UMKM konsumen sesuai dengan visinya menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah, untuk kehidupan lebih bermakna.

Keseluruhan inisiatif tentunya tidak akan berhasil dilaksanakan tanpa dukungan sumber daya manusia yang handal. Selain menggiatkan program rekrutmen untuk mengisi posisi lowong, BRISyariah juga akan menyelenggarakan berbagai pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keahlian kerja.

---

<sup>73</sup>Dokumentasi, *Sejarah Berdirinya BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng, Banyuwangi*, 21 Januari 2018

Hal lain yang tidak dilakukan BRISyariah adalah memperkuat sistem teknologi informasi untuk mendukung kegiatan operasional bank sehari – hari. Bank akan mengimplementasikan *core banking system* dan mengembangkan berbagai sistem teknologi informasi dan system pembayaran yang handal guna memberikan layanan prima bagi nasabah.

#### **9. Produk PT. BRISyariah Kantor Cabang Pembantu Genteng Banyuwangi.**

Adapun produk – produk yang ada di BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi adalah sebagai berikut:

##### **a. Tabungan FAEDAH BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.**

Tabungan FAEDAH, atau lebih dikenal dengan fasilitas serba mudah ini memberikan kemudahan bagi nasabah yang ingin membuka rekening di BRISyariah sebagai berikut:

- 1) Gratis biaya administrasi bulanan tabungan,
- 2) Gratis biaya tarik tunai di mesin ATM bersama dan Prima,
- 3) Gratis cek saldo di mesin ATM bersama dan Prima,
- 4) Gratis transfer di mesin ATM bersama dan Prima,
- 5) Gratis biaya bulanan kartu ATM,
- 6) SALDO AWAL Rp. 100.000,-.

##### **b. Tabungan Impian BRISyariah**

Tabungan impian BRISyariah iB adalah tabungan berjangka dari BRISyariah dengan prinsip bagi hasil yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabah dengan terencana.

Tabungan impian BRISyariah iB memberikan ketenangan serta kenyamanan yang penuh nilai kebaikan serat lebih berkah karena pengelolaan dana sesuai syariah serta dilindungi asuransi.

**c. Tabungan Haji BRISyariah iB**

Tabungan Haji BRISyariah iB merupakan produk simpanan dari BRISyariah untuk calon jamaah Haji dalam memenuhi kebutuhan setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) dengan prinsip bagi hasil.

**d. Giro BRISyariah iB**

Giro iB BRISyariah adalah simpanan untuk kemudahan berbisnis dengan pengelolaan dana berdasarkan prinsip titipan (*wadi'ah yaddhamanah*) yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cek atau Bilyet Giro.

**e. Deposito BRISyariah iB**

Deposito BRISyariah iB adalah salah satu jenis simpanan yang dikelola berdasarkan prinsip bagi hasil sehingga anda tidak perlu khawatir akan pengelolaan dana. Hasil investasi nasabah tidak hanya menguntungkan, tetapi juga akan membawa berkah. Terdapat fasilitas ARO (*Automatic Roll Over*) dan nasabah meneriet deposito.

**f. Simpanan Pelajar (Simpel) BRISyariah iB**

Simpel iB (Simpanan Belajar iB) adalah tabungan untuk siswa yang diterbitkan dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini, dengan

setoran awal minimal Rp. 1000,- dan setoran selanjutnya minimal Rp. 1000,-. Selain itu dapat juga diberikan fasilitas kartu ATM dengan biaya pembuatan hanya Rp. 5000,-.

#### **g. Unit Mikro BRISyariah iB**

Unit Mikro BRISyariah iB ini merupakan salah satu produk pembiayaan BRISyariah yang menawarkan pembiayaan skala mikro sebagai berikut:

- 1) Mikro 25 iB (5 – 25 juta) dengan tenor 6 – 36 bulan,
- 2) Mikro 75 iB (5 – 75 juta) dengan tenor 6 -36 bulan,
- 3) Mikro 500 iB (75 – 500 juta) dengan tenor 6 – 36 bulan, 6 – 48 bulan, dan 6 – 60 bulan.

#### **h. KPR BRISyariah iB**

Memiliki rumah sendiri memberikan kebanggaan dan kebahagiaan hidup bagi keluarga tercinta. Kepemilikan rumah BRISyariah iB (KPR BRISyariah iB) kini hadir membantu anda untuk segera dapat mewujudkan memiliki rumah idaman. Berbagai keperluan dapat dipenuhi melalui kepemilikan rumah BRISyariah iB (KPR BRISyariah iB) seperti pembelian rumah, apartemen, ruko, rukan, tanah, kavling, pembangunan serta renovasi.<sup>74</sup>

---

<sup>74</sup>Dokumentasi, *Sejarah Berdirinya BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng, Banyuwangi*, 21 Januari 2018

## B. Penyajian Data

### 1. Karakteristik Responden

#### a. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (Gender).

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.5**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (Gender)**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Laki-Laki	44	40%
Perempuan	66	60%
Jumlah	110	100%

**Sumber : Data diolah**

Dari data di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden atau nasabah perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki. Hal ini dapat dijadikan indikasi bahwa dalam hal melakukan setoran pinjaman atau menabung lebih banyak dilakukan oleh responden atau nasabah perempuan sebanyak 66 orang dengan persentase 66% dibandingkan dengan responden atau nasabah laki-laki dengan jumlah 44% orang dengan presentase 40%.

#### b. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.6**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia**

Umur	Jumlah	Presentase
15-25	37	34%
26-36	57	52%
37-47	11	10%
48 Keatas	5	4%
Jumlah	110	100%

Sumber: **Data diolah**

Dari data di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden atau nasabah yang berumur 15-25 berjumlah 37 responden atau nasabah. Sedangkan jumlah responden atau nasabah yang berumur 26-36 berjumlah 57 responden atau nasabah. Jumlah responden atau nasabah yang berumur 37-47 berjumlah 11 responden atau nasabah. Jumlah responden atau nasabah yang berumur 48 ke atas berjumlah 5 responden atau nasabah. Hal ini dapat dijadikan indikasi bahwa dalam hal melakukan setoran pinjaman atau menabung lebih banyak dilakukan oleh responden atau nasabah yang berumur 26-36 dengan presentase 52%.

**c. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.**

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan lama menjadi nasabah dapat dilihat pada tabel berikut :



**Tabel 1.7**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah**

<b>Lama Menjadi Nasabah</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Prsentase</b>
1 Tahun Tahun	10	9%
2 Tahun	50	45%
3 Tahun	47	43%
4 Tahun	1	1%
Diatas 5 Tahun	2	2%
Jumlah	110	100%

**Sumber : Data diolah**

Dari data di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden atau nasabah yang lama menjadi nasabah adalah 1 tahun berjumlah 10 responden atau nasabah. 2 tahun berjumlah 50 responden atau nasabah. 3 tahun berjumlah 47 responden atau nasabah. 4 tahun berjumlah 1 responden atau nasabah. dan di atas 5 tahun berjumlah 2 responden atau nasabah. Hal ini dapat dijadikan indikasi bahwa dalam hal melakukan setoran pinjaman atau menabung lebih banyak dilakukan oleh responden atau nasabah yang berusia 2 tahun dalam menjadi nasabah.

**d. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Nasabah Bank Lain**

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan nasabah bank lain dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.8**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Nasabah Bank Lain**

<b>Bank Lain</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
BRI	77	70%
BNI	10	9%
Mandiri	14	13%
Lainnya	9	8%
<b>Jumlah</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Data diolah**

Dari data di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden atau nasabah yang memiliki bank lain adalah BRI berjumlah 77 responden atau nasabah. BNI berjumlah 10 responden atau nasabah. Mandiri berjumlah 14 responden atau nasabah. Lainnya berjumlah 9 responden atau nasabah. Hal ini dapat dijadikan indikasi bahwa nasabah yang memiliki bank lain adalah nasabah bank BRI berjumlah 77 responden atau nasabah.

**e. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pendidikan**

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.9**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pendidikan**

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
SD	0	0%
SMP	11	10%
SMA	66	60%
S1	33	30%
S2	0	0%
<b>Jumlah</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Data diolah**

Dari data di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden atau nasabah yang berpendidikan SD berjumlah 0 responden atau nasabah. Responden atau nasabah berpendidikan SMP berjumlah 11 responden atau nasabah. Responden atau nasabah berpendidikan SMA Berjumlah 66 responden atau nasabah. Responden atau nasabah berpendidikan S1 berjumlah 33 responden atau nasabah. Responden atau nasabah berpendidikan S2 berjumlah 0 responden atau nasabah. Hal ini dapat dijadikan indikasi bahwa dalam hal melakukan setoran pinjaman atau menabung lebih banyak dilakukan oleh responden atau nasabah yang berpendidikan SMA dengan presentase 60%.

#### f. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan Pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.10**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Perkerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	18	16%
Pegawai Negeri	2	2%
Pedagang	40	36%
Pegawai Swasta	49	45%
Petani	1	1%
Jumlah	110	100%

Sumber : Data diolah

Dari data di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden atau nasabah yang bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa berjumlah 18

responden atau nasabah. Responden atau nasabah yang bekerja sebagai Pegawai Negeri berjumlah 2 responden atau nasabah. Responden atau nasabah yang bekerja sebagai pedagang berjumlah 40 responden atau nasabah. Responden atau nasabah yang bekerja sebagai Pegawai Swasta berjumlah 49 responden atau nasabah. Responden atau nasabah yang bekerja sebagai Petani berjumlah 1 responden atau nasabah. Hal ini dapat dijadikan indikasi bahwa dalam hal melakukan setoran pinjaman atau menabung lebih banyak dilakukan oleh responden atau nasabah yang bekerja sebagai pegawai swasta dengan presentase 45%.

#### **g. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan**

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan tingkat penghasilan dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 1.11**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan**

Tingkat Penghasilan	Jumlah	Presentase
Kurang dari 1000.000	18	16%
1000.000-5000.000	90	82%
5000.000-10.000.000	2	2%
10.000.0000 Keats	0	0%
Jumlah	110	100%

Sumber : Data diolah

Dari data di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden atau nasabah yang berpenghasilan kurang dari Rp.1000.000 berjumlah 18 responden atau nasabah. Responden atau nasabah yang berpenghasilan Rp.1000.000-Rp.5000.000 berjumlah 90 responden atau nasabah.

Responden atau nasabah yang berpenghasilan Rp.5000.000-Rp.10.000.000 berjumlah 2 responden atau nasabah. Responden atau nasabah yang berpenghasilan Rp.10.000.000 ke atas berjumlah 0 responden atau nasabah. Hal ini dapat dijadikan indikasi bahwa dalam hal melakukan setoran pinjaman atau menabung lebih banyak dilakukan oleh responden atau nasabah yang berpenghasilan Rp.1000.000-Rp.5000.000 dengan presentase 82%.

## C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

### 1. Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengolahan data dari hasil jawaban kuesioner (data primer), terlebih dahulu dilakukan uji validitas instrumen (butir pertanyaan) yang digunakan agar dapat diketahui kelayakan dari penggunaan butir pertanyaan dalam penelitian. Pengujian instrument tersebut dilakukan dengan bantuan program *SPSS Windows*.

#### a. Uji Validitas

Dalam pengujian validitas digunakan rumus *korelasi product moment*, dimana kriteria yang dipakai berasal dari dalam alat tes itu sendiri dan masing-masing item tiap variabel dikorelasi dengan nilai total yang diperoleh dari koefisien korelasi *product moment*. Dalam pengujian ini digunakan asumsi bahwa nilai korelasi dengan metode *Pearson product moment* tinggi maka dikatakan valid. Kriteria validitas setiap item atau butir pertanyaan adalah jika  $r$  (koefisien korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor)  $> 0,188$  berarti

item atau butir pertanyaan tersebut valid dengan tingkat signifikansi 0,05 (Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *SPSS for Windows*.<sup>75</sup>

**Tabel 1.12**  
**Rekapitulasi Perhitungan Validitas**

Variabel	Korelasi item pertanyaan	R <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Kualitas Layanan (X <sub>1,1</sub> )	Pertanyaan 1	0.364	0,188	Valid
	Pertanyaan 2	0.402	0,188	Valid
	Pertanyaan 3	0.369	0,188	Valid
Kualitas Layanan (X <sub>1,2</sub> )	Pertanyaan 1	0.407	0,188	Valid
	Pertanyaan 2	0.333	0,188	Valid
	Pertanyaan 3	0.520	0,188	Valid
Kualitas Layanan (X <sub>1,3</sub> )	Pertanyaan 1	0.317	0,188	Valid
	Pertanyaan 2	0.315	0,188	Valid
	Pertanyaan 3	0.532	0,188	Valid
Kualitas Layanan (X <sub>1,4</sub> )	Pertanyaan 1	0.450	0,188	Valid
	Pertanyaan 2	0.441	0,188	Valid
	Pertanyaan 3	0.536	0,188	Valid
Kualitas Layanan (X <sub>1,5</sub> )	Pertanyaan 1	0.306	0,188	Valid
	Pertanyaan 2	0.311	0,188	Valid
	Pertanyaan 3	0.311	0,188	Valid
Promosi (X <sub>2,1</sub> )	Pertanyaan 1	0.367	0,188	Valid
	Pertanyaan 2	0.323	0,188	Valid
	Pertanyaan 3	0.328	0,188	Valid
Promosi (X <sub>2,2</sub> )	Pertanyaan 1	0.405	0,188	Valid
	Pertanyaan 2	0.397	0,188	Valid
	Pertanyaan 3	0.425	0,188	Valid
Promosi (X <sub>2,3</sub> )	Pertanyaan 1	0.684	0,188	Valid
	Pertanyaan 2	0.458	0,188	Valid
	Pertanyaan 3	0.654	0,188	Valid
Promosi (X <sub>2,4</sub> )	Pertanyaan 1	0.311	0,188	Valid
	Pertanyaan 2	0.321	0,188	Valid
	Pertanyaan 3	0.332	0,188	Valid
Kepuasan (Y <sub>1,1</sub> )	Pertanyaan 1	0.628	0,188	Valid
	Pertanyaan 2	0.553	0,188	Valid
	Pertanyaan 3	0.669	0,188	Valid
Kepuasan (Y <sub>1,2</sub> )	Pertanyaan 1	0.704	0,188	Valid
	Pertanyaan 2	0.594	0,188	Valid
	Pertanyaan 3	0.674	0,188	Valid

<sup>75</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 2006, (115)

Dari tabel di atas menunjukkan hasil perbandingan antara r hitung yang merupakan koefisien korelasi dengan r tabel yang menunjukkan bahwa semua r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner memiliki validitas atau disebut konsistensi internal. Yang artinya variabel tersebut mampu mengukur aspek yang sama atau apa yang ingin di ukur.

Cara pengujian validitas instrument adalah menghitung korelasi antara masing-masing item pertanyaan dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Dimana :

r : koefisien korelasi

x : nilai variabel bebas

Y : nilai variabel terikat

n : jumlah data (responden/sampel).<sup>76</sup>

#### b. Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas dilakukan dengan cara mencari angka reliabilitas butir-butir pertanyaan dari kuesioner dengan rumus *standar item alpha*. Setelah diperoleh nilai *alpha*, selanjutnya membandingkan nilai tersebut dengan angka kritis

<sup>76</sup> Umar, 133



yang telah ditentukan pada pengujian ini uji reliabilitas menggunakan *software SPSS for windows* dengan pendekatan statistic *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.<sup>77</sup>

**Tabel 1.13**  
**Rekapitulasi Hasil Perhitungan Tingkat Reliabilitas Instrumen**

No	Variabel	Nilai $\alpha$	$\alpha$ tabel	Keterangan
1	X <sub>1</sub>	0.763	0,60	Reliabel
2	X <sub>2</sub>	0.768	0,60	Reliabel
3	Y	0.707	0,60	Reliabel

Sumber: Lampiran

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa nilai  $\alpha$  setiap variabel > dari nilai kritis reliabilitas. Variabel kualitas layanan (X<sub>1</sub>) 0,763 > 0,60, variabel Promosi (X<sub>2</sub>) 0,768 > 0,60 dan variabel kepuasan nasabah (Y) 0,707 > 0,60. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner dapat dipercaya sebab hasil pengukuran relatif konsisten meskipun pertanyaan tersebut diberikan dua kali atau lebih pada responden yang berbeda sehingga kuesioner ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Heteroskedastisitas

Asumsi ini menyatakan bahwa apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan yang lain.

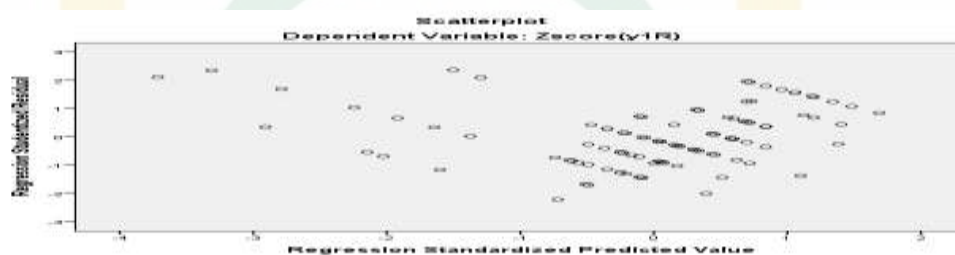
Jika varians satu residual satu pengamatan yang lain tetap, maka

<sup>77</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* (Semarang: UNDIP, 2001), 143

disebut homokedastisitas. Dalam perhitungan melalui SPSS, dasar pengambilan keputusannya adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, titik-titik membentuk pola (melebar, bergelombang, menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 3.2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan pada model regresi tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

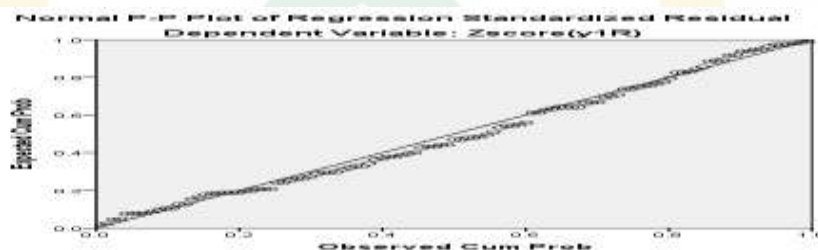
#### **b. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen dan dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Untuk mengetahui bentuk distribusi data dapat menggunakan grafik PP Plot. Pada grafik PP Plot suatu data akan

berdistribusi normal dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan.<sup>78</sup>

- 1) Jika data menyebar di sekitargaris diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi Normalitas.

**Gambar 3.3**  
**Hasil Uji Normalitas**



Pengujian normalitas berdasarkan gambar di atas dapat diketahui data menyebar disekitar garis diagonal dimana mengikuti arah garis diagonal, sehingga pada model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

<sup>78</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, 214

## 1. Analisis Regresi Linier

**Tabel 1.14**  
**Koefisien Jalur Pengaruh Langsung**

<b>Variabel Independent</b>	<b>Variabel Dependent</b>	<b>Koefisien Standardize</b>	<b>p-value</b>	<b>Keterangan</b>
Kualitas Layanan	Kepuasan Nasabah	9.456	000	Signifikan
Promosi	Kepuasan Nasabah	3.398	001	Signifikan

## 4. Uji Koefisien Determinasi $R^2$

Bahwa  $R_2$  disebut sebagai koefisien determinasi yakni dalam regresi menggambarkan besarnya kemampuan suatu variabel  $x$  menjelaskan variabel  $y$  sebagai variabel terikat.<sup>79</sup> Nilai koefisien determinasi yang besar menunjukkan bahwa regresi tersebut mampu dijelaskan secara besar pula.

Pada intinya koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Untuk menunjukkan nilai koefisien determinasi pada output SPSS dinyatakan dengan nilai *Adjusted r Square* pada tabel *model Summary*

<sup>79</sup> Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran* (Malang: UMM Press, 2004), 174

**Tabel 1.15**  
**Uji Determinasi**

<b>Model Summary</b>		
R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.567	.559	.66435405

a. Predictors: (Constant), Zscore(x2R), Zscore(x1R)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R square* 0,559. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan promosi mampu mempengaruhi kepuasan nasabah dengan nilai sebesar 0,559, sedangkan sisanya sebesar 44,1% ( $100\% - 55,9$ ) = 44,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

### 1. Uji Hipotesis

$H_{01}$ : Kualitas layanan di BRISyariah ( $X_1$ ) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

$H_{a1}$ : Kualitas layanan di BRISyariah ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Dari hasil perhitungan dan tabel diatas dapat dilihat nilai beta,  $t_{hitung}$ , koefisien determinasi ( $r^2$ ) dan nilai *p-value*. Berdasarkan tabel 1.16 dapat dilakukan pengujian hipotesis penelitian. Dari hasil analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS, pada tingkat kepercayaan 5% diperoleh koefisien (beta *standardize*) sebesar 0.364 dengan *p-value*nya 0,000 karena *p-value* <  $\alpha$  atau  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

$H_{01}$ : Promosi di BRISyariah ( $X_2$ ) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

$H_{a1}$ : Promosi di BRISyariah ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y.).

Dari hasil perhitungan dan tabel diatas dapat dilihat nilai beta,  $t_{hitung}$ , koefisien determinasi ( $r^2$ ) dan nilai  $p-value$ . Berdasarkan tabel 1.16 dapat dilakukan pengujian hipotesis penelitian. Dari hasil analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS, pada tingkat kepercayaan 5% diperoleh koefisien (beta *standardize*) sebesar 1.013 dengan  $p$ -valuenya 0,001 karena  $p$ -value  $< \alpha$  atau  $0,001 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak.

#### a. Uji T

Uji T dalam regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji koefisien regresi untuk masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji T bisa dikatakan pula sebagai Uji signifikan secara parsial (satu-satu). Uji juga dikatakan sebagai pengujian secara individual yang mana pengujian hipotesis koefisien regresi berganda dengan hanya satu X ( $X_1$  atau  $X_2$ ) yang mempengaruhi Y.

Adapun kriteria keputusannya adalah, Jika :

$Sig < 0,05$  = berpengaruh signifikan ( $H_a$  diterima,  $H_0$  ditolak)

$Sig > 0,05$  = tidak berpengaruh signifikan ( $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.

Membandingkan  $t$  hitung dan  $t$  tabel sebagai berikut :

$t_{hitung} > t_{tabel}$  = berpengaruh signifikan ( $H_a$  diterima,  $H_o$  ditolak)

$t_{hitung} < t_{tabel}$  = tidak berpengaruh signifikan ( $H_o$  diterima,  $H_a$  ditolak)

Adapun nilai  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini adalah 1,982. nilai tersebut didapatkan dari  $df = n - 2 = 110 - 3 = 107$  dengan signifikansi 0,05.

**Tabel 1.16**  
**Nilai Koefisien Dan Pengujian Hipotesis Pertama**

Variabel bebas	Variabel terikat	Beta	t-hitung	R <sup>2</sup>	p-value	Keterangan
X <sub>1</sub>	Y	0.364	9.456	0,567	0,000	Ho ditolak/ signifikan

Berdasarkan hasil pengujian di atas pengujian signifikansi diperoleh dengan membandingkan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ . Jika  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$   $H_o$  diterima, sebaliknya apabila  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  maka  $H_o$  ditolak. Pada tabel di atas terlihat bahwa  $t_{hitung}$  adalah 9.456 statistik tabel satu sisi diperoleh angka 1,982. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_o$  ditolak karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $9.456 > 1,982$ ) atau hipotesis pertama ( $H_{a1}$ ) diterima atau terbukti, dengan kata lain terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Layanan terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 1.17**  
**Nilai Koefisien Dan Pengujian Hipotesis Pertama**

Variabel bebas	Variabel terikat	Beta	t-hitung	R <sup>2</sup>	p-value	Keterangan
X <sub>2</sub>	Y	1.013	3.398	0,567	0,001	Ho ditolak/ signifikan

Pengujian signifikansi diperoleh dengan membandingkan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ . Jika  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$   $H_o$  diterima,



sebaliknya apabila  $t_{hitung}$  lebih besar daripada  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak. Pada tabel di atas terlihat bahwa  $t_{hitung}$  adalah 3.398 statistik tabel satu sisi diperoleh angka 1,982. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.398 > 1,982$ ) atau hipotesis pertama ( $H_{a1}$ ) diterima atau terbukti, dengan kata lain terdapat pengaruh signifikan antara promosi terhadap kepuasan nasabah.

**b. Uji F**

Uji F dalam regresi berganda dimaksudkan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Pengujian hipotesis ini disebut juga dengan pengujian serentak yang merupakan pengujian hipotesis koefisien regresi berganda dengan  $X_1$  dan  $X_2$  serentak atau bersama-sama mempengaruhi  $Y$ . Hal ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai sig ( pada print out SPSS) dengan  $\alpha = 0,05$ , dengan kriteria :

$sig < 0,05 =$  berpengaruh signifikan ( $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak)

$sig > 0,05 =$  tidak berpengaruh signifikan ( $H_a$  ditolak  $H_0$  diterima).

Selain itu juga dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $F$  tabel dan  $F$  hitung. Adapun kriteria keputusannya adalah sebagai berikut :

$F_{hitung} > F_{tabel}$  = berpengaruh signifikan ( $H_a$  diterima  
 $H_o$  ditolak)

$F_{hitung} < F_{tabel}$  = tidak berpengaruh signifikan ( $H_a$   
ditolak  $H_o$  diterima).

Adapun nilai  $F_{tabel}$  dalam penelitian ini adalah 3.93, nilai tersebut didapatkan dari  $df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$  (pembilang),  $df_2 = n - k = 110 - 3 = 107$  (penyebut). Nilai  $k$  merupakan jumlah variabel bebas dan terikat.

**Tabel 1.18**  
**Tabel Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	61.215	2	30.608	69.347	.000 <sup>b</sup>
	Residual	46.785	106	.441		
	Total	108.000	108			

a. Dependent Variable: Zscore(y1R)

b. Predictors: (Constant), Zscore(x2R), Zscore(x1R)

Berdasarkan hasil uji F di atas, didapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 69.347 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai  $F_{hitung}$  lebih dari  $F_{tabel}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $69,347 > 3,93$ ) dengan signifikansi sebesar  $0.000 < 0,05$  maka  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, terlihat bahwa telah terbukti jika variabel kualitas layanan dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi. Adapun persamaan regresi linier berganda yang didapatkan yaitu :

$$Y = -0,04 + 1.013 X_1 + 0,365 X_2$$

Dimana : Y = Kepuasan nasabah

X<sub>1</sub> = Kualitas layanan

X<sub>2</sub> = Promosi

**Tabel 1.19**  
**Rekapitulasi Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	B (Koefisien Regresi)	T				Hipotesis	F				Hipotesis
		Hitung	Tabel	Sig	A		Hitung	Tabel	Sig	A	
Konstanta	-,004						69.347	3.93	,000	0,05	Ha diterima
X <sub>1</sub>	1.013	9.456	1.982	0,000	0,05	Ha diterima					
X <sub>2</sub>	-,365	3.398	1.982	0,000	0,05	Ha diterima					
N = 120 <i>Adjusted R Square (R<sub>2</sub>) = 0,559 (55,9%)</i>											

Sumber : data primer diolah, 2018

#### 1. Analisis Dan Interpretasi Secara Parsial

##### a. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

Berdasarkan hasil perhitungan uji t dengan SPSS, dapat dilihat bahwa variabel kualitas layanan (X<sub>1</sub>) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi. Hal

ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi untuk variabel kualitas layanan adalah sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{a1}$  diterima yang berbunyi kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi dan  $H_{o1}$  ditolak yang berbunyi kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

Berdasarkan analisis dan interpretasi di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

**b. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi**

Berdasarkan hasil perhitungan uji t dengan SPSS, dapat dilihat bahwa variabel promosi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi untuk variabel promosi adalah sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{a1}$  diterima yang berbunyi promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi dan  $H_{o1}$  ditolak yang berbunyi promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

Berdasarkan analisis dan interpretasi di atas, dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

## **2. Analisis Dan Interpretasi Secara Simultan**

Berdasarkan hasil perhitungan uji F dengan SPSS, dapat dilihat bahwa kualitas layanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_{a3}$  diterima yang berbunyi bahwa kualitas layanan dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi dan  $H_{o3}$  ditolak yang berbunyi bahwa kualitas layanan dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

Adapun besar pengaruh dari variabel kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi adalah 56,7%, sedangkan sisanya sebesar 43,3% ( $100\% - 56,7\% = 43,3\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini. Nilai pengaruh kualitas layanan dan promosi merupakan setengah dari nilai pengaruh faktor-faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan nilai yang cukup besar mengingat masih banyak faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi

kepuasan nasabah. Adapun faktor-faktor tersebut yaitu reputasi, kepercayaan dan lain sebagainya.

Jadi, berdasarkan analisis dan interpretasi diatas dapat dikatakan bahwa kualitas layanan dan promosi berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi sebesar 56,7%.

### **3. Perbandingan Hasil Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BRISyariah KCP Genteng BANYuwangi.**

Dari hasil pengujian di atas dapat dijelaskan bahwa kualitas layanan dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi. Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil pengolahan SPSS dan hasil dari data tersebut memiliki pengaruh sebesar 56,7%, sedangkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Suhaibatul Islamiyah "Pengaruh Promosi dan Reputasi terhadap Loyalitas nasabah pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumi Putra 1912 Balung Jember." Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan reputasi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumi Putra 1912 Balung Jember. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Irma Wahyuningtyas "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Tabungan Nasional Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Rogojampi Banyuwangi" Hasil penelitian menunjukkan bahwa

kualitas layanan dan kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah di bank tabungan nasional pensiunan nasional Kantor Cabang Pembantu Rogojampi Banyuwangi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Desi Suci Utari “Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada Asuransi” (Kasus pada PT Asuransi BSAM Cabang Pekan Baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi perusahaan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah Jasa Asuransi BSAM Cabang Pekan Baru. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ifa Khoirul Jannah “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT Amanah Weleri”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada BMT Amanah Weleri. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Cakra Aditia Rachmat “Pengaruh Promosi penjualan terhadap loyalitas pelanggan.” (Studi pada Starbucks Coffe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan studi pada Starbucks Coffe.

Dari hasil penjelasan di atas menunjukkan bahwa dalam penelitian sekarang dan penelitian terdahulu sama-sama mempunyai pengaruh antara kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah, akan tetapi dalam penelitian ini perbedaannya penelitian ini menggunakan 110 sampel dan populasi Infinite berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan hanya menggunakan sampel 100 dan populasinya menggunakan jumlah nasabah.



## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menurut hasil pengujian secara parsial dari variabel kualitas layanan, memiliki nilai t hitung sebesar 9.456 dengan signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $9.456 > 1.982$ ), Serta nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga, dapat disimpulkan Bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.
2. Menurut hasil pengujian secara parsial dari promosi, memiliki nilai t hitung sebesar 3.398 dengan signifikan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ( $3.398 > 1.982$ ), Serta nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga, dapat disimpulkan Bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.
3. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (bersama-sama) dengan uji F antara kualitas layanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah menunjukkan nilai F hitung sebesar 69.347 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena F hitung lebih besar dari F tabel ( $69.347 > 3.93$ ) dengan signifikansi sebesar

$0,000 < 0,05$ , Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi. Adapun besar pengaruh dari kedua variabel tersebut adalah 56,7%. Sedangkan sisanya 43,3% ( $100\% - 56,7\% = 43,3\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain misalnya reputasi, kepercayaan dan lain sebagainya.

## **B. Saran-Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut :

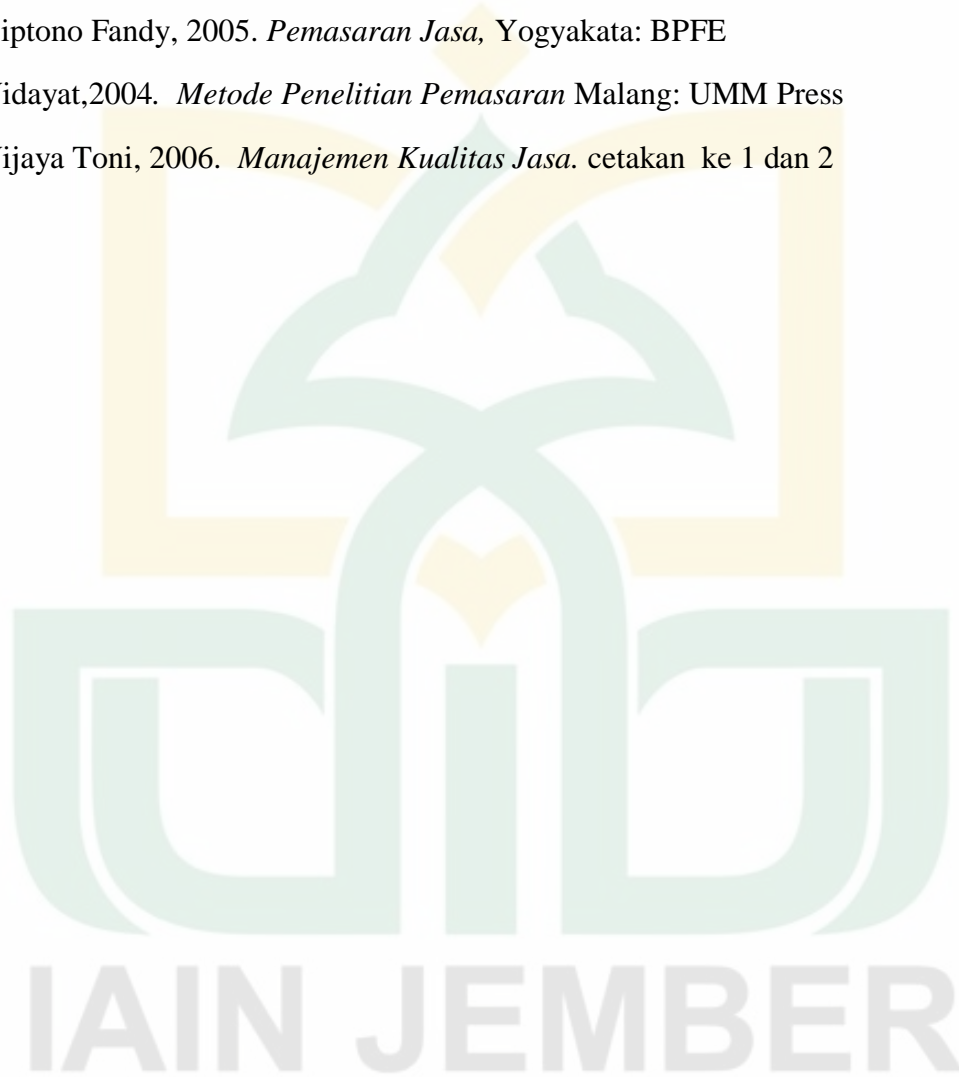
1. Bagi BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi Dengan melihat hasil analisis regresi berganda dimana variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah variabel kualitas layanan dan promosi. Maka diharapkan Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi untuk terus mempertahankan ataupun meningkatkan kualitas layanan dan promosi yang telah diterapkan oleh Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi sehingga nantinya akan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.
2. Bagi Lembaga IAIN Jember Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan sebagai pembandingan untuk penelitian selanjutnya agar dalam melakukan penelitian dapat maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adam Muhammad, 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA
- Alma Buchori, 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Alquran dan Terjemah
- Arikunto Suharsimi, 1997. *Prosedur Penelitian Suatu praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rinika Cipta: Grafindo Persada
- Cakra Aditia Rachmat2011, *Skripsi Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Pada Starbucks Coffe*. ( Jakarta : Universitas Indonesia
- Darmawan Deni, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Darmayanto,2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung : PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Desi Suci Utari,2015. *Skripsi Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Jasa Asuransi (Kasus pada PT Asuransi BSAM Cabang Pekan Baru)*, Pekanbaru: Program Studi Ilmu Administrasi FISIP Universitas Riau
- Dokumentasi,2018 *Sejarah Berdirinya BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng, Banyuwangi*
- Dovi Iwan Mustofa,2018. Tesis. *Pengaruh Figur Kyai, Kualitas Layanan dan Tarif pada Loyalitas Pengguna Jasa Serta Dampaknya Terhadap Citra Perusahaan Pada KBIH Assuniyah: IAIN Jember*
- Ghozali Imam, 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* Semarang: UNDIP
- Gitosudarmo Indriyo,1998. *Manajemen Pemasaran* Yogyakarta:BPFE
- Hadi Sutrisno, 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hasan Iqbal, 2006. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ifa Khoirul Jannah,2015 *Skripsi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT Amanah Weleri*.Semarang : IAIN Walisongo

- Iqbal Hasan M,2002. *pokok-Pokok Materi Statistik 2(Statistik Inferensif)* Jakarta: PT, BumiAksara
- Irma Wahyuningtyas,2016. *Skripsi Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Tabungan Nasional Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Rogojampi Banyuwangi*. Jember: Program Studi Perbankan Syariah IAIN Jember
- Kotle Philip, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Erlanga 2008
- Laksana Fajar, 2008. *Manajemen Pemasaran 76 idekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Latan Hengki, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung:Alfabeta
- Lupiyoadi Rambat, 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarat: Salemba Empat
- Prasetyo Bambang, 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Grafindo Persada
- Purnama Sari Irma Devita dan Suswinarno, 2011. *Akad Syariah*. Bandung : Kaifa
- Rangkuti Freddy, 2009. *Mengukur Efektivitas Program Promosi dan Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Santoso Singgih,2014. *SPSS 22 From Essential to Ekpert Skills* . Jakarta: PT Media Komputindo
- Sekretariat Negara RI, Undang-Undang RI, 2008. *Tentang Perbankan Syariah*. Jakarta: Pustaka Mahardika
- Sohabatul Islamiyah. 2017. *Skripsi. i Pengaruh Promosi dan Reputasi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) bumi Putra 1912 Balung Jember*. (ember: Program Studi Perbankan Syariah IAIN Jember
- Sri Yudiarti Vinna,2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktek*. Bandung: Pustaka Setia
- Sugiyono, 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Sunarto,2005 *Pengantar Statistika untuk pendidikan, Sosial*
- Supranto Tj, 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*., Jakarta: PT Rineka Cipta
- Suryani Tatik, 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu,2008

- Syafi.i Antonio Muhamad, 2001. *Bank Syariah dari Teori Ke Praktek*. Jakarta : Gema Insani
- Taufik Amir Muhammd, 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT. Grafindo Persada
- Tim Penyusun IAIN, 2015. *Pedoman Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Press
- Tjiptono Fandy, 2005. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: BPFE
- Widayat,2004. *Metode Penelitian Pemasaran* Malang: UMM Press
- Wijaya Toni, 2006. *Manajemen Kualitas Jasa*. cetakan ke 1 dan 2



## DAFTAR PUSTAKA

- Adam Muhammad, 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABETA
- Alma Buchori, 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Alquran dan Terjemah
- Arikunto Suharsimi, 1997. *Prosedur Penelitian Suatu praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rinika Cipta: Grafindo Persada
- Cakra Aditia Rachmat2011, *Skripsi Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Pada Starbucks Coffe*. ( Jakarta : Universitas Indonesia
- Darmawan Deni, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Darmayanto,2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung : PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Desi Suci Utari,2015. *Skripsi Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Jasa Asuransi (Kasus pada PT Asuransi BSAM Cabang Pekan Baru)*, Pekanbaru: Program Studi Ilmu Administrasi FISIP Universitas Riau
- Dokumentasi,2018 *Sejarah Berdirinya BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng, Banyuwangi*
- Dovi Iwan Mustofa,2018. Tesis. *Pengaruh Figur Kyai, Kualitas Layanan dan Tarif pada Loyalitas Pengguna Jasa Serta Dampaknya Terhadap Citra Perusahaan Pada KBIH Assuniyah*: IAIN Jember
- Ghozali Imam, 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* Semarang: UNDIP
- Gitosudarmo Indriyo,1998. *Manajemen Pemasaran* Yogyakarta:BPFE
- Hadi Sutrisno, 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hasan Iqbal, 2006. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ifa Khoirul Jannah,2015 *Skripsi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT Amanah Weleri*.Semarang : IAIN Walisongo



- Iqbal Hasan M,2002. *pokok-Pokok Materi Statistik 2(Statistik Inferensif)* Jakarta: PT, BumiAksara
- Irma Wahyuningtyas,2016. *Skripsi Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Tabungan Nasional Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Rogojampi Banyuwangi.* Jember: Program Studi Perbankan Syariah IAIN Jember
- Kotle Philip, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Erlanga 2008
- Laksana Fajar, 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Latan Hengki, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung:Alfabeta
- Lupiyoadi Rambat, 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarat: Salemba Empat
- Prasetyo Bambang, 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Grafindo Persada
- Purnama Sari Irma Devita dan Suswinarno, 2011. *Akad Syariah*. Bandung : Kaifa
- Rangkuti Freddy, 2009. *Mengukur Efektivitas Program Promosi dan Analisis Kasus Menggunakan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Santoso Singgih,2014. *SPSS 22 From Essential to Ekpert Skills* . Jakarta: PT Media Komputindo
- Sekretariat Negara RI, Undang-Undang RI, 2008. *Tentang Perbankan Syariah*. Jakarta: Pustaka Mahardika
- Sohabatul Islamiyah. 2017. *Skripsi. i Pengaruh Promosi dan Reputasi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Asuransi Jiwa Bersama (AJB) bumi Putra 1912 Balung Jember*. (ember: Program Studi Perbankan Syariah IAIN Jember
- Sri Yudiarti Vinna,2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktek*. Bandung: Pustaka Setia
- Sugiyono, 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:Alfabeta
- Sunarto,2005 *Pengantar Statistika untuk pendidikan, Sosial*
- Supranto Tj, 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan,.* Jakarta: PT Rineka Cipta
- Suryani Tatik, 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu,2008
- Syafi.i Antonio Muhamad, 2001. *Bank Syariah dari Teori Ke Praktek*. Jakarta : Gema Insani



Taufik Amir Muhammd, 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT. Grafindo Persada

Tim Penyusun IAIN, 2015. *Pedoman Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Press

Tjiptono Fandy, 2005. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: BPFE

Widayat, 2004. *Metode Penelitian Pemasaran* Malang: UMM Press

Wijaya Toni, 2006. *Manajemen Kualitas Jasa*. cetakan ke 1 dan 2



## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Husnul Achlaq  
NIM : 083143022  
Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah / Ekonomi Islam  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institusi : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) JEMBER

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRISyariah KCP Senteng Banyuwangi”** adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, Kecuali bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Jember, 21 April 2018

Saya yang menyatakan



**Husnul Achlaq**

NIM. 083143022

### MATRIK PENELITIAN

Judul	Variable	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah
<b>PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK BRISYARIAH KCP GENTENG BANYUWANGI</b>	Independen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)</li> <li>2. <i>Reliability</i> (Kehandalan)</li> <li>3. <i>Responsivness</i> (Ketanggapan)</li> <li>4. <i>Assurance</i> (Jaminan)</li> <li>5. <i>Empathy</i> (Kepedulian)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Observasi</li> <li>2. Wawancara</li> <li>3. Dokumentasi</li> <li>4. Angket/Kuisisioner</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Deskriptif dan Jenis Penelitian <i>Field Research</i></li> <li>2. Penentuan Sampling <i>Accidental Sampling</i></li> <li>3. Metode Pengumpulan data                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Observasi</li> <li>b) Wawancara</li> <li>c) Dokumentasi</li> <li>d) Kuisisioner /Angket</li> </ol> </li> <li>4. Metode Analisis data                             <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Uji Asumsi Klasik</li> <li>b) Uji Validitas dan Reliabilitas</li> <li>c) Analisis Regresi Linier Berganda</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah Kualitas Layanan dan Promosi Secara Parsial Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi</li> <li>2. Apakah Kualitas Layanan dan Promosi Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi</li> </ol>
	Kualitas Layanan (X <sub>1</sub> )				
	Promosi (X <sub>2</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan (<i>Advertising</i>)</li> <li>2. Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)</li> <li>3. Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)</li> <li>4. Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)</li> </ol>			
Dependen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem Keluhan dan Saran</li> <li>2. Survey Kepuasan Pelanggan</li> </ol>				
	Kepuasan Nasabah (Y)				

## KUISIONER PENELITIAN

### **Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.**

Dalam rangka menyelesaikan studi/ tugas akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam Prodi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Jember , maka dari itu di perlukan dukungan dari bapak dan ibu untuk membantu saya mengisi kuisisioner ini.

Kuisisioner diedarkan untuk mengetahui kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi , untuk itu saya sangat mengharapkan kesediaan bapak dan ibu meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini, masukkan informasi yang jujur, akurat, sangat diharapkan agar informasi yang disajikan dapat di pertanggung jawabkan dan berguna bagi peningkatan kualitas layanan bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi.

Terima kasih atas bantuan dan ketersediaanya dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini.

Peneliti

Nama : Husnul Achlaq  
NIM: 083143022

IAIN JEMBER

A. Identitas Responden:

1. Nama :
  2. Jenis Kelamin :  
 Laki-Laki                       Perempuan
  3. Usia  
 15-25     26-36     37-47     48 Tahun Keatas
  4. Selain Menjadi Nasabah BRISyariah Genteng Bpk/Ibu/Sdr menjadi Nasabah :  
 BRI     BNI     Mandiri     Lainnya
  5. Berapa Lama Anda Nasabah BRISyariah :  
 1Thn     2 Thn     3Thn     4Thn     Diatas 5 Tahun
  6. Pendidikan  
 SD     SMP     SMA     S1     S2
  7. Pekerjaan  
 Pelajar/ Mahasiswa     Pegawai Negeri     Pedagang  
 Pegawai Swasta     Petani
  8. Tingkat Penghasilan Perbulan  
 Kurang Dari Rp. 1000.000     Rp. 1000.000-5000.000  
 Rp.5000.000-10.000.000     Rp.10.000.000 Keatas
- :

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda *Check Mark* (  $\checkmark$  ) pada jawaban yang menurut anda paling sesuai

Keterangan

- |     |                       |                |
|-----|-----------------------|----------------|
| SS  | : Sangat Setuju       | dengan sekor 5 |
| S   | : Setuju              | dengan sekor 4 |
| N   | : Netral              | dengan sekor 3 |
| TS  | : Tidak Setuju        | dengan sekor 2 |
| STS | : Sangat Tidak Setuju | dengan sekor 1 |

a. Kualitas Layanan

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Apakah Karyawan PT Bank BRISyariah Berpenampilan Menarik					
2.	Apakah Perlengkapan Transaksi yang ada di Kantor Bank BRISyariah sudah Lengkap,					
3.	Apakah Karyawan PT Bank BRISyariah Memiliki Fasilitas ATM Yang dapat Digunakan Selama 24 Jam					

2. Kehandalan (*Reliability*)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Apakah Layanan yang diberikan oleh Karyawan PT Bank BRISyariah sesuai dengan yang di informasikan					
2.	Karyawan Bank BRISyariah Ramah Terhadap Nasabah					
3.	Apakah Karyawan PT Bank BRISyariah melayani nasabah tanpa pernah melakukan kesalahan					

3. Ketanggapan (*Responsivness*)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Apakah Karyawan PT Bank BRISyariah menangani keluhan nasabah dengan cepat dan tepat					
2.	Apakah Karyawan PT Bank BRISyariah senantiasa mempersiapkan administrasi maupun dana yang diperlukan nasabah					
3.	Apakah Karyawan PT Bank BRISyariah memberikan layanan nasabah secara cepat dan tepat					

4. Jaminan (*Assurance*)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Apakah Karyawan PT Bank BRISyariah selalu menanamkan rasa aman bagi semua nasabah yang melakukan transaksi					
2.	Apakah Karyawan PT Bank BRISyariah memiliki pengetahuan yang baik tentang Produk-Produk Bank BRISyariah					
3.	Apakah Karyawan PT Bank BRISyariah selalu menanamkan rasa percaya kepada nasabah					

5. Kepedulian (*Empathy*)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Apakah Karyawan PT Bank BRISyariah selalu Menjaga Nama Baik Perusahaan.					
2.	Apakah Karyawan PT Bank BRISyariah selalu menjaga nama baik nasabah					
3.	Apakah Karyawan PT Bank BRISyariah memberikan perhatian secara personal atau pribadi kepada semua nasabah					

b. Promosi

1. Advertising (Iklan)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Adanya Brosur di setiap Produk yang disediakan Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi					
2.	Bank BRISyariah memasarkan Produk-Produknya melalui sosial media TV dan Radio.					
3.	Adanya Banner Bank BRISyariah yang terpasang di jalan besar.					

2. Sales Promotion (Promosi Penjualan)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Bank BRISyariah menawarkan Produk-Produk Baru yang menjanjikan, seperti tabungan impian					
2.	Bank BRISyariah Mempromosikan Produk-Produknya Langsung Ke Masyarakat ( <i>Face to Face</i> )					
3.	Bank BRISyariah menjaga Konsumen agar tetap memakai Jasa Bank Syariah					

3. Public Relation ( Hubungan Masyarakat)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Bank BRISyariah selalu menjaga hubungan Baik dengan masyarakat					
2.	Bank BRISyariah selalu menjaga komunikasi dengan masyarakat					
3.	Bank BRISyariah selalu mengedepankan kepentingan masyarakat					



4. Penjualan Pribadi (Personal Selling)

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan Bank BRISyariah selalu mempromosikan produk produk Bank BRISyariah secara langsung kepada masyarakat dengan baik					
2.	Karyawan Bank BRISyariah mampu menanggapi keluh kesah nasabah dengan cepat.					
3.	Nasabah akan merasa Puas Jika layanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan.					

c. Kepuasan Nasabah

1. Sistem Keluhan dan Saran

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Nasabah yang tidak puas akan memberikan komplain kepada pihak Bank BRISyariah					
2.	Karyawan Bank BRISyariah menerima keluhan dan saran dari nasabah					
3.	Nasabah yang tidak Puas akan lari ke Bank Lain					

2. Survey Kepuasan Pelanggan

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Nasabah yang puas akan memberikan pujian kepada karyawan Bank BRISyariah					
2.	Nasabah Yang Puas Akan terus menggunakan layanan yang diberikan oleh Bank BRISyariah					
3.	Nasabah yang puas akan ada perasaan ingin kembali meminta layanan yang diberikan oleh Bank BRISyariah					

IAIN JEMBER

## JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

### BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng Banyuwangi

Pada Tanggal	Kegiatan	Paraf
28-03-2018	Penyerahan Surat Ijin Penelitian Ke BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng Banyuwangi	f.
29-03-2018	Persetujuan Penelitian di BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng Banyuwangi	f.
30-03-2018	Wawancara dengan Bapak Ruly Rachman Saleh selaku Branch Of Supervisor (BOS) Terkait Isi Kuisisioner Penelitian di Cave Java Sunrice Banyuwangi	f.
02-04-2018	Meminta Ijin untuk Penyebaran Kuisisioner ke Nasabah BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng Banyuwangi	f.
03-04-2018	Menyebarkan Kuisisioner ke Nasabah BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng Banyuwangi dengan Metode <i>Accidental Sampling</i>	f.
04-04-2018	Menyebarkan Kuisisioner ke Nasabah BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng Banyuwangi dengan Metode <i>Accidental Sampling</i>	f.
05-04-2018	Menyebarkan Kuisisioner ke Nasabah BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng Banyuwangi dengan Metode <i>Accidental Sampling</i>	f.
06-04-2018	Menyebarkan Kuisisioner ke Nasabah BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng Banyuwangi dengan Metode <i>Accidental Sampling</i>	f.
07-04-2018	Menyebarkan Kuisisioner ke Nasabah BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng Banyuwangi dengan Metode <i>Accidental Sampling</i>	f.
09-04-2018	Membuat Surat Selesai Penelitian Di BRISyariah Kantor Cabang Pembantu (KCP) Genteng Banyuwangi	f.

Genteng, 09 April 2018

  
 Bank BRISyariah  
 KCP Banyuwangi Genteng  
  
**Ruly Rachman Saleh**  
 Branch Operation Supervisor



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 1mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136  
Website : [WWW.in-jember.ac.id](http://WWW.in-jember.ac.id) – e-mail : [info@iain-jember.ac.id](mailto:info@iain-jember.ac.id)

**J E M B E R**

Nomor : B-430 /In.20/7.a/PP.00.9/03./2018  
Lampiran : -  
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada  
Yth **Pimpinan Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi**  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Tbu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Husnul Achlaq  
NIM : 083143022  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : PerbankanSyariah  
No Telpon : 082311818249  
Dosen Pembimbing : Dr. Khamdan Rifa'I, S.E., M.S.i.  
NIP : 1968087 200003 1 001  
Judul Penelitian : **"Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRISyariah KCP Genteng Banyuwangi"**

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Jember, 28 Maret 2018  
a.n. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

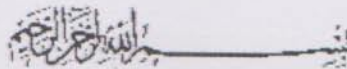


**Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I**  
NIP. 19730830 199903 1 002

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. LP2M IAIN Jember
3. Arsip





**PT. BANK BRI SYARIAH**  
**KCP BANYUWANGI GENTENG**  
Jln. Wahid Hasyim No.11 Genteng-Banyuwangi  
Telp. (0333) 844 311 Fax. (0333) 844 359

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

S.Ket.No.386/KCP-GTG/04-2018


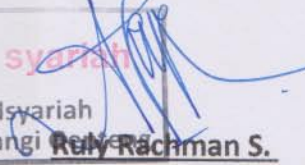
Yang bertanda tangan dibawah ini Branch Operation Supervisor PT. Bank BRI Syariah KCP Banyuwangi Genteng, menerangkan bahwa:

Nama : HUSNUL ACHLAQ  
TTL : Banyuwangi, 28 Maret 1995  
Jurusan : Perbankan Syariah  
NIM : 083143022

Telah melaksanakan Praktik Penelitian Skripsi di Bank BRI Syariah KCP Banyuwangi Genteng tmt 02 April 2018 s/d 09 April 2018 dengan judul "*Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI Syariah KCP Banyuwangi Genteng*".

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagai media informasi kepada pihak-pihak terkait untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan penuh tanggung jawab.

Banyuwangi, 09 April 2018

 **BRI syariah**  
Bank BRI syariah  
KCP Banyuwangi  
  
**Rully Rachman S.**  
Branch Operation SPV

Tawakal, Integritas, Profesional, Antusias, Berorientasi Bisnis, Kepuasan Pelanggan, Penghargaan SDM  
*"Berpada dalam Karya, Produktif, Efisien dan Doa Menuju Bank Syariah Ritel Modern"*

## DOKUMENTASI PENYEBARAN KUISIONER



Penyebaran kuisisioner Nasabah BRISyariah Kcp Genteng yang sedang membeli terambulan di pinggir  
jalan Pasar Genteng



Penyebaran kuisisioner Nasabah BRISyariah Kcp Genteng Pemilik Toko Sembako di di Jalen Genteng  
kulon



Penyebaran kuisisioner Nasabah BRISyariah Kcp Genteng Pengusaha buah Naga di Kandang doro  
Banyuwangi



Penyebaran kuisisioner Nasabah BRISyariah Kcp Genteng Toko Assesories di pasar genteng

IAIN JEMBER



Penyebaran kuisisioner Nasabah BRISyariah Kcp Genteng Pemilik Toko buah buahan di pasar genteng



Penyebaran kuisisioner Nasabah BRISyariah Kcp Genteng Pemilik Toko buah buahan di pasar genteng

IAIN JEMBER



## BIODATA PENULIS



Nama Lengkap : Husnul Achlaq  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Tempat tanggal lahir : Banyuwangi, 28 Maret 1995  
Agama : Islam  
Alamat : DSN. Lebak Desa Grogol RT. 001. RW 001 Kecamatan  
Giri Kabupaten Banyuwangi.

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

### Riwayat Pendidikan

2002-2008 : SDN 1 GROGOL  
2008-2011 : SMPN 1 GLAGAH  
2011-2014 : MAN 1 BANYUWANGI  
2014-2018 : IAIN JEMBER

### Pengalaman Organisasi

1. Remaja Masjid Baitul Falah Grogol Giri Banyuwangi.
2. Pramuka MAN 1 Banyuwangi
3. Palang Merah Indonesia (PMI) IAIN Jember.
4. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) IAIN Jember.
5. Ikatan Mahasiswa Banyuwangi (IMABA) IAIN Jember.