

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE DAN EMPHATY*) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK MUAMALAT KCP PROBOLINGGO

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Oleh:
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Luluk Mei Lia
NIM : 205105010024

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOVEMBER 2024**

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE DAN EMPHATY*) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK MUAMALAT KCP PROBOLINGGO

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:
Luluk Mei Lia
NIM : 205105010024

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
NOVEMBER 2024**

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE DAN EMPHATY*) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK MUAMALAT KCP PROBOLINGGO

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

Luluk Mei Lia
NIM : 205105010024



Disetujui Pembimbing

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Muhammad Saiful Anam, M.Ag
NIP. 197111142003121002

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE DAN EMPHATY*) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK MUAMALAT KCP PROBOLINGGO

SKRIPSI


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

Hari : Selasa
Tanggal : 29 Oktober 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Ana Pratiwi, M.S.A.
NIP. 198809232019032003


Denari Dhahana Edtiyarsih S.A, M.A
NIP. 199501082022032001

Anggota :

1. Dr. Siti Masrohatin, S.E., M.M (.....)
2. Muhammad Saiful Anam, M.Ag (.....)

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا
إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إَصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ عَلَى الَّذِينَ مِنْ
قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۗ وَاعْفُ عَنَّا وَارْحَمْنَا أَنْتَ
مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ ﴿٢٨٦﴾

Artinya: "Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebijaksanaan) yang dikerjakannya dan dia mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang di perbuatnya."^{1*}



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

*Al-Qur'an, Surah Al-Baqarah, ayat 286, terjemah oleh Departemen Agama Republik Indonesia.

PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sholawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya. Sholawat serta salam semoga tercurah kepada junjungan Baginda Nabi Besar Muhammad SAW, Serta para sahabat-Nya yang kita nantikan syafa'atnya di yaumul qiyamah, Aamiin.

Selama proses penyelesaian skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak luput dari berbagai hambatan yang harus dilalui dan keberhasilan yang diperoleh ini bukan serta-merta atas hasil kerja keras penulis sendiri, melainkan dari dorongan, dukungan serta arahan dari pihak lain. Oleh karena itu, dengan rasa syukur dan bahagia saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua saya, Bapak tercinta (Moch. Urip), Ibu tercinta (Ami), dan nenek Nenek Tercinta Almh (Turi'a) yang senantiasa telah memberikan dukungan secara penuh, dukungan berupa doa tanpa henti dan motivasi maupun dukungan materi untuk terus melanjutkan pendidikan S1.
2. Kakak saya (Nafis Adnan) yang selalu memberikan semangat agar terus berusaha.
3. Keluarga besar tercinta yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam segala hal.
4. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah 2020 terlebih khusus Perbankan Syariah 4 yang telah memberikan dukungan hingga skripsi ini selesai.

5. Terima kasih juga kepada Giezka Mahdavikia Novansyah yang selalu membantu, menemani, dan mendukung skripsi saya sampai selesai.
6. Terima kasih juga kepada Wiwik Wulandari dan Mutiara Febrianty yang selalu membantu, menemani, dan mendukung skripsi saya sampai selesai.
7. Almamater kebanggaan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan kesempatan untuk belajar dan menimba ilmu kepada para ahli yang kompeten dibidangnya, sehingga memberikan banyak pembelajaran dan pengalaman yang sangat berharga.
8. Terimakasih untuk semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas bantuan hingga terselesainya pengerjaan skripsi ini dengan baik.



KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Segala puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan nikmat iman, islam kepada kita semua sehingga sampai saat kitamasih diberikan kesehatan lahir dan batin. Semoga kita tetap dalam lindungan dan ridho Allah SWT.

Sholawat dan salam kita curahkan kepada junjungan Agung Nabi Muhammad SAW yang mana telah menuntun kita dari zaman kegelapan yakni zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang yakni *ad-din al islam waliman* dan yang kita nanti-nantikan syafa'atnya di *yaumul qiyamah*.

Alhamdulillah, dengan penuh rasa syukur penulis ucapkan karena dapat menyelesaikan sebuah karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance Dan Emphaty*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Probolinggo” dengan lancar.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Melalui kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S. Ag. M.M.CPEM selaku Rektor UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Bapak Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E,M.M selaku Dosen Penasehat Akademik

5. Ibu Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah.
6. Bapak Muhammad Saiful Anam, M.Ag selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan masukan, saran, serta meluangkan waktunya kepada peneliti selama pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi.
7. Kepala Bank Muamalat KCP Probolinggo beserta seluruh anggotanya yang telah turut membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Seluruh dosen beserta staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Shiddi Jember yang telah memberikan bekal ilmu dan mendidik yang bermanfaat bagi peneliti dan pelayanan yang baik selama peneliti menempuh pendidikan di UIN Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember.
9. Semua pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan dan dukungannya dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan dikarenakan oleh segala keterbatasan dan kemampuan peneliti miliki. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran, masukan serta kritikan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Jember , 14 November 2024

Peneliti

Luluk Mei Lia
Nim 205105010024

ABSTRAK

Luluk Mei Lia, 2024 :*Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Probolinggo.*

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*, Kepuasan Nasabah.

Kualitas Pelayanan adalah landasan utama untuk menilai tingkat kepuasan konsumen. Sebuah perusahaan dianggap baik jika mampu menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas produk dan pelayanan yang baik memiliki dampak besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan menjadi kunci bagi kemajuan perusahaan karena pelayanan yang baik akan berdampak positif pada kepuasan dan memenuhi ekspektasi pelanggan.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah: 1) Apakah *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo?, 2) Apakah *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo?, 3) Apakah *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BM KCP Probolinggo?, 4) Apakah *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BM KCP Probolinggo?, 5) Apakah *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BM KCP Probolinggo?, 6) Apakah *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* berpengaruh secara bersama – sama terhadap kepuasan nasabah pada BM KCP Probolinggo

Tujuan dalam penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui pengaruh *tangible* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo. 2) Untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo. 3) Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo. 4) Untuk mengetahui pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo. 5) Untuk mengetahui pengaruh *empathy* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo. 6) Untuk mengetahui pengaruh *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* secara bersama – sama terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan sumber data primer menggunakan kuesioner, sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* sebanyak 100 nasabah. Analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinearitas, Uji t, Uji F, Uji R^2 , dan Uji Analisis Regresi Linear Berganda. Proses pengolahan data menggunakan SPSS versi 30.0.

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, Serta secara simultan *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assuranc* dan *Empathy* berpengaruh simultan terhadap Kepuasan Nasabah.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iii
LAMPIRAN.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1. Variabel Penelitian.....	9
2. Indikator Penelitian.....	10
F. Definisi Operasional	12
G. Asumsi Penelitian	14
H. Hipotesis	15

I. Sistematika Pembahasan	23
BAB II KAJIAN PUSTAKA	25
A. Penelitian Terdahulu	25
B. Kajian Teori	40
BAB III METODE PENELITIAN	55
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	55
B. Populasi Dan Sampel	55
C. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data	57
D. Analisis Data	58
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	67
A. Gambaran Obyek Penelitian	67
B. Penyajian Data	75
C. Analisis dan Penguji Hipotesis	77
D. Pembahasan.....	98
BAB V PENUTUP.....	107
A. Kesimpulan	107
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.	Uraian	
1.3	Indikator Variabel	10
2.1	Penelitian Terdahulu	35
4.1	Data Sampel Yang Diperoleh.....	75
4.2	Distribusi Penyebaran Kuisisioner.....	76
4.3	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.4	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran	77
4.5	Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Kualitas Pelayanan Tangible)	79
4.6	Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Kualitas Pelayanan Reliability)	79
4.7	Hasil Uji Validitas Variabel X3 (Kualitas Pelayanan Responsiveness)	80
4.8	Hasil Uji Validitas Variabel X4 (Kualitas Pelayanan Assurance).....	80
4.9	Hasil Uji Validitas Variabel X5 (Kualitas Pelayanan Empathy)	81
4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Nasabah).....	81
4.11	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (Tangible)	82
4.12	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 (Reliability).....	82
4.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X3 (Responsiveness)	82
4.14	Hasil Uji Validitas Variabel X4 (Kualitas Pelayanan Assurance).....	83
4.15	Hasil Uji Validitas Variabel X5 (Kualitas Pelayanan Empathy)	83
4.16	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Kepuasan Nasabah)	83
4.17	Hasil Uji Normalitas	84
4.18	Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
4.19	Hasil uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	89

4.20 Hasil Uji t (Parsial).....	93
4.21 Hasil Uji F (Simultan).....	96
4.22 Hasil Uji R ² (Koefisien Determinasi)	97



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Asumsi Penelitian.....	15
Gambar 4.1 Logo Bank Muamalat.....	69
Gambar 4.2 Struktur PT. Bank Muamalat KCP Probolinggo.....	71
Gambar 4.3 Gambar uji Heteroskedastisitas	88



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan era teknologi saat ini telah membawa dampak yang signifikan pada berbagai sektor industri, termasuk sektor perbankan. Industri pada sektor perbankan telah mengalami perubahan, terutama dengan munculnya berbagai inovasi teknologi dan regulasi yang baru.¹ Pelayanan bank yang efisien dan efektif menjadi semakin penting dalam menghadapi tantangan-tantangan seperti peningkatan persaingan, kebutuhan nasabah yang beragam, serta isu-isu keamanan dan regulasi yang terus berubah. Pelayanan bank mencerminkan peran penting yang dilakukan oleh lembaga keuangan ini dalam perkembangan ekonomi suatu negara.²

Tantangan-tantangan ini melibatkan persaingan yang semakin ketat, permintaan konsumen yang beragam, dan ketidakpastian yang berkaitan dengan masalah regulasi dan keamanan data. Peningkatan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara bank berinteraksi dengan nasabah melalui layanan seperti internet banking, mobile banking, dan aplikasi keuangan, yang menggiring industri ini ke era baru pelayanan perbankan digital.³ Namun, dengan kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh bank tersebut Masyarakat Indonesia masih khawatir terhadap konsep

¹ Gita Putri Maulidya dan Nur Afifah, "Perbankan dalam era baru digital: menuju bank 4.0," *In Proceeding Seminar Bisnis Seri 5*, (2021): 278-279, <https://pascasarjanafe.untan.ac.id/wp-content/uploads/2021/11/27>.

² Ferozi Ramdana Irsyad, Siregar, F. A., Marbun, J., & Hasyim, H, "Menghadapi Era Baru: Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Dan Teknologi Di Indonesia," *Transformasi: Journal Of Economics And Business Management* 3, no. 2 (2024) 29-4.

³ Ari Riswanto, dkk, *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*. (Indonesia : PT. Sonpedia Publishing, 2024).

bunga bank (riba), yang dalam ajaran Islam dianggap sebagai hal yang haram. Seiring dengan kekhawatiran ini, industri perbankan beradaptasi dan kini menawarkan pelayanan bank berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yang sesuai dengan aturan-aturan agama Islam.⁴

Indonesia, sebagai negara dengan jumlah pemeluk agama Islam yang sangat tinggi, telah mengalami perkembangan pesat dalam industri perbankan syariah.⁵ Bank syariah, yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip keuangan Islam, memberikan alternatif penting bagi masyarakat Muslim yang ingin memanfaatkan layanan keuangan sesuai dengan keyakinan agama mereka. Karena sebagian besar penduduk Indonesia adalah Muslim, terdapat kebutuhan yang signifikan akan layanan keuangan syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, termasuk larangan riba (bunga).⁶ Ini adalah hal yang sangat penting bagi masyarakat Muslim yang mencari opsi keuangan yang sesuai dengan kepercayaan agama mereka.

Dengan semakin berkembangnya jumlah bank syariah, masyarakat memiliki pilihan yang lebih beragam terkait produk-produk yang ditawarkan oleh bank-bank tersebut. Bagi nasabah, kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting. Kualitas pelayanan ini menjadi komponen utama, mengingat produk utama perbankan, seperti pembiayaan, cenderung seragam,

⁴ Patria Yunita, dkk, "Finansial Teknologi Syariah & Bank Digital: Kendala Dan Tantangan Pengembangan Fintech Syariah Di Indonesia," *Zhafir: Journal Of Islamic Economics, Finance, And Banking* 4, no. 2 (2022): 113-142.

⁵ Muhammad Ismail Sha Maulana, Firdan, M., Sabilla, S. R., & Hakam, A, "Perkembangan Perbankan Syariah Di Era Digitalisasi," *Journal of Islamic Banking and Shariah Economy* 2, no.1 (2022): 87

⁶ Ali Rama, " Analisis Deskriptif Perkembangan Perbankan Syariah Di Asia Tenggara," *Journal of Tauhidinomics* 1, no. 2 (2015): 107.

dan layanan yang ditawarkan oleh satu bank dapat dengan mudah diikuti oleh bank lain.⁷ Oleh karena itu, tingkat persaingan antar bank akan sangat bergantung pada kemampuan masing-masing institusi untuk menyediakan layanan berkualitas yang unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Menurut Tjiptono, Dalam upaya untuk memberikan layanan berkualitas, sebuah perusahaan perbankan setidaknya harus memenuhi lima aspek kualitas pelayanan yang sering digunakan sebagai acuan, Hal ini bertujuan untuk membangun kepercayaan dan loyalitas dari para nasabah. Kelima aspek tersebut yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).⁸

Pelayanan dan kinerja produk menjadi fokus utama bagi konsumen dalam mencapai kepuasan yang diinginkan. Konsumen dapat mengevaluasi dengan membandingkan antara harapan dan realita yang mereka alami. Jika pelayanan atau kinerja produk tidak mencapai ekspektasi, konsumen akan merasa kurang puas. Namun, jika pelayanan dan kinerja produk sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa puas. Bahkan, jika melebihi harapan, konsumen akan merasa sangat puas.⁹ Dalam hal ini, tingkat kepuasan nasabah telah menjadi faktor kunci yang memengaruhi keputusan nasabah untuk tetap setia pada satu bank. Kepuasan nasabah adalah aspek krusial yang tidak boleh diabaikan oleh perusahaan yang bergerak dalam industri perbankan. Kepuasan

⁷ Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan* (Jakad Media Publishing, 2020), 1-4.

⁸ Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, dan Dadi Adriana, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: ANDI, 2008), 67.

⁹ Salim Al Idrus, *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep dan Teori*. Media Nusa Creative (MNC Publishing, 2021) 6.

nasabah memiliki peran penting dalam menjaga reputasi perusahaan di mata masyarakat, sehingga diperlukan peningkatan kualitas layanan kepada nasabah. Meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah adalah tindakan yang sangat penting dalam upaya meningkatkan kepuasan mereka.¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan nasabah Bank Muamalat, ditemukan fakta bahwa salah satu nasabah bank muamalat menganggap bahwa kualitas pelayanan terhadap nasabah di bank ini kurang memadai. Kendala ini muncul karena minimnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat terkait eksistensi bank syariah di bandingkan dengan bank konvensional, selain itu juga dipengaruhi oleh terbatasnya jumlah kantor cabang Bank Muamalat di daerah tersebut. Saat ini, Bank Muamalat hanya memiliki satu Kantor Cabang Pembantu di Kota Probolinggo, yang terletak di ujung kota di Jl. Soekarno Hatta No.275, Tisnonegaran, Kec. Mayangan, Kota Probolinggo.¹¹

Keterbatasan ini menyulitkan akses terhadap layanan perbankan bagi masyarakat yang berada di lokasi yang jauh dari kantor Bank Muamalat, terutama di daerah pedesaan dengan jarak tempuh yang jauh dan sulit dijangkau, Demikian juga, keberadaan ATM Bank Muamalat yang sangat terbatas menimbulkan persepsi akan kurangnya kualitas pelayanan kepada nasabah. Akibatnya, akses masyarakat untuk memperoleh layanan yang optimal menjadi terhambat karena minimnya jumlah kantor cabang yang tersedia.

¹⁰ Gilbert Erickson Paparang, Magdalena Wullur, dan Ferdinand J. Tumewu, "Analisis Pelaksanaan Standar Mutu Pelayanan Di Bank Rakyat Indonesia (Bri) Kantor Cabang," *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2, no. 4 (2024): 134-149, <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/932>.

¹¹ Laila Nur Cahya, diwawancara oleh Luluk Mei Lia, Probolinggo, 04 november 2022.

Keadaan ini berbeda dengan lembaga perbankan syariah lain atau lembaga perbankan konvensional yang memiliki banyak Kantor Cabang Pembantu yang tersebar di berbagai wilayah, serta memiliki jaringan ATM yang luas sehingga mampu mencakup lebih banyak lokasi. Adapun Bank Syariah Indonesia (BSI), yang merupakan bank Syariah terbesar di Indonesia memiliki tiga kantor berbeda di wilayah yang sama dan kartu ATM yang dapat digunakan di mesin ATM BRI, BNI, dan Bank Mandiri konvensional. Sementara, Bank Muamalat hanya memiliki satu kantor cabang dan satu mesin ATM yang berlokasi tepat di depan kantor cabang tersebut. Meskipun keduanya memiliki kelebihan dan kekurangan, Bank Muamalat dan BSI sama-sama berkomitmen untuk memberikan kualitas layanan yang optimal kepada nasabah mereka, baik melalui layanan digital maupun manual yang disediakan. Oleh karena itu, kedua bank tersebut berupaya semaksimal mungkin untuk terus meningkatkan kinerja dan layanan terbaik kepada nasabahnya.

Pada tahun 2022, Bank Muamalat berhasil masuk ke dalam peringkat bank terbaik di seluruh Indonesia menurut majalah terkemuka dunia yakni Forbes. Bank Muamalat juga pernah meraih kesuksesan dengan masuk dalam kategori bank terbaik dunia yang mewakili Indonesia di antara 500 bank lain di seluruh dunia,¹² Penentuan peringkat tersebut didasarkan pada lima kategori utama, yaitu kualitas produk/jasa perbankan, kualitas pelayanan, financial advice, penerapan sistem akad, dan fasilitas yang

¹² Bank Muamalat Indonesia, "Berita Tentang Muamalat", <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/profil-bank-muamalat>.

diberikan. Untuk memperoleh hasil yang maksimal, majalah Forbes melibatkan 45.000 pelanggan dari 28 negara dalam penelitiannya. Dengan demikian, dapat diketahui bank-bank di seluruh dunia yang memberikan pelayanan terbaik di antara yang lainnya.

Oleh karena itu, mengingat pentingnya kualitas pelayanan terhadap nasabah, maka peneliti tertarik untuk mengambil topik ini untuk mengetahui kualitas pelayanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Probolinggo. Dengan demikian, Penulis tertarik membuat judul penelitian dan membahas kualitas layanan perbankan (yang mencakup dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*) terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu penulis mengangkat judul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*TANGIBLE*, *RELIABILITY*, *RESPONSIVENESS*, *ASSURANCE* DAN *EMPATHY*) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK MUAMALAT KCP PROBOLINGGO"**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *tangible* (bukti fisik) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo?
2. Apakah *reliability* (kehandalaan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo?
3. Apakah *responsiveness* (cepat tanggap) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo?
4. Apakah *assurance* (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada

Bank Muamalat KCP Probolinggo?

5. Apakah *empathy* (empati) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo?
6. Apakah *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalaan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) berpengaruh secara bersama – sama terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *tangible* (bukti fisik) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo.
2. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* (kehandalaan) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo.
3. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* (cepat tanggap) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo.
4. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo
5. Untuk mengetahui pengaruh *empathy* (empati) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo
6. Untuk mengetahui pengaruh *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalaan), *responsiveness* (cepat tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) secara bersama – sama terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini melibatkan kontribusi terhadap pengembangan teori di bidang manajemen perbankan syariah. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya dan memperluas pemahaman tentang hubungan antara kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*) dan kepuasan nasabah, serta memberikan wawasan baru terkait konteks perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Manfaat praktis bagi penulis melibatkan pengembangan keterampilan penelitian, analisis data, dan penyusunan laporan. Penulis juga akan mendapatkan pemahaman lebih mendalam tentang hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan yang berguna dan pertimbangan yang bermanfaat bagi pihak Bank Muamalat untuk lebih mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah serta dampaknya pada loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCP Probolinggo.

c. Bagi Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai tambahan referensi ilmiah bagi UIN Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember, serta

dapat digunakan sebagai acuan oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dalam penelitian atau kajian akademis lebih lanjut.

d. Bagi Pembaca

Manfaat praktis bagi pembaca Dapat dijadikan sebagai salah satu referensi yang memperluas pengetahuan dan wawasan, memberikan tambahan informasi yang berguna, terutama dalam konteks pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel independen dan dependen yaitu sebagai berikut:

a. Variabel Independen

Kualitas Pelayanan: Variabel ini mencakup lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu :

- 1) *Tangible* (Bukti Fisik): Ini mencakup aspek-aspek fisik atau penampilan layanan, seperti kebersihan kantor bank, tampilan petugas, dan fasilitas fisik lainnya yang dapat diamati oleh nasabah.
- 2) *Reliability* (Kehandalan): Ini mencakup sejauh mana layanan bank dianggap dapat diandalkan oleh nasabah, seperti kecepatan dalam pemrosesan transaksi dan ketersediaan layanan yang konsisten.
- 3) *Responsiveness* (Ketanggapan): Ini mengukur sejauh mana pihak

bank merespon permintaan dan kebutuhan nasabah dengan cepat dan efisien.

- 4) *Assurance* (Jaminan) : Ini mencakup pengetahuan, keterampilan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh pihak bank, yang aman dari bahaya, risiko, atau keraguan.
- 5) *Empathy* (Empati) : Ini mencakup kemudahan dalam membangun hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian pribadi, serta pemahaman terhadap kebutuhan individu setiap nasabah.¹³

b. Variabel Dependen

- 1) Kepuasan Nasabah: Variabel ini mencerminkan tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh Bank Muamalat KCP Probolinggo. Kepuasan nasabah dapat diukur berdasarkan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima.¹⁴

2. Indikator Variabel

Tabel 1.3
Indikator Variabel

Variabel	Dimensi	Item/ butir	Sumber
Kualitas Pelayanan (X)	a. <i>Tangible</i> (X_1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki peralatan mutakhir/terbaru 2. Lingkungan kerja nyaman dan atraktif 3. Karyawan yang berpenampilan rapi/profesional 4. Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual 	Fandy Tjiptono (2014)

¹³ Rika Febriani, "Analisis Kualitas Pelayanan Di Bank Bni Kcp Mercu Buana Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) Dan Quality Function Deployment (Qfd)" (Thesis, Universitas Mercu Buana Jakarta, 2019), 11.

¹⁴ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: 2019), 82.

	b. <i>Reliability</i> (X_2)	<ul style="list-style-type: none"> 5. Memberikan layanan jasa sesuai janji 6. Dapat diandalkan dalam menangani masalah –masalah jasa 7. Memberikan layanan secara benar semenjak pertama kali 8. Karyawan menyediakan informasi yang tepat dan perlu 9. Sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan 	
	c. <i>Responsiveness</i> (X_3)	<ul style="list-style-type: none"> 10. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa 11. Layanan yang segera/cepat dari karyawan 12. Karyawan yang selalu bersedia membantu pelanggan 13. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan dengan cepat 	
	d. <i>Assurance</i> (X_4)	<ul style="list-style-type: none"> 14. Karyawan yang terpercaya 15. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi 16. Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan dan ramah 17. Karyawan yang berpengetahuan luas sehingga dapat menjawab pertanyaan pelanggan 	
	e. <i>Empathy</i> (X_5)	<ul style="list-style-type: none"> 18. Karyawan tulus dalam menangani masalah 19. Waktu beroperasi (jam kantor) yang nyaman 20. Karyawan memberikan perhatian individual kepada pelanggan 21. Karyawan sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan setiap pelanggan 22. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan 	
Kepuasan (Y)	a. Kepuasan Pelanggan (Y)	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan (perasaan puas) 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan 	Meithiana Indrasari (2019)

Sumber : Diolah oleh penulis

F. Definisi Operasional

Definisi operasional bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai makna dan batasan variabel yang akan diteliti. Berikut ini adalah definisi operasional dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Kualitas pelayanan

Dimensi Kualitas Pelayanan :

- a. *Tangible* (Bukti Fisik): *Tangible* merujuk pada bukti fisik yang mencerminkan kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Dimensi *Tangible* ini memiliki peran penting dalam membentuk citra penyedia jasa, terutama bagi konsumen baru, dalam mengevaluasi kualitas pelayanan yang diterima.
- b. *Reliability* (Kehandalan): *Reliability* adalah kemampuan penyedia layanan untuk memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan janji. Dimensi ini mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menjalankan layanan dengan konsistensi dan keandalan yang tinggi, sehingga konsumen dapat mempercayai perusahaan dalam memenuhi kebutuhan mereka secara tepat dan memuaskan.
- c. *Responsiveness* (Ketanggapan): *Responsiveness* adalah Ketanggapan yang merujuk pada kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang sesuai. Ini mencerminkan kemampuan langsung dari karyawan perusahaan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan responsif.
- d. *Assurance* (Jaminan) : Jaminan yaitu pengetahuan dan kemampuan

para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, terdiri dari beberapa kompensasi antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

- e. *Empathy* (Empati): Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan, tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyama bagi pelanggan.¹⁵

2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah kondisi dimana harapan yang diinginkan oleh nasabah sesuai dengan apa yang diterima dari pelayanan atau produk yang diberikan.¹⁶ Jika hasil yang diperoleh jauh di bawah harapan, nasabah cenderung merasa kecewa. Sebaliknya, apabila harapan tersebut terpenuhi, nasabah akan merasa puas dengan pelayanan atau produk yang diterima. Menurut Kotler, kepuasan pelanggan adalah penilaian yang diberikan oleh pelanggan setelah menggunakan suatu barang atau jasa, dengan membandingkan pengalaman penggunaannya terhadap harapan yang telah mereka miliki sebelumnya.¹⁷ Kepuasan tercapai ketika kinerja produk atau layanan sesuai atau melebihi harapan tersebut. Kepuasan nasabah karena kualitas layanan yang baik, bisa menjadi timbulnya loyalitas

¹⁵ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: 2019), 64.

¹⁶ Khamdan Rifa'I, *Kepuasan Konsumen* (Jember, 2023), 49.

¹⁷ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: 2019), 82-83.

nasabah kepada perusahaan.¹⁸ Nasabah yang merasa puas dari suatu pelayanan produk atau jasa yang diberikan maka akan terus menggunakan produk dan layanan perusahaan tersebut.

G. Asumsi Penelitian

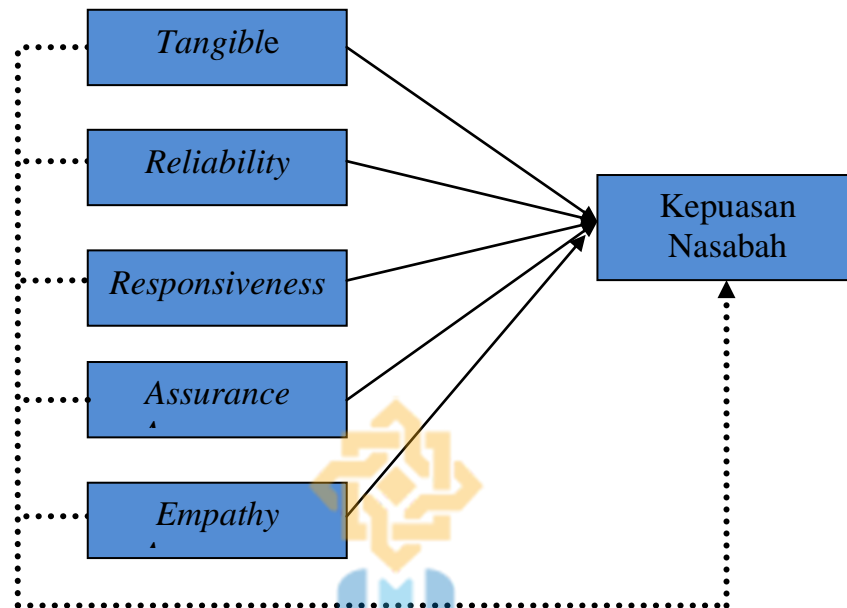
Asumsi penelitian, yang juga dikenal sebagai anggapan dasar atau postulat, merupakan titik tolak pemikiran yang dianggap benar oleh peneliti. Asumsi ini berfungsi sebagai landasan dalam penyusunan kerangka penelitian. Anggapan dasar harus dirumuskan secara jelas dan tepat sebelum proses pengumpulan data dimulai, sehingga dapat memberikan arah yang terfokus dalam pelaksanaan penelitian.¹⁹ Variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Variabel-variabel ini digunakan untuk menganalisis pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Probolinggo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana dimensi-dimensi tersebut berkontribusi dalam membentuk kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh bank.

Jadi, asumsi dari peneliti ini menyatakan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

¹⁸ Retna Anggitaningsih, "Pengaruh Keramahan Karyawan, Pemahaman Tentang Produk, Dan Keragaman Item Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Di Wilayah Kota Surabaya (Studi Kasus Perbandingan Model Sem Rekursif Dan Non Rekursif)," *Journal of Sharia Management* 2, no. 1(2023): 4, <https://doi.org/10.21274/reinforce.v2i1.6472>.

¹⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: UIN KHAS Jember 2022), 41.

Gambar 1.1



Sumber: Data 2023

Keterangan: —————> Secara Parsial
> Secara Simultan

H. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang dirumuskan sebagai jawaban terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih perlu diuji secara empiris. Hipotesis ini berfungsi sebagai ringkasan dari kesimpulan teoritis yang diperoleh melalui telaah literatur dan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin atau relevan.

Berdasarkan definisi tersebut, maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Tangible* (X1)

Bentuk fisik dalam konteks layanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. Ketika nasabah mengalami keluhan atau

memerlukan sesuatu terkait layanan yang diberikan, maka perlu adanya bentuk nyata dari penunjang jasa tersebut. Terlebih saat ini dunia perbankan sedang mengalami perkembangan yang positif, banyak perusahaan yang berinvestasi dalam sarana fisik untuk meningkatkan kemudahan akses bagi nasabah. Contohnya adalah pemasangan mesin ATM, yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi sederhana seperti penarikan uang, transfer, dan pembayaran sehari-hari dengan lebih mudah.

Lovelock dan Wright menjelaskan bahwa tampilan fisik *tangible* yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti fasilitas fisik, perlengkapan, dan keramahan pegawai berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Semakin baik nilai *tangible* yang dirasakan oleh konsumen, semakin tinggi tingkat kepuasan yang mereka alami. Kualitas *tangible* ini memainkan peran penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima.²⁰

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dijelaskan oleh Mohd. Farid Tiza dan Febri Susanti membuktikan bahwa *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, jika *tangible* semakin baik maka semakin meningkatkan kepuasan pelanggan.²¹

Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah *tangible* mempunyai Pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

²⁰ Lovelock, Christopher H., dan Lauren K. Wright, Manajemen Pemasaran Jasa (Jakarta, 2012), 93

²¹ Mohd Farid Tiza, dan Febri Susanti, "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, Studi kasus pada perusahaan JNE Cabang Padang." (Skripsi, STIE "KBP", 2019),6.

H0 : *Tangible* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H1 : *Tangible* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

2. Variabel *Reliability* (X2)

Yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan tepat. Ini mencakup penyampaian layanan tepat waktu sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, tanpa kesalahan, membuat layanan tersebut memiliki standar kualitas yang tinggi, yang memungkinkan pemenuhan seluruh kebutuhan pelanggan secara efektif dan memuaskan.

Lovelock dan Wright menjelaskan bahwa kehandalan (*reliability*) dalam pelayanan yang diberikan oleh perusahaan meliputi kecepatan, keakuratan, dan kepuasan akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk perusahaan tersebut. Untuk memastikan tingkat kepuasan yang tinggi, penting bagi perusahaan untuk menjaga kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dan kebutuhan pelanggan yang mungkin berubah dari waktu ke waktu.²²

Berdasarkan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *Reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung oleh penelitian Eko Winarni menjelaskan bahwa *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.²³

Dimana dalam hasil penelitian itu menjelaskan semakin handal kualitas

²² Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta, 2012), 94

²³ Eko Winarni, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek," *Majalah Ekonomi* 27, no .2 (2022): 44.

pelayanan yang diberikan maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah *Reliability* secara parsial mempengaruhi kepuasan nasabah.

H0 : *Reliability* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H2 : *Reliability* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

3. Variabel *Responsiveness* (X3)

Kecepatan dalam memberikan tanggapan positif kepada nasabah merupakan daya tarik utama dalam layanan jasa. Memberikan respons yang cepat dapat meningkatkan kepuasan nasabah, karena mereka tidak perlu menunggu lama untuk menikmati layanan tersebut. Dengan demikian, kecepatan tanggapan berkontribusi signifikan terhadap kepuasan nasabah dan meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas layanan yang diberikan..

Tjiptono menjelaskan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) dalam konteks layanan merujuk pada kemampuan untuk membantu nasabah dan memberikan respons yang cepat. Tingkat daya tanggap yang tinggi akan meningkatkan kenyamanan nasabah, yang akan meningkatkan kepuasan mereka terhadap perusahaan.²⁴

Berdasarkan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung oleh penelitian Andi Nursiskawati Siangka dan Mi'fidahul Nurul Hajjad menjelaskan bahwa *Responsiveness* berpengaruh positif dan

²⁴Meithiana Indrasari, Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Surabaya: 2019), 65.

signifikan terhadap kepuasan pelanggan.²⁵ Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, semakin besar dampaknya terhadap kepuasan nasabah. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya pengetahuan nasabah mengenai standar pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan yang tinggi dianggap sebagai kewajiban bagi karyawan dalam upaya untuk memenuhi dan bahkan melebihi ekspektasi nasabah, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan bagi nasabah.

Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah variabel *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan.

H0 : *Responsiveness* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H3 : *Responsiveness* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

4. Variabel *Assurance* (X4)

Jaminan (*assurance*) yang mencakup pengetahuan dan ketrampilan para karyawan dalam melayani kebutuhan nasabah, etika para pegawai, dan jaminan keamanan dari perusahaan atas pelanggan saat berkunjung ke bank. Adanya jaminan keamanan dari suatu perusahaan akan membuat pelanggan merasa aman dan tanpa ada rasa ragu-ragu untuk melakukan rekreasi, disamping itu jaminan dari suatu perusahaan akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan.

²⁵Andi Nursiskawati Siangka, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Cabang Makassar," *Journal of Management & Business* 4, no.2 (2021): 559, <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i2.1686>.

Tjiptono menjelaskan bahwa (*assurance*) Merupakan pengetahuan dan kesopanan para pegawai serta kemampuan para pegawai dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan misalnya pengetahuan tentang produk keterampilan dan ketulusan dalam melayani nasabah sehingga dapat menimbulkan Kepercayaan dan keyakinan termasuk juga kesopanan dan menghargai nasabah.²⁶

Berdasarkan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung oleh penelitian Christine Agustina, Sudadi Pranata dan Chandra Lukita menjelaskan bahwa *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.²⁷ Hasil penelitian menunjukkan bahwa Semakin baik persepsi nasabah terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan buruk maka kepuasan nasabah juga akan semakin rendah.

Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah variabel *Assurance* terhadap kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan.

H0 : *Assurance* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H4 : *Assurance* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

²⁶ Fandy Tjiptono dan G. Chandra, *Service, Quality, & Satisfaction* (Yogyakarta: Andi, 2005).

²⁷ Christine Agustina, Sudadi Pranata, Chandra Lukita, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Berdasarkan Dimensi Terra (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Dan Assurance) Pada Pd. Bpr Astanajapura Cabang Cirebon Selatan," *Jurnal Digit* 12, no.1 (Mei 2022) : 67-78, <https://doi.org/10.51920/jd.v12i1.218>.

5. Variabel *Empathy* (X5)

Empathy atau Kepedulian yaitu perhatian khusus atau individu terhadap segala kebutuhan dan keluhan pelanggan, dan adanya komunikasi yang baik antara pegawai objek wisata dengan pelanggan. Dengan adanya perhatian khusus dan komunikasi yang baik dari pegawai suatu objek wisata atas pelanggan akan berpengaruh juga pada kepuasan pelanggan, karena pelanggan akan merasa diperhatikan oleh perusahaan yaitu apa yang dibutuhkan dan dikeluhkannya ditanggapi secara baik oleh pihak perusahaan.

Tjiptono menjelaskan bahwa (*Empathy*) yaitu Memahami masalah pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan menyediakan waktu pelayanan yang nyaman.²⁸

Berdasarkan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *Empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung oleh penelitian Mira, Djunaed, Ria dan Lestari Pangastuti menjelaskan bahwa *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.²⁹ Hasil penelitian menunjukkan bahwa Semakin baik persepsi nasabah terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan nasabah juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi nasabah

²⁸ Fandy Tjiptono dan G. Chandra, *Service, Quality, & Satisfaction* (Yogyakarta: Andi, 2005).

²⁹ Mira, Djunaed, dan Ria Lestari Pangastuti, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Pada Dimensi Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Dan Tangible) Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi* 1, no. 2 (2020)<https://doi.org/10.30737/risk.v1i2.1362>.

terhadap kepedulian yang diberikan oleh perusahaan buruk maka kepuasan nasabah juga akan semakin rendah.

Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah variabel *Empathy* terhadap kepuasan nasabah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan.

H0 : *Empathy* secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

H5 : *Empathy* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

6. Secara Simultan.

Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy merupakan dimensi dari *service quality*, merupakan kombinasi dari variabel-variabel sebelumnya. Tentunya *service quality* memberikan dampak positif dengan kata lain memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini didukung oleh penelitian Rijal Arslan menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama variabel bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) terhadap kepuasan nasabah.³⁰

Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah

³⁰ Rijal Arslan, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia," *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)* 11, no.2 (2022): 470, <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1111>.

Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy terhadap kepuasan nasabah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan.

H0 : *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy* secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah.

H4 : *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan menggambarkan urutan penjelasan yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Sistematikanya disajikan dalam bentuk naratif, bukan seperti daftar isi. Pembahasan penelitian ini terbagi dalam empat bab utama, dengan masing-masing bab memiliki sub-bab sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan, Menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian. Bab ini memberikan gambaran umum tentang alasan dan pentingnya penelitian yang dilakukan.

Bab II Kajian Pustaka, Membahas tinjauan pustaka dan landasan teori yang digunakan. Di sini, peneliti menguraikan teori-teori yang relevan dan hasil penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini.

Bab III Metode Penelitian, Menguraikan metode penelitian yang digunakan, termasuk jenis penelitian, subjek penelitian, instrumen, dan teknik analisis data. Bab ini menjelaskan secara rinci cara penelitian dilakukan.

Bab IV Penyajian Data dan Analisis, Menyajikan hasil penelitian dan pembahasannya. Di bagian ini, peneliti memaparkan temuan-temuan utama yang diperoleh dari penelitian serta analisis dan pengujian hipotesis.

Bab V Penutup, Yang merupakan bab terakhir, Menyimpulkan hasil penelitian, memberikan rekomendasi berdasarkan temuan yang ada, dan menyarankan arah penelitian lebih lanjut.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Shidqi Hamka Maulana, skripsi tahun 2023 yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service, Tingkat Kepercayaan, Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pensiunan Bank Btpn Kantor Cabang Pembantu Probolinggo*³¹

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan customer service, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pensiunan Bank Tabungan Pensiunan Nasional Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

Jenis pendekatan yang dipakai dalam penelitian ini merupakan jenis pendekatan kuantitatif dengan sumber data primer menggunakan kuesioner, sampel dalam penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan *Simple Random Sampling*.

Hasil dari penelitian tersebut adalah 1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah. 2) tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah. 3) kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas. 4) kualitas

³¹ Shidqi Hamka Maulana, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service, Tingkat Kepercayaan, Dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Pensiunan Bank Btpn Kantor Cabang Pembantu Probolinggo*" (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Kh Achmad Siddiq Jember, 2023).

pelayanan, tingkat kepercayaan, dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah.

2. Mahmudi, Tesis tahun 2022 yang berjudul *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Bait Al-Māl Wa At-Tamwīl (Bmt) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Anggota Tabungan Dalam Perspektif Islam Pada Bait Al-Māl Wa At-Tamwīl (Bmt) Di Kabupaten Bondowoso*³²

Penelitian ini merupakan *explanatory research* atau *confirmatory research* yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal yaitu pengaruh signifikan variabel Kualitas Layanan (X1) dan Citra (X2) terhadap variabel Kepuasan (Z) dan Loyalitas (Y) anggota tabungan dalam perspektif Islam pada tiga BMT yang beroperasi di Kabupaten Bondowoso melalui uji hipotesis dan penjelasan dengan menggunakan statistik inferensial.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* yaitu terdiri dari *Purposive Sampling* yang digunakan terhadap 120 responden. Kemudian, teknik pengambilan data di dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan 5 dimensi yang akan dianalisis menggunakan metode uji validitas, uji reabilitas dan uji statistik deskriptif yang dikembangkan menggunakan *Path Analisis* (Analisis Jalur) dan *Triming Theory*. Uji hipotesis menggunakan *Statistical Package for the Social Science (SPSS 22) for Windows*.

³² Mahmudi, M, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Bait Al-Māl Wa Al-Tamwīl (BMT) Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Anggota Tabungan dalam perspektif Islam pada Bait Al-Māl Wa Al-Tamwīl (BMT) di Kabupaten Bondowoso" (Doctoral dissertation, Pascasarjana Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022).

Hasil Analisis menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Anggota Tabungan adalah signifikan, Pengaruh Citra terhadap Kepuasan Anggota Tabungan adalah signifikan, Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Anggota Tabungan adalah signifikan, Pengaruh Citra terhadap Loyalitas Anggota Tabungan adalah signifikan. Pengaruh Kepuasan Anggota Tabungan terhadap Loyalitas Anggota Tabungan adalah signifikan.

3. Christine Agustina, Sudadi Pranata, Chandra Lukita, jurnal tahun 2022 yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Berdasarkan Dimensi Terra (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Dan Assurance) Pada Pd. Bpr Astanajapura Cabang Cirebon Selatan*³³

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance*) pada Kepuasan Nasabah pada PD. BPR Astanajapura Cabang Cirebon Selatan.

Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif, Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah survei, Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, Uji Korelasi, dan Uji Koefisiensi Determinasi.

³³ Christine Agustina, Sudadi Pranata, Chandra Lukita, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Berdasarkan Dimensi Terra (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Dan Assurance) Pada Pd. Bpr Astanajapura Cabang Cirebon Selatan," *Jurnal Digit* 12, no.1 (Mei 2022) : 67-78, <https://doi.org/10.51920/jd.v12i1.218>.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

- a. *Tangible* dan *Empathy* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah pada PD. BPR Astanajapura Cabang Cirebon Selatan.
 - b. *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah pada PD. BPR Astanajapura Cabang Cirebon Selatan.
 - c. *Tangible*, *Empathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah pada PD. BPR Astanajapura Cabang Cirebon Selatan.
4. Maria Puspa Dewi, jurnal tahun 2020 yang berjudul *Pengaruh persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasikan kepuasan konsumen pada RM. Wongsolo Malang*³⁴

Tujuan penelitian ini adalah untuk: (1) Meninjau dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan RM. Wong Solo Malang, (2) Mengkaji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, (3) Mengkaji dan menganalisis pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan konsumen, (4) Mengkaji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen terhadap pelanggan loyalitas, (5) Meninjau dan menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan.

³⁴ Mariana Puspa Dewi, "Pengaruh persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasikan kepuasan konsumen pada RM. Wongsolo Malang," *Jurnal Iqtishoduna* 16, no.2 (2020): 167-190, <https://doi.org/10.18860/iq.v16i2.9242>.

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan bentuk hubungan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 orang konsumen di RM. Wong Solo Malang. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Analisis yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa; 1) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, 3) Persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan konsumen, 4) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan konsumen, 5) Kepuasan konsumen memediasi pengaruh persepsi harga maupun kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

5. Mira, Djunaed, Ria dan Lestari Pangastuti, Jurnal tahun 2020 yang berjudul *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Pada Dimensi Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Dan Tangible) Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*.³⁵

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (pada dimensi *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangible*) secara parsial dan simultan terhadap loyalitas konsumen

³⁵Mira, Djunaed, dan Ria Lestari Pangastuti, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Pada Dimensi Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Dan Tangible) Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi* 1, no. 2 (2020)<https://doi.org/10.30737/risk.v1i2.1362>.

dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderat (study pada Catering Dapur Ibu Kabupaten Kediri).

Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner. Jumlah sampel sebanyak 70 orang responden yang berdomisili di wilayah Kabupaten Kediri metode *sampling purposive*. Teknik analisis yang digunakan adalah metode regresi berganda dan uji hipotesis menggunakan uji T dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel *responsiveness* (X2), *assurance* (X3), *empathy* (X4) dan *tangible* (X5) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y1) dan variabel *reliability* (X1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen sedangkan variabel moderat kepuasan konsumen (Y2) memperkuat hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen.

6. Ai Nunung, Dian Candra Fatihah, Euis Hernawati, Fadhia Azka Savvana , jurnal tahun 2023 yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank Bjb Kcp Gedebage*³⁶

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit pada Bank BJB KCP Gedebage

³⁶Ai Nunung., Fatihah, D. C., Hernawati, E., dan Savvana, F. A., " Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank BJB KCP Gedebage," *Journal of Economics and Business*12, no. 2 (2023): 1138-1148, <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i2.176>.

Metode yang digunakan yaitu metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif serta pengumpulan data melalui studi lapangan, kuesioner, dan studi pustaka.

Hasil penelitian Tanggapan Kualitas Pelayanan (Variabel X) responden berada dalam kategori “sangat baik” dengan nilai rata-rata 4,3 yang berarti pernyataan responden mengenai Kualitas Pelayanan berada pada kategori interval sangat baik yaitu 4,20 – 5,00. Pada pernyataan yang menyatakan “Karyawan Bank BJB menciptakan suasana yang nyaman, dan mengawali dengan senyum dan sapa” mendapat perolehan rata-rata tertinggi dengan hasil bobot 223 dengan nilai rata-rata 4,7.

7. Fifin Anggraini, skripsi tahun 2020 yang berjudul *Pengaruh Harga, promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasikan kepuasan pelanggan pada konsumen gojek.*³⁷

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, promosi, kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi kepuasan pelanggan atas jasa yang diberikan oleh Gojek.

Jenis penelitian ini penelitian kuantitatif. Sampel yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah *analisis jalur (path analysis)*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Promosi berpengaruh

³⁷ Fifin Anggraini, “Pengaruh Harga, promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasikan kepuasan pelanggan pada konsumen gojek” *Jurnal JUPE* 8, no. 03, (2020): 86-94.

signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Promosi berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan. Promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

8. Solichin, Rasyidi, dan Siti Halimatusa'diah, jurnal tahun 2022 yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh*³⁸

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Reliability* (X1), *Assurance* (X2), *Tangible* (X3), *Empathy* (X4) dan *Responsiveness* (X5) terhadap Kepuasan Nasabah Bank Kalteng Cabang Muara Teweh.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, Sampel diambil sebanyak 98 Pelanggan terpilih dengan formula Slovin. Pengumpulan data menggunakan kuesioner sedangkan analisis data menggunakan SPSS.

³⁸ M.Solichin, Rasyidi, R., & Halimatusa'diah, S. "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh," *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, no.2 (2019) : 38-47, <http://dx.doi.org/10.20527/jbp.v8i2.7918>.

Hasil pengujian membuktikan *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Jaminan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Nyata berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Emphathy* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Daya Tanggap berpengaruh signifikan terhadap Pelanggan kepuasan, secara simultan Keandalan, Jaminan, *Tangible*, Empati dan Daya Tanggap berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

9. Nasfi, Rahmad, sabri, jurnal pada tahun 2020 yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*³⁹

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*), yaitu *tagible* (tampilan fisik), *empathy* (perhatian), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (tanggapan) dan *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Haji Miskin kantor Pusat Kab.Tanah Datar dan Kantor Cabang Kota Payakumbuh.

Penelitian ini menggunakan jenis *accidental sampling* (Sampling isidental), yaitu sampel ditentukan dengan cara teknik kebetulan, yaitu dimana siapa saja nasabah yang datang berhubungan dengan BPRS Haji Miskin baik nasabah pendanaan maupun nasabah peminjam, yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, dan layak sebagai sumber data selama 10 hari penelitian, didapat sampel sebanyak 100 responden.

³⁹ Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S, "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah," *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, no,1 (2020) : 19-38, <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3146>.

Hasil penelitian 1. *Tangibles* (tampilan fisik) berpengaruh secara signifikan kepada kepuasan nasabah pada BPRS Haji Miskin. 2. *Empathy* (Perhatian) berpengaruh secara signifikan terhadap kepada nasabah pada BPRS Haji Miskin. 3. *Reliability* (Keandalan) berpengaruh secara signifikan kepada kepuasan nasabah pada BPRS Haji Miskin. 4. *Responsiveness* (Tanggapan) berpengaruh secara signifikan kepada kepuasan nasabah pada BPRS Haji Miskin. 5. *Assurance* (Jaminan) berpengaruh sedara signifikan kepada kepuasan nasabah pada BPRS Haji Miskin.

10. Rina, Skripsi pada tahun 2022 yang berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan empathy) Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen couvee Yogyakarta*⁴⁰

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati*) terhadap kepuasan pelanggan Couvee.

Penelitian ini menggunakan data primer, data primer diperoleh dari jawaban serangkaian pernyataan berupa kuesioner kepada konsumen Couvee yang berjumlah 180 responden. Sampel pada penelitian ini ditentukan secara *Non Probability Sampling dan Purposive Sampling* dengan kriteria pasien yang pernah mengunjungi Couvee. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

⁴⁰ Rina, " Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Danempathy) Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumencouvee Yogyakarta" (Skripsi sekolah tinggi ilmu ekonomi yogyakarta, 2022).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Tangible* secara individu (parsial) berwujud berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Couvee, variabel keandalan individu (parsial) keandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Couvee, Daya tanggap secara individu (parsial) variabel *responsiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap Couvee kepuasan pelanggan, variabel *Assurance* secara individu (parsial) jaminan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Couvee, Empati secara individu (parsial) variabel empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan Couvee.

Dari 10 penelitian terdahulu diatas, dapat disimpulkan letak persamaan dan perbedaannya pada tabel 2.1 mapping persamaan dan perbedaan sebagai berikut:

Tabel 2.1
Mapping Persamaan dan Perbedaan

No	Nama (tahun)	Judul	Variabel	Persamaan	Perbedaan
1.	Shidqi Hamka Maulana, (2023)	"Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service, Tingkat Kepercayaan, Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pensiunan	Kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah	1. Variabel yang digunakan yaitu Sama-sama menggunakan kualitas pelayanan. dan kepuasan nasabah. 2. Metode yang digunakan yaitu sama –	1. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu (kualitas pelayanan, tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah) sedangkan peneliti menggunakan variabel (kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah). 2. Variabel terikat menggunakan (loyalitas nasabah)

		<i>Bank Btpn Kantor Cabang Pembantu Probolinggo"</i>		sama menggunakan metode kuantitatif	sedangkan peneliti menggunakan (kepuasan nasabah)
2.	Mahmudi, (2022)	<i>Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Bait Al-Māl Wa At-Tamwīl (Bmt) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Anggota Tabungan Dalam Perspektif Islam Pada Bait Al-Māl Wa At-Tamwīl (Bmt) Di Kabupaten Bondowoso</i>	Kualitas layanan, citra bank, kepuasan nasabah dan loyalitas	1. Variabel yang digunakan penelitian ini sama dengan peneliti yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. 2. Metode yang digunakan yaitu sama – sama menggunakan metode kuantitatif	1. Variabel bebas dalam penelitian ini menggunakan (kualitas pelayanan dan citra bank) sedangkan peneliti menggunakan variabel (kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah). 2. Variabel terikat menggunakan (kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah) sedangkan peneliti menggunakan (kepuasan nasabah)
3.	Christine Agustina, Sudadi, Pranata, Chandra Lukita, (2022)	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Berdasarkan Dimensi Terra (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Dan Assurance) Pada Pd. Bpr Astanajapura</i>	kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Dan Assurance)	1. Variabel yang digunakan sama – sama menggunakan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. 2. Metode yang digunakan yaitu sama – sama menggunakan metode kuantitatif	1. Objek penelitian di Bpr Astanajapura Cabang Cirebon Selatan sedangkan peneliti di Bank Muamalat KCP Probolinggo

		<i>Cabang Cirebon Selatan</i>			
4.	Maria Puspa Dewi, (2020)	<i>Pengaruh persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasikan kepuasan konsumen pada RM. Wongsolo Malang</i>	Harga, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, kepuasan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel yang digunakan sama – sama menggunakan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. 2. Metode yang digunakan yaitu sama – sama menggunakan metode kuantitatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel bebas dalam penelitian ini menggunakan (harga dan kualitas pelayanan) sedangkan peneliti menggunakan variabel (kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah). 2. Variabel terikat menggunakan (loyalitas pelanggan) sedangkan peneliti menggunakan (kepuasan nasabah) 3. Variabel mediasi (kepuasan konsumen) peneliti tidak menggunakan variabel mediasi
5.	Mira, Djunaed, Ria dan Lestari Pangastuti. (2020)	<i>Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Pada Dimensi Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Dan Tangible) Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan</i>	Kualitas pelayanan, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangible, Loyalitas Konsumen dan Kepuasan Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel yang digunakan sama – sama menggunakan kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen 2. Metode yang digunakan yaitu sama – sama menggunakan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel terikat menggunakan (loyalitas Konsumen) sedangkan peneliti menggunakan (kepuasan nasabah) 2. Variabel mediasi (kepuasan konsumen) peneliti tidak menggunakan variabel mediasi

		<i>Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening</i>		n metode kuantitatif	
6.	Ai Nunung Dkk, (2023)	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank Bjb Kcp Gedebage</i>	Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel yang digunakan (kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.) 2. Metode yang digunakan sama (metode kuantitatif) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam penelitian ini tidak menggunakan Dimensi kualitas pelayanan, sedangkan peneliti menggunakan dimensi kualitas pelayanan (<i>Tangibles, Reliability, Responsiveness, assurance dan empathy</i>)
7.	Fifin Anggraini, (2020)	<i>Pengaruh Harga, promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasikan kepuasan pelanggan pada konsumen gojek</i>	Harga, promosi kualitas pelayanan, loyalitas nasabah, dan kepuasan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel yang digunakan sama – sama menggunakan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. 2. Metode yang digunakan yaitu sama – sama menggunakan metode kuantitatif 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel bebas dalam penelitian ini menggunakan (harga, promosi dan kualitas pelayanan) sedangkan peneliti menggunakan variabel (kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah). 2. Variabel terikat menggunakan (loyalitas nasabah) sedangkan peneliti menggunakan (kepuasan nasabah) 3. Variabel mediasi (kepuasan konsumen) peneliti tidak menggunakan

					variabel mediasi
8.	M. Solichin, Rasyidi, dan Siti Halimatusa'diah, (2022)	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh</i>	kualitas pelayanan (<i>Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness</i>) dan kepuasan nasabah	1. Variabel yang digunakan sama – sama menggunakan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. 2. Metode yang digunakan sama yaitu (metode kuantitatif)	1. Objek penelitian di <i>Bank Kalteng Cabang Muara Teweh</i> sedangkan peneliti di Bank Muamalat KCP Probolinggo
9.	Nasfi, Rahmad, sabri, (2020)	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah</i>	kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah	1. Variabel yang digunakan sama – sama menggunakan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. 2. Metode yang digunakan sama (metode kuantitatif)	1. Dalam penelitian ini tidak menggunakan Dimensi kualitas pelayanan, sedangkan peneliti menggunakan dimensi kualitas pelayanan (<i>Tangible, Reliability Responsiveness assurance dan empathy</i>)
10.	Rina, (2022)	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan empathy) Terhadap</i>	kualitas pelayanan (<i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Danempat hy</i>)dan	1. Variabel yang digunakan sama – sama menggunakan kualitas pelayanan dan kepuasan	1. Subjek penelitian kepada konsumen <i>couvee Yogyakarta</i> sedangkan peneliti kepada nasabah Bank Muamalat KCP Probolinggo

		<i>Tingkat Kepuasan Konsumen couvee Yogyakarta</i>	kepuasan nasabah	nasabah. 2. Metode yang digunakan sama yaitu menggunakan (metode kuantitatif)	
--	--	--	------------------	--	--

Sumber : data penelitian terdahulu yang di olah oleh peneliti

Dari sepuluh penelitian terdahulu yang diambil dari jurnal dan skripsi, penelitian sebelumnya adalah fokus pada pengaruh kualitas pelayanan yang mencakup variabel (*Tangibles, Reliability, Responsiveness Assurance dan Empathy*). Penelitian ini mengangkat rumusan masalah mengenai bagaimana kelima variabel tersebut mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Probolinggo. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam memahami hubungan antara dimensi kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan nasabah.

B. Kajian Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian kualitas

Kualitas merupakan faktor utama bagi penyedia jasa layanan dalam mempertahankan daya saing ditengah persaingan yang semakin kompetitif dalam industri jasa, Bagi penyedia layanan, kualitas memegang peranan penting dalam upaya mencapai kepuasan konsumen, oleh karena itu penting bagi suatu layanan jasa untuk

meningkatkan dan memperbaiki secara terus-menerus, dengan disertai inovasi berkelanjutan.⁴¹

Kualitas adalah faktor yang perlu diperhatikan oleh industri, yang akan menjadi daya tarik bagi pelanggan dan menghadapi persaingan yang sangat kompetitif. Industri yang memiliki kualitas yang baik merujuk pada hal-hal yang dapat memenuhi kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa. Kualitas merupakan aspek utama yang menentukan kinerja suatu industri, produk, atau jasa, yang harus sesuai dengan harapan pelanggan untuk mencapai keberhasilan.⁴²

b. Pengertian pelayanan

Menurut Kasmir, pelayanan adalah tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.⁴³ Menurut Philip Kotler, pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada orang lain. Pada dasarnya, pelayanan tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.⁴⁴

Menurut Othman dan Owen, Dua faktor utama yang membangun kualitas layanan adalah persepsi anggota terhadap layanan yang mereka terima (perceived service) dan harapan mereka terhadap

⁴¹ Wwik Sulistiyowati, *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (Sidoarjo: Umsida Press, 2018), 14, <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-591-436-2>.

⁴² Pramuditha, Panji, Budi Harto, and Lina Parlina. "Arti Penting Kualitas Kehidupan Kerja Dan Etos Kerja Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan." *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis* 8.2 (2022): 265-270.

⁴³ Kasmir, *Teori dan praktik layanan pelanggan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2017).

⁴⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008)

layanan yang diinginkan (expected service). Ketika layanan yang diterima oleh anggota melebihi harapan mereka, maka layanan tersebut dianggap berkualitas. Sebaliknya, jika layanan yang diterima kurang dari harapan, maka layanan tersebut dianggap tidak berkualitas. Ketika layanan yang diterima sesuai dengan harapan, maka layanan tersebut dianggap memuaskan.⁴⁵

c. Pengertian kualitas pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah landasan utama untuk menilai tingkat kepuasan konsumen. Dalam konteks ini, sebuah perusahaan dianggap baik jika mampu menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas produk dan pelayanan yang baik memiliki dampak besar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan menjadi kunci bagi kemajuan perusahaan karena pelayanan yang baik akan berdampak positif pada kepuasan konsumen dan memenuhi ekspektasi mereka.⁴⁶

Kualitas pelayanan (service quality) dapat dinilai dengan membandingkan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang mereka terima dengan harapan mereka terhadap pelayanan yang diinginkan dari berbagai aspek pelayanan suatu perusahaan. Jika pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dianggap

⁴⁵ Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen, "Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking: A case study in Kuwait finance house," *International Journal of Islamic Financial Service* 3, no. 1. (2002).

⁴⁶ Muhammad Irham Taufik dkk, "Model Hubungan Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Donatur Di Lembaga Filantropi Xyz" (Doctoral Dissertation, Universitas Pasundan, 2023), 4. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/63905>.

baik dan memuaskan. Jika pelayanan melebihi harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dianggap sangat baik dan berkualitas. Namun, jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan, maka kualitas pelayanan dianggap buruk.⁴⁷

Sehingga dapat disimpulkan penulis bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah sekaligus membuat mereka tetap merasa nyaman dan ingin selalu menggunakan produknya sehingga mencapai titik kepuasan tertentu dengan memperhatikan berbagai faktor yang ada di dalamnya.

d. Indikator kualitas pelayanan⁴⁸

- 1) Bukti Fisik (*Tangibles*)
- 2) Keandalan (*Reliability*).
- 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- 4) Jaminan (*Assurance*)
- 5) Empati (*Empathy*)⁴⁹

2. *Tangible* (Bukti Fisik)

Menurut Tjiptono, *Tangible* meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.⁵⁰ Bukti fisik berkaitan dengan daya tarik

⁴⁷ Mu'ah and Masram, *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas. Pelayanan Dan Biaya Peralihan* (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2021), 56.

⁴⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 282.

⁵⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 282.

fasilitas, peralatan dan bahan yang digunakan perusahaan, serta penampilan fisik karyawan.⁵¹

Bentuk dari bukti fisik dalam kualitas pelayanan memiliki peran krusial bagi kepuasan nasabah. Ketika nasabah mengalami keluhan atau membutuhkan bantuan terkait layanan yang diberikan, keberadaan bentuk fisik yang dapat mendukung layanan tersebut sangat penting. Hal ini menjadi lebih signifikan terutama dalam konteks perkembangan positif di sektor perbankan, di mana banyak perusahaan berupaya memperluas sarana fisik untuk memudahkan akses nasabah. Contohnya adalah peningkatan jumlah mesin ATM, yang memberikan kemudahan kepada nasabah untuk melakukan berbagai transaksi dengan mudah, seperti pengambilan uang, transfer, dan pembayaran sehari-hari.⁵²

Bukti fisik merupakan suatu hal yang mempengaruhi kepuasan nasabah untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa diciptakan dan tempat penyediaan jasa serta nasabah berinteraksi ditambah elemen tangible yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa itu.

Tangible / bukti fisik sangat penting untuk posisi dan memperkuat penampilan karena terhadap multifik ini nasabah siap untuk mengidentifikasi dan membandingkan dengan jasa lainnya dan dengan penampilan yang bagus maka akan memberi nilai tambah bagi perusahaan

⁵¹ Eka, Dian, Yulia Hamdani, and Suhartini Karim. "Kualitas Pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* 16.2 (2018): 89-98.

⁵² Ananda, Nova Adhitya, and Reza Muhammad Rizqi. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2.2 (2019): 17-27.

dan juga membuat para nasabah senang dan betah bila kondisi tempat perusahaan itu benar memberikan suasana yang nyaman.

3. *Reliability* (Kehandalan)

Tjiptono mengatakan, *Reliability* yaitu Kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.⁵³ *Reliability* ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang benar sejak awal tanpa kesalahan dan dalam kerangka waktu yang disepakati. *Reliability* menyangkut dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) Kemampuan perusahaan untuk secara konsisten menyediakan layanan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*) Kemampuan perusahaan untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan dengan cara yang dapat diandalkan, yaitu secara menyakinkan dan akurat.⁵⁴

Tuntutan keandalan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat tepat dan mudah dan lancar menjadi syarat penilaian bagi orang yang dilayani sehingga memperhatikan aktualisasi kerja pegawai dalam memahami lingkup dan uraian kerja yang menjadi perhatian dan fokus dari setiap pegawai dalam memberikan pelayanannya.⁵⁵

⁵³ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 282.

⁵⁴ Pangesti Anggeraini, Shania, Noprizal Noprizal, and Harianto Wijaya, "Pengaruh Brand Image & Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) KCP Curup," Diss. Institut Agama Islam Negeri Curup, 2023.

⁵⁵ Cornelis, Deda, and Iwan Henri Kusnadi. "Kualitas Pelayanan Pendaftaran Tanah Sistematis Lengkap (Studi Kasus di Kantor Badan Pertanahan Nasional)." *The World of Public Administration Journal* (2022).

4. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Menurut Tjiptono, *Responsiveness* yaitu daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan dan memberikan jasa dengan sigap dan cepat dalam melayani menangani Transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.⁵⁶ Daya tanggap mengacu pada kemauan dan kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan, menanggapi permintaan mereka, serta memberikan informasi yang jelas tentang kapan layanan akan diberikan dan memastikan layanan tersebut disediakan tepat waktu.⁵⁷ Perusahaan harus menunjukkan kemampuannya untuk memberikan dukungan layanan yang tepat waktu dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, terutama ketika pelanggan meminta layanan yang telah dijadwalkan.

Suatu perusahaan sangat menyadari pentingnya kualitas layanan daya tanggap atas pelayanan yang diberikan. Setiap orang yang mendapat Pelayanan sangat membutuhkan penjelasan atas pelayanan yang diberikan agar pelayanan tersebut jelas dan dimengerti. Untuk mewujudkan dan merealisasikan hal tersebut maka kualitas layanan daya tanggap mempunyai peranan penting atas pemenuhan berbagai penjelasan dalam kegiatan pelayanan kepada masyarakat. Apabila layanan daya tanggap diberikan dengan baik atas penjelasan yang bijaksana penjelasan yang mendetail, penjelasan yang membina, penjelasan yang mengarahkan dan

⁵⁶ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 282.

⁵⁷ Pristikawati, Vira, and Trenda Aktiva Oktariyanda. "Kualitas Pelayanan Publik Bidang Administrasi Kependudukan Di Kantor Kelurahan Manyar Sabarangan, Kecamatan Mulyorejo, Kota Surabaya." *Publika* (2024): 49-62.

bersifat membujuk dan apabila hal tersebut secara jelas dimengerti oleh individu yang mendapat pelayanan, maka secara langsung pelayanan daya tanggap dianggap berhasil Dan ini menjadi suatu bentuk keberhasilan Prestasi Kerja.⁵⁸

5. *Assurance* (Jaminan)

Menurut Tjiptono, *Assurance* yaitu Kemampuan perusahaan memberi jaminan pelayanan yang merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan Kepercayaan dan keyakinan.⁵⁹ Jaminan atas pelayanan yang diberikan oleh pegawai sangat ditentukan oleh performance atau kinerja pelayanan, sehingga diyakini bahwa pegawai tersebut mampu memberikan pelayanan yang diterima. Selain dari performance tersebut, jaminan dari suatu pelayanan juga ditentukan dari adanya komitmen organisasi yang kuat yang menganjurkan agar setiap pegawai memberikan pelayanan secara serius dan sungguh-sungguh untuk memuaskan orang yang dilayani

6. *Empathy* (Empati)

Tjiptono mengatakan, *Empathy* yaitu Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan.⁶⁰ Bentuk dari empati yaitu, Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah,

⁵⁸ Yudi, Wahyudi. Analisis Kapasitas Pelayanan Pada Sekretariat Dprd Provinsi Sulawesi Selatan. Diss. Politeknik Stia Lan Makassar, 2019.

⁵⁹ Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 282.

⁶⁰ Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 282.

memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah.

Empati dalam suatu pelayanan adalah mampu memahami orang yang dilayani dengan penuh perhatian keseriusan simpatik pengertian dan adanya keterlibatan dalam berbagai permasalahan yang dihadapi orang yang dilayani. pihak yang memberi pelayanan harus memberikan empati, memahami masalah dari pihak yang dilayani.⁶¹ Pihak yang dilayani memahami keterbatasan antara pihak yang melayani dan mendapat pelayanan memiliki perasaan yang sama. Empati dalam suatu organisasi kerja menjadi sangat penting dalam memberikan suatu kualitas pelayanan sesuai Prestasi Kerja yang ditunjukkan oleh seorang pegawai

7. Kepuasan nasabah

a. Pengertian kepuasan

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang, yang timbul dari perbandingan antara pengalaman aktual atau riil yang diperoleh dari suatu produk dengan harapan yang dimiliki terhadap kinerja produk tersebut.⁶² Kepuasan tercapai ketika kinerja produk memenuhi atau melebihi harapan, sementara ketidakpuasan terjadi jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi tersebut Menurut Philip Kotler, kepuasan adalah tingkat

⁶¹ Irawan, Tomi, et al. "Manajemen Layanan Madrasah Aliyah Nurussalam Sidogede Ogan Komering Ulu Timur Sumatera Selatan." *Jurnal Muftadiin* 8.02 (2022).

⁶² Etta Mamang Sangadji Dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), 180.

perasaan yang timbul ketika seseorang membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapannya.⁶³

Tingkat kepuasan dapat tergantung pada perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerja, khususnya kinerja pelayanan dan lain sebagainya dibawah harapan, maka pelanggan cenderung tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan, pelanggan akan menyatakan kepuasan. Sebaliknya, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan bisa terbentuk dari pengalaman masa lalu, rekomendasi dari orang terdekat, serta janji dan informasi dari berbagai sumber media. Pelanggan yang merasa puas cenderung akan tetap setia lebih lama, kurang rentan terhadap perubahan harga, dan memberikan umpan balik positif tentang perusahaan tersebut.⁶⁴

Berdasarkan pengertian di atas dapat di simpulkan bahwa kepuasan pada dasarnya merupakan perasaan senang atau puas yang timbul ketika harapan-harapan pelanggan terpenuhi, termasuk dalam aspek-aspek seperti harga, pelayanan, kenyamanan, atau hal-hal lain yang sesuai dengan ekspektasi mereka. Kepuasan ini berperan penting dalam menjaga citra perusahaan, tetapi jika harapan pelanggan tidak terpenuhi, ada kemungkinan bahwa mereka akan mencari produk lain dan merugikan reputasi perusahaan tersebut

⁶³Muhammad Anang Firmansyah, *Buku Pemasaran Produk Dan Merek*, (Agustus, 2019), 136, <https://www.researchgate.net/publication/334964919>.

⁶⁴Ade Syarif Maulana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI," *Jurnal Ekonomi 7*, no. 2 (2016): 115.

b. Pengertian Nasabah

Nasabah merupakan individu yang memiliki hubungan atau menjadi pelanggan tetap, dengan interaksi yang sering dan berlangsung dalam jangka waktu cukup lama. Dalam dunia perbankan, nasabah dibedakan menjadi dua jenis, yaitu debitur dan kreditur.⁶⁵

Menurut Otoritas Jasa Keuangan, nasabah adalah perseorangan atau badan yang menggunakan ataupun menerima fasilitas bank, baik dalam bentuk produk maupun jasa.⁶⁶

Dapat ditarik kesimpulan menurut peneliti bahwa nasabah adalah orang yang memiliki rekening tabungan dan keterkaitan keuangan dengan suatu bank, sehingga terbentuklah hubungan dan keterkaitan antara nasabah dan bank.

c. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah suatu perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang, yang muncul dari perbandingan antara pengalamannya terhadap kinerja aktual atau riil suatu produk dengan harapannya terhadap kinerja produk.⁶⁷

⁶⁵Nadia Azalia Putri, dkk, "Implementasi Pelayanan Dan Administrasi Dalam Usaha Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember," *Journal Of Indonesia Social Society* Vol 1, no.1 (juni 2023): 45. <https://jurnal.padangteknokom.com/index.php/jiss/article/view/67>.

⁶⁶ Diambil dari gamedia.com <https://www.gamedia.com/literasi/nasabah/> pada tanggal 19 November 2023 pukul 16.04 WIB.

⁶⁷ Farida Yulianti, Lamsah, dan Periyadi, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish 2019), 70.

Menurut Meithiana Indrasari kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan yang dialami seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan yang dimilikinya.⁶⁸

Jadi menurut beberapa definisi yang dikemukakan para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu hasil dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan dan diterima setelah pemakaian jasa.

Kepuasan nasabah terhadap bank dapat berdampak luas pada peningkatan keuntungan bank. Jika nasabah merasa puas dengan layanan yang diberikan, maka nasabah tersebut akan :

- 1) Loyal kepada bank, Nasabah akan memiliki kemungkinan kecil untuk berpindah ke bank lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank tersebut.
- 2) Mengulang kembali pembelian produknya, Kepuasan terhadap layanan bank akan mendorong nasabah untuk menggunakan jasa bank secara berulang kali.
- 3) Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama, Nasabah akan memperluas pembelian mereka dengan memilih berbagai jenis jasa yang ditawarkan oleh bank, sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.
- 4) Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Kepuasan nasabah dapat mendorong mereka untuk merekomendasikan

⁶⁸ Meithiana Indrasari, Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Surabaya: 2019),87.

bank kepada orang lain, yang berfungsi sebagai promosi gratis dan menjadi bukti kualitas layanan bank kepada calon nasabah.⁶⁹

Untuk mencapai tujuan seperti di atas, atau dengan kata lain kepuasan nasabah terus meningkat, beberapa faktor penting yang perlu diperhatikan adalah::

- a) **Kualitas Pelayanan dari Staf Bank:** Meliputi keramahan, sopan santun, serta pelayanan cepat dan efisien oleh semua level staf, dari staf paling bawah hingga pimpinan tertinggi.
- b) **Pendekatan dan Kedekatan:** Interaksi yang dilakukan dengan staf bank harus menunjukkan kedekatan dan keakraban, membuat nasabah merasa seperti teman lama dan menciptakan kenyamanan dalam berhubungan dengan bank.
- c) **Harga yang Ditawarkan:** Meliputi kompetitifnya bunga simpanan, bunga pinjaman atau bagi hasil, serta biaya administrasi dibandingkan dengan bank lain.
- d) **Kenyamanan dan Keamanan Lokasi Bank:** Nasabah harus merasakan kenyamanan baik di luar maupun di dalam bank, serta merasa aman selama bertransaksi.
- e) **Kemudahan Memperoleh Produk Bank:** Jenis produk harus lengkap dan prosesnya tidak berbelit-belit, dengan persyaratan yang tidak memberatkan, seperti dalam hal permohonan kredit.

⁶⁹ Fransisca Veronica dan Budi Fernando Tumanggor, " Kinerja Teller Dalam Melakukan Standar Layanan Terkait Kepuasan Nasabah Studi Pada Kantor Kas World Trade Center Jakarta Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk," *Jurnal Sumber Daya Aparatur* 4, no. 2 (2022): 60-61.

- f) Penanganan Komplain atau Keluhan: Setiap keluhan atau komplain dari nasabah harus ditanggapi dan ditangani dengan cepat dan tepat..
- g) Kelengkapan dan Kegunaan Produk: Termasuk tersedianya fasilitas seperti ATM di lokasi strategis yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi.
- h) Perhatian Terhadap Nasabah di Masa Mendatang: Memastikan adanya pelayanan purna jual yang baik untuk menjaga kepuasan nasabah dalam jangka panjang.⁷⁰

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa kepuasan nasabah adalah ukuran sejauh mana harapan nasabah dipenuhi dengan membandingkan persepsi nasabah tentang pelayanan yang diterima. Kepuasan tercapai ketika persepsi nasabah mengenai kualitas pelayanan sesuai dengan atau melebihi harapan, sedangkan ketidakpuasan muncul jika pelayanan yang diterima tidak memenuhi ekspektasi.

d. Indikator Kepuasan Nasabah.

Menurut (Meithiana Indrasari) pengukuran kepuasan nasabah dapat dilakukan sebagai berikut :

- 1) Kesesuaian harapan (perasaan puas)
- 2) Minat berkunjung kembali
- 3) Kesiediaan merekomendasikan.⁷¹

⁷⁰. Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: 2019),87-88.

⁷¹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: 2019),92.

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah dapat tercermin melalui kualitas layanan yang diberikan kepada mereka. Hal ini dapat menciptakan perasaan puas di antara pelanggan terhadap layanan yang mereka terima. Oleh karena itu, ketika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan, harapannya dapat terwujud.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang mengumpulkan data berupa angka atau data kualitatif yang diubah menjadi angka. Data tersebut kemudian dianalisis dengan rumus statistik tertentu dan diinterpretasikan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Penelitian ini umumnya bertujuan untuk menemukan hubungan sebab-akibat (kausalitas).⁷² Penelitian ini juga digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance Dan Emphaty*) terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah).

B. Populasi Dan Sampel

Populasi dan sampel dalam penelitian kuantitatif merupakan istilah yang sering digunakan. Populasi bisa diartikan sekumpulan unit yang akan diteliti kerakteristiknya, namun jika populasi terlalu luas maka, penelitian harus mengambil sampel dari populasi yang telah didefinisikan.

1. Populasi

Sugiyono mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari,

⁷² Mundir, Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, (Jember: Stain Jember Press, 2013),38,<http://digilib.uinkhas.ac.id/593/>.

dan kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan.⁷³ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Nasabah di Bank Muamalat KCP Probolinggo pada tahun 2022 yang berjumlah 3.275 nasabah.⁷⁴

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dapat digunakan untuk menjelaskan (generalisasi) populasi, dimana sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan menggunakan sampel, peneliti dapat menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian.⁷⁵

Data yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. Teknik ini melibatkan pengambilan anggota sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.⁷⁶ Sampel yang diambil dianggap mampu mewakili populasi secara keseluruhan.

Dalam menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dapat ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Rumus slovin:

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

⁷³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabet, 2016): 80

⁷⁴ Desy Arifiyanti diawawancara oleh Luluk Mei Lia, Probolinggo, 11 November 2023.

⁷⁵ Siti Masrohatin, *Manajemen Kinerja Sumberdaya Manusia Pendekatan Islamic Value* (Bandung: Media Sains Indonesia), hal 169.

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabet, 2016): 82

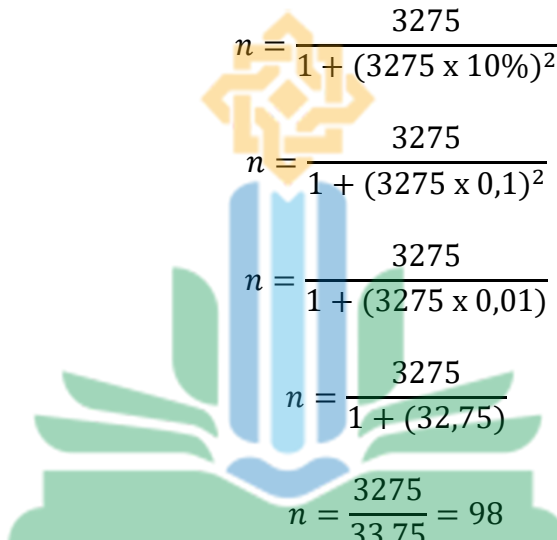
Keterangan:

n: Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

e: Margin eror yang ditoleransi ⁷⁷

Dengan menggunakan nilai e 10% maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:



$$n = \frac{3275}{1 + (3275 \times 10\%)^2}$$

$$n = \frac{3275}{1 + (3275 \times 0,1)^2}$$

$$n = \frac{3275}{1 + (327,5)^2}$$

$$n = \frac{3275}{1 + 107256,25}$$

$$n = \frac{3275}{107257,25} = 98$$

Berdasarkan perhitungan maka peneliti mendapatkan anggota sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 98 nasabah (dibulatkan menjadi 100 nasabah) yang masih aktif di Bank Muamalat KCP Probolinggo.

C. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data

Bagian terpenting dalam penelitian adalah data, karena inti dari penelitian adalah pengumpulan dan analisis data atau informasi yang kemudian akan diterjemahkan menjadi kesimpulan atau hasil penelitian.

⁷⁷ Ma'ruf Abdullah, "Metodologi Penelitian Kuantitatif", (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), 237.

Menurut Sugiyono, teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mengumpulkan data yang relevan.⁷⁸

Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono, kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan data yang melibatkan penyusunan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang disampaikan kepada responden dengan tujuan untuk meminta tanggapan atau jawaban dari mereka.⁷⁹ Dalam penyebaran kuesioner terhadap penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert diperlukan untuk mengukur persepsi, pendapat dan sikap seseorang atau suatu kelompok terkait fenomena sosial yang ada.⁸⁰

2. Dokumentasi

Mengumpulkan informasi dan data dari dokumen-dokumen terkait, seperti jumlah Nasabah Bank Muamalat KCP Probolinggo, data nasabah, sejarah Bank Muamalat atau materi yang terkait dengan layanan bank.

D. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data adalah proses pengolahan data setelah pengumpulan data dan jawaban dari responden

⁷⁸ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2016), 224.

⁷⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2016), 142.

⁸⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, 93.

serta sumber data lainnya selesai. Analisis data melibatkan pencarian dan penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari catatan observasi, penyebaran kuesioner, dan dokumentasi. Proses ini mencakup pengelolaan data ke dalam kategori, penjelasan setiap bagian, sintesis, pemilahan informasi yang penting, dan penyusunan data dalam bagian-bagian yang relevan. Tujuan akhir dari analisis data adalah untuk menyajikan informasi dalam bentuk yang mudah dipahami oleh pembaca umum, serta oleh peneliti itu sendiri.⁸¹

Dalam melakukan analisis data dalam penelitian ini dengan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Proses Editing

Mengedit data yang telah dikumpulkan melalui observasi atau survei lapangan adalah langkah awal dalam proses analisis data. Tujuan utama dari pemrosesan atau pengeditan data adalah untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dapat dievaluasi secara menyeluruh dan akurat..

2. Tabulasi.

Setelah data disajikan dalam bentuk tabel, langkah berikutnya adalah melakukan tabulasi. Proses ini bertujuan agar data dapat disusun, dihitung, dan ditata dengan mudah untuk analisis lebih lanjut. Setelah tabulasi selesai, data dalam tabel akan diolah menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS)

⁸¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 147.

versi 30.0 *for Windows*. Pengolahan dan analisis data dengan SPSS bertujuan untuk menggabungkan informasi dan menghasilkan jawaban yang diperlukan, sehingga akhirnya dapat diambil keputusan atau simpulan dari penelitian.

3. Uji instrument Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah skala yang mengukur sejauh mana keabsahan atau kesahihan data, serta validitas instrumen penelitian.⁸² Hal ini mencakup penilaian terhadap sejauh mana instrumen dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Sependapat dengan itu, Sugiyono menyatakan bahwa uji validitas mengacu pada kevalidan antara informasi yang terkait dengan setiap subjek penelitian dan data yang diperoleh dari instrumen penelitian.⁸³

Pengertian validitas tersebut menunjukkan ketepatan dan kesesuaian alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel. Alat ukur dapat dikatakan valid jika benar-benar sesuai dan menjawab secara cermat tentang variabel yang akan diukur.⁸⁴ Uji ini juga memastikan konsistensi antara data yang diperoleh dari setiap objek penelitian dan data yang sesungguhnya terjadi di

⁸² Slamet widodo, dkk, *Buku Ajar Metode Penelitian* (Pangkalpinang: Science Techno Direct Perum Korpri,2023)

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 121.

⁸⁴ Sugiono, Noerdjanah, dan Afrianti Wahyu, "Uji validitas dan reliabilitas alat ukur SG posture evaluation," *Jurnal Keterampilan Fisik* 5, no. 1 (2020): 59, <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>.

lapangan. Informasi yang valid adalah informasi yang tidak menunjukkan perbedaan antara data yang disampaikan oleh peneliti dan data yang ada pada objek penelitian, sehingga mencerminkan keadaan sebenarnya.

Uji validitas dilakukan untuk menilai apakah data yang diperoleh melalui angket atau kuesioner dalam penelitian memiliki tingkat validitas yang baik atau tidak. Dalam penelitian ini, uji validitas menggunakan software *SPSS version 30.0 for Windows*. Adapun bagian nilai dalam penilaian uji validitas yaitu sebagai berikut:⁸⁵

- a) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel} = \text{valid}$
 - b) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel} = \text{tidak valid}$
- b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian terhadap keandalan dan konsistensi instrumen dalam penelitian, yang bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dapat dipercaya dan menghasilkan hasil yang konsisten. Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu skala atau instrumen mampu memberikan hasil yang stabil dan akurat ketika digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama. Dengan kata lain, jika instrumen diujikan beberapa kali terhadap kondisi atau subjek

⁸⁵ Nilda Miftahul Janna, "Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS," (2021): 2.

yang serupa, maka hasil pengujiannya akan tetap menunjukkan nilai yang sama atau sangat mirip.⁸⁶

Adapun uji reliabilitas terhadap penelitian ini dengan menggunakan metode *cronbach alpha* dengan bantuan aplikasi yang terdapat pada *IMB SPSS Version 30.0 for window*. Untuk kategori nilai tersendiri dalam uji reliabilitas terdapat lima bagian yaitu apabila nilai hitung $< 0,200$ dinyatakan tidak reliabel, untuk nilai skala $0,210-0,400$ dinyatakan kurang reliabel, dengan skala nilai $0,410-0,600$ terbilang cukup reliabel, sedangkan untuk nilai berskala $0,6100,800$ dinyatakan reliabel, begitu juga skala nilai $> 0,810$ dinyatakan sangat reliabel.⁸⁷

4. Uji Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi-asumsi regresi bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian tidak mengalami kesalahan spesifikasi (*misspecification*). Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi tiga uji utama, yaitu:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah data penelitian terdistribusi normal atau tidak, dan dalam penelitian ini,

⁸⁶ Rokhmad Slamet dan Sri Wahyuningsih, "Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja," *Jurnal Management dan Bisnis* 17, no. 2 (2022): 53, <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>.

⁸⁷ Rokhmad Slamet dan Sri Wahyuningsih, *Jurnal Management dan Bisnis*, 53.

pendekatan yang digunakan adalah Kolmogorov-Smirnov dengan dua asumsi:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka residual tidak berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka residual berdistribusi normal.⁸⁸

b) Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan linier yang kuat antara variabel independen dalam model regresi, yang dapat menyebabkan masalah dalam analisis. Uji ini juga penting untuk mencegah kesalahan dalam pengambilan keputusan terkait pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian multikolinieritas dapat dilakukan dengan menggunakan dua indikator utama yaitu Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 : Ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas yang signifikan antara variabel independen dalam model regresi.
- 2) Nilai Tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 : Ini menunjukkan adanya multikolinieritas yang signifikan antara variabel independen.⁸⁹

⁸⁸ Abd Rozak dan Wiwin Sri Hidayati, "Pengolahan data dengan SPSS," (2019): 53.

⁸⁹ Dwi Prayetno, *Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), 152.

c) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengevaluasi adanya perbedaan dalam variasi residual antar periode pengamatan. Penilaian ini dapat dilakukan melalui analisis scatterplot, di mana regresi dianggap bebas dari heteroskedastisitas jika titik-titik data tersebar secara merata di sekitar nilai nol tanpa terfokus pada area tertentu atau membentuk pola bergelombang yang melebar dan menyempit secara berulang. Penyebaran data juga harus tidak menunjukkan pola tertentu yang konsisten.⁹⁰

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk mengevaluasi pengaruh dari lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menentukan sejauh mana variabel-variabel independen mempengaruhi variabel dependen dan untuk memodelkan hubungan tersebut dalam bentuk persamaan matematis.⁹¹

Rumus ekonometrika untuk regresi linier berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5^{92}$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

⁹⁰Dwi Prayetno, *Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), 152.

⁹¹ Suprianik, S.E., M.SI, Agung Parnomo, S.E., M.SI et al., *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS* (Jember: STIE Mandala Jember, 2021)

⁹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 2016, 192

α = Konstansta

b_1 = Koefisien regresi variabel X1 (*tangible*)

b_2 = Koefisien regresi variabel X2 (*reliability*)

b_3 = Koefisien regresi variabel X3 (*responsiveness*)

b_4 = Koefisien regresi variabel X4 (*assurance*)

b_5 = Koefisien regresi variabel X5 (*empathy*)

X_1 = Bukti fisik (*Tangible*)

X_2 = Kehandalan (*Reliability*)

X_3 = Daya tanggap (*Responsiveness*)

X_4 = Jaminan (*Assurance*)

X_5 = Empati / kepedulian (*Empathy*)

6. Uji Hipotesis

Untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dalam analisis regresi linier berganda, digunakan uji t. Sedangkan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen, digunakan uji F.

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen, digunakan uji t. dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan >0.05 maka H_0 diterima artinya H_a ditolak.

2) Jika nilai signifikan < 0.05 maka H_0 ditolak artinya H_a diterima.⁹³

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen dalam model regresi. Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, berikut adalah kriteria pengujiannya:

1) Jika nilai signifikan $\geq \alpha = 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Jika nilai signifikan $\leq \alpha = 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.⁹⁴

c. Uji R^2 (Uji Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui presentasi perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).⁹⁵ Jika R^2 semakin besar maka presentase perubahan variabel Y yang disebabkan oleh variabel X semakin tinggi, dan kebalikannya.

⁹³ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8.* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013)

⁹⁴ Aminatus Zahriyah, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, 67.

⁹⁵ Sugiyono Susanto dan Agus, *Aplikasi Mudah Belajar SPSS dan Lisrael*, 170.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil Bank Muamalat

Bank Muamalat adalah perusahaan publik yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Bank ini secara resmi memulai operasi sebagai Bank Devisa pada tanggal 27 Oktober 1994, berdasarkan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 27/76/KEP/DIR, yang menetapkan PT Bank Muamalat Indonesia sebagai Bank Devisa. Selanjutnya, berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-79/MK.03/1995 tanggal 6 Februari 1995, Bank Muamalat secara resmi ditunjuk sebagai Bank Devisa Persepsi Kas Negara.

2. Sejarah Bank Muamalat KCP Probolinggo

Sejarah berdirinya Bank Muamalat KCP Probolinggo tidak akan lepas dari sejarah berdirinya PT Bank Muamalat Indonesia Tbk karena Bank Muamalat KCP Probolinggo ini merupakan kantor cabang pembantu. Bank Muamalat Indonesia melalui perjalanan bisnisnya sebagai bank syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau Rabi'ustani 1412 H. Bank Muamalat Indonesia didirikan dengan inisiatif dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMIA), dan pengusaha Muslim, yang kemudian memperoleh dukungan dari pemerintah Republik Indonesia. Bank ini resmi memulai

operasinya pada tanggal 1 Mei 1992, yang bertepatan dengan 27 Syawal 1412 H.

Seiring dengan semakin berkembangnya kapasitas dan pengakuan terhadap bank, Bank Indonesia memperluas jaringan kantor cabangnya ke seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, bank ini memperoleh izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia, menjadikannya sebagai bank pertama dari Indonesia dan satu-satunya yang berhasil mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia.⁹⁶ Selain di Malaysia kantor cabang Bank Muamalat juga berada di Malang, kantor cabang Malang semakin memperluas jaringannya dengan mendirikan kantor cabang pembantu salah satunya Bank Muamalat KCP Probolinggo berdiri pertama kali di Kota Probolinggo pada Agustus 2010. Kantor cabang pembantu ini dimaksud untuk mewakili kantor cabang utama dalam menjalankan kegiatan usaha kantornya berpusat di Jl. Soekarno Hatta No.43 Probolinggo Jawa Timur-712, kantornya bersebelahan dengan kantor Oppo. Namun pada tahun 2014 kantor Bank Muamalat KCP Probolinggo berpindah ke Jl. Soekarno Hatta No.275 Kav.4, Tisnonegaran, Mayangan Sukabumi, Kota Probolinggo, Jawa Timur 67211. Pengrekrutan karyawan berasal dari kantor cabang di Malang, dan sekarang karyawan Bank satu orang di bagian CS, satu orang di bagian teller, satu pimpinan, satu orang OB dan satu security. Banyak produk yang ditawarkan di Bank Muamalat KCP Probolinggo berupa produk

⁹⁶ Bank Muamalat Indonesia, "Tentang Muamalat", <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/profil-bank-muamalat>.

penghimpunan dana (*funding*) seperti tabungan giro, deposito, produk Penyaluran dana (*financing*) dan produk e-Muamalat.⁹⁷

3. Visi – Misi Bank Muamalat KCP Probolinggo

a. VISI

"Menjadi Bank Syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional"

b. MISI

"Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat wirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang Islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan."⁹⁸

4. Makna Logo Bank Muamalat KCP Probolinggo



Gambar 4.1 Logo Bank Muamalat

Logo bank muamalat terdiri dari tiga huruf arab, yaitu huruf- huruf Daal, Yaa" dan Nuun, dengan menggunakan tiga titik, dua huruf

⁹⁷ Hasil wawancara dengan customer service bank Muamalat KCP Probolinggo, Ayu Nur Agustina.

⁹⁸ Bank Muamalat Indonesia, "Tentang Muamalat Visi dan Misi", <https://www.bank-muamalat.co.id/index.php/visi-misi> diakses Maret 2024.

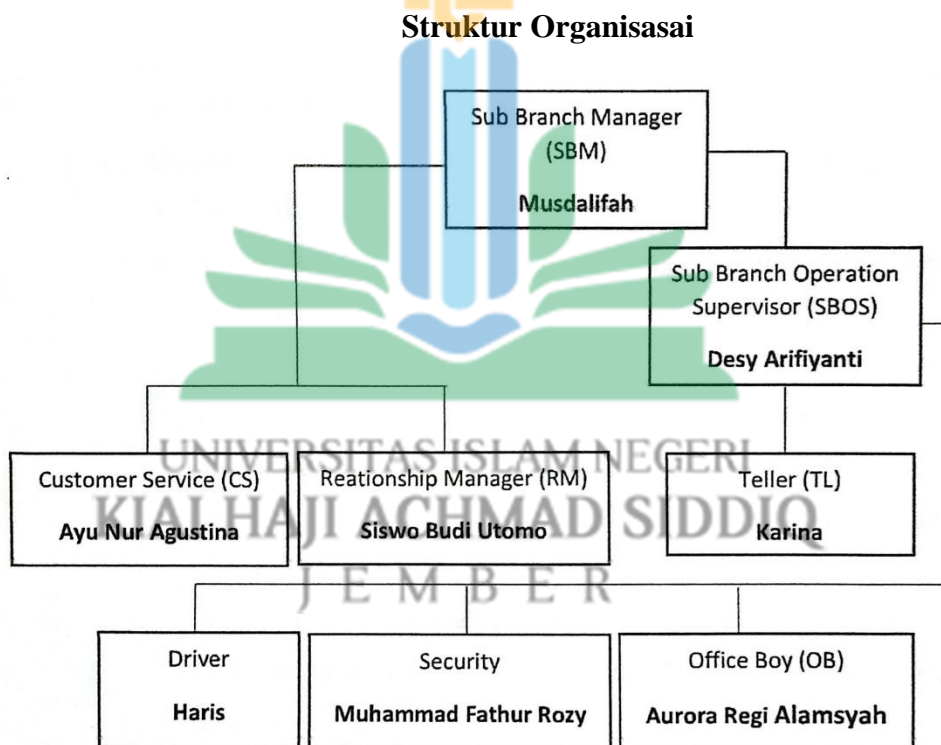
dan satu huruf Nuun. Rangkaian huruf tersebut selalu menghasilkan makna “hubungan timbal baik yang adil dan harmonis”.⁹⁹

- a. **Din – Agama:** Menurut pandangan ini, semua aktivitas yang dilakukan merupakan hubungan timbal balik yang didasari oleh prinsip-prinsip agama, dengan tujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan semua pihak.
- b. **Din – Perhitungan Teliti, Ketaatan, Ganjaran:** Perhitungan dalam lalu lintas keuangan harus dilakukan secara sangat teliti, didasari oleh ketaatan kepada Allah SWT dan peraturan-peraturan yang berlaku, dengan tujuan untuk memperoleh ganjaran baik di dunia maupun di akhirat.
- c. **Daiya – Pemberian atau Penerimaan Pinjaman:** Pemberian pinjaman tanpa margin atau bagi hasil diberikan untuk membiayai pengusaha kecil yang tidak memiliki modal tetapi memiliki potensi bisnis yang baik. Hutang yang timbul sebagai konsekuensi dari pembiayaan ini merupakan bagian dari investasi yang diberikan oleh Bank Muamalat.
- d. **Titik-titik pada Huruf:** Titik-titik yang diletakkan pada huruf-huruf tersebut bertujuan untuk memperjelas makna huruf tersebut. Bilangan tiga, yang melambangkan kesempurnaan, menunjukkan bahwa ketiga titik pada huruf-huruf yang dipilih mencerminkan kejelasan sempurna yang dapat diperoleh dan diberikan oleh Bank Muamalat.

⁹⁹ Bank Muamalat Indonesia, “Tentang Muamalat Logo, www.bankmuamalat.co.id, diakses pada tanggal 27 April 2024

- e. **Warna Hijau:** Warna hijau melambangkan kesuburan, pengembangan, dan pertumbuhan, serta mencerminkan nilai-nilai agama yang selalu menjadi pegangan para pengelola bank ini. Secara ringkas, logo Bank Muamalat menggambarkan suatu rangkaian kegiatan ekonomi yang aktif dan harmonis di dalam suatu negeri yang subur dan berperadaban tinggi, berdasarkan nilai-nilai agama yang luhur.¹⁰⁰

5. Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Probolinggo



Gambar 4.2 PT. Bank Muamalat KCP Probolinggo

¹⁰⁰ Bank Muamalat Indonesia, "Tentang Muamalat Logo, www.bankmuamalat.co.id, diakses pada tanggal 27 April 2024

Adapun uraian Tugas, Fungsi dan Tata Kerja PT. Bank Muamalat KCP Probolinggo adalah sebagai berikut¹⁰¹ :

a. SBM (Sub Branch Manager)

- 1) Mengatur operasional bank.
- 2) Menjabarkan kebijakan pemimpin kedalam kebijakan manajemen yang bersifat praktis operasional.
- 3) Memimpin jalannya bank muamalat sesuai dengan tujuan dan selalu mengacu pada visi dan misi yang ingin dicapai.
- 4) Membuat rencana kerja atau laporan secara periodik.
- 5) Mengendalikan dan mengurus proses harian dan manajemen bank.
- 6) Membangun hubungan yang luas kepada bank lain untuk mendukung pengembangan program bank yang sedang berjalan.

b. SBOS (Sub Branch Operation Supervisor)

- 1) Melakukan riset, survey dan pengembangan produk.
- 2) Melakukan review produk dan fitur produk.
- 3) Merumuskan tarif layanan produk

c. Relationship Manager Funding

- 1) Untuk mencari nasabah yang mempunyai dana lebih agar mau untuk menyimpannya ke dalam bank dalam bentuk produk yang ditawarkan oleh bank itu sendiri. Produk bank yang dimaksud yaitu dalam bentuk simpanan tabungan, simpanan giro dan simpanan deposito.

¹⁰¹ Dokumentasi Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Probolinggo diakses 2024.

- 2) Memperkenalkan, mempromosikan, memasarkan produk perbankan, dan memperluas jaringan atau relasi antar perbankan atau dengan dunia luar perbankan itu sendiri.
- 3) Bertanggung jawab pada pencapaian target bidang usaha funding(pendanaan).
- 4) Menyusun rencana pemasaran tahunan berdasarkan target yang telah ditetapkan dan rencana kerja bulanan.

d. CS (Customer Service)

- 1) Melayani pembukaan, penutupan serta pemeliharaan rekening Giro, Deposito, Tabungan
- 2) Mengisi data statis nasabah pada PC.
- 3) Membantu nasabah mengisi form pembukaan dan penutupan rekening.
- 4) Melayani permohonan pembuatan dan penutupan kartu ATM,
- 5) Membantu nasabah mengisi form yang harus diisi dalam permohonan pembuatan kartu ATM.
- 6) Menyerahkan kartu ATM yang sudah jadi kepada nasabah.
- 7) Menyerahkan kartu ATM yang tertelan mesin kepada nasabah setelah melalui prosedur tertentu..

e. Teller

- 1) Melayani transaksi nasabah yang datang secara tunai/kas dan warkat bank lain, serta transaksi online sesuai kewenangan yang berlaku.

- 2) Melayani setoran Pajak/Penerimaan Negara, BPIH, Western Union, pelayanan jasa bank lainnya dan aktivitas Payment Point.
- 3) Melakukan entry data transaksi ke dalam sistem.
- 4) Menyelesaikan semua laporan harian setelah aktivitas transaksi tutup.
- 5) Menghitung total transaksi kas yang dilakukan hari itu.
- 6) Melakukan penyetoran uang.
- 7) Melakukan pemindah bukuan.

f. Security

- 1) Membukakan pintu apabila ada nasabah yang datang.
- 2) Menjaga keamanan dan tata tertib kantor.
- 3) Pemeliharaan kantor dan pemeliharaan inventarisasi kantor serta perlengkapan kantor/perbekalan kantor.
- 4) Membantu dalam melayani nasabah.

g. OB (Office Boy)

- 1) Bertanggung jawab atas kebersihan kantor.
- 2) Menyediakan makanan dan minuman bagi staf kantor.
- 3) Pembantu umum.
- 4) Pemeliharaan kantor dan pemeliharaan investarisasi kantor serta perlengkapan/perbekalan kantor.

h. Driver

- 1) Mengantar jemput para kru dalam melaksanakan tugas
- 2) Menjaga agar kondisi kendaraan dinas kantor selalu dalam keadaan siaga.

B. Penyajian Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data primer yang diperoleh berdasarkan penyebaran kuesioner (angket) yang dilakukan terhadap nasabah Bank Muamalat kantor cabang pembantu Probolinggo pada tahun 2024. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka hasil penelitian menyajikan dan menganalisis data dalam bentuk penyajian data sesuai dengan hasil pengukuran.

1. Penyebaran Kuesioner

Tabel 4.1

Data sampel yang diperoleh (sebaran kuesioner)

No	Keterangan	Jumlah	presentase
1	Kuesioner disebar	100	100%
2	Kuesioner yang dipakai (diisi)	100	100%
3	Kuesioner yang kembali	100	100%
4	Kuesioner yang tidak terpakai	0	0
5	Kuesioner yang tidak dipakai (tidak diisi)	0	0

Sumber : Hasil pengolahan data primer 2024

Data diatas pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa bahwa dari penyebaran kuesioner sebanyak 100 kuesioner yang kembali 100%. Berarti secara keseluruhan setiap penyebaran yang dilakukan dijawab oleh

beberapa Nasabah Bank Muamalat kantor cabang pembantu Probolinggo. Sehingga data yang dapat diolah pun sebanyak 100 kuesioner.

2. Distribusi Penyebaran

Tabel 4.2

Distribusi penyebaran kuesioner

No	Cabang/Daerah	Jumlah responden	presentase
1	Muamalat KCP Probolinggo	100	100%

Sumber : Hasil pengolahan data primer 2024

Data diatas pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa proporsi penyebaran kuesioner dari 100 responden yang mengisi berada di wilayah Probolinggo dan dapat diketahui memang dari jumlah sampel nasabah Bank Muamalat kantor cabang pembantu area Probolinggo sebanyak 100 nasabah.

3. Uji Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada hasil penelitian didapat gambaran mengenai jenis kelamin responden yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.3

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		F	%
Valid	Laki-Laki	37	37%
	Perempuan	63	63%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Berdasarkan tabel data hasil responden di atas, gender nasabah Bank Muamalat KCP Probolinggo menunjukkan nasabah perempuan sejumlah 63% atau 67responden. Sedangkan untuk laki-laki sejumlah 37

responden atau 37%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada nasabah dengan jenis kelamin laki-laki.

4. Uji Deskriptif Berdasarkan Usia

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran

	Usia	F	%
Valid	17-20 Tahun	8	8%
	21-30 Tahun	42	42%
	31-40 Tahun	47	47%
	40-50 Tahun	3	3%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa usia responden berturut-turut yaitu mulai dari <20 tahun sebanyak 8 orang (8%), usia 21-30 tahun sebanyak 42 orang (42%), usia 31-40 tahun sebanyak 47 orang (47%), dan usia 40-50 tahun sebanyak 3 orang (3%). Sehingga dapat dilihat bahwa responden Bank Muamalat KCP Probolinggo paling banyak yaitu berusia 31-40 tahun dengan jumlah 47 orang dari 100 responden.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel bebas yaitu, Kualitas Pelayanan *Tangible* sebagai variabel X1, *Reliability* sebagai variabel X2, *Responsivness* sebagai variabel X3, *Assurance* sebagai variabel X4, dan *Empathy* sebagai variabel X5, serta variabel terikatnya yaitu Kepuasan nasabah atau variabel Y. Dimana data variabel yang didapatkan dengan hasil kuisioner yang peneliti bagikan pada 100 responden. Untuk menguji

kebenaran dan keandalan dari kuisioner, pada penelitian ini menggunakan program SPSS 30.0. berikut hasil analisa pada data responden.

1. Uji Instrumen Data

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas ini berguna untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisioner, jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur maka data dianggap valid. Dasar dalam pengambilan uji validitas ini, dapat dideteksi menggunakan dua hal. Pertama, membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel, dengan ketentuan jika:

Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka data valid.

Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka data tidak valid¹⁰²

Untuk mengetahui nilai r-tabel dengan melihat nilai N yang berarti jumlah sampel yang digunakan pada signifikansi 5% pada tabel distribusi nilai r-tabel statistik. Sehingga pada penelitian ini, dimana jumlah $N=100$ pada signifikansi 5% atau 0.05. Degree of freedom (df) dihitung sebagai $N-2$, sehingga $df = 100-2 = 98$. Maka diperoleh nilai r-tabel sebesar 0,196. Kedua, yaitu dengan melihat nilai signifikansi (Sig.)

apabila: nilai signifikansi $< 0,05$ maka Valid

nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak valid¹⁰³

Berikut tabel hasil uji validitas menggunakan program SPSS 30.0:

¹⁰² V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian*, 2015, 147.

¹⁰³ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian*, 2015, 147.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Kualitas Pelayanan *Tangible*)

No. Item	r-hitung		r-tabel 5%(N=100)	Sig.	Kriteria
1	0,777	>	0,196	0,000	Valid
2	0,764	>	0,196	0,000	Valid
3	0,861	>	0,196	0,000	Valid
4	0,777	>	0,196	0,000	Valid

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa nilai r-hitung untuk setiap item pertanyaan lebih besar daripada nilai r-tabel, serta nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05. Maka seluruh item pertanyaan kualitas pelayanan *Tangible* (X1) dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Kualitas Pelayanan *Reliability*)

No. Item	r-hitung		r-tabel 5%(N=100)	Sig.	Kriteria
1	0,879	>	0,196	0,000	Valid
2	0,778	>	0,196	0,000	Valid
3	0,798	>	0,196	0,000	Valid
4	0,785	>	0,196	0,000	Valid
5	0,848	>	0,196	0,000	Valid

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Pada tabel diatas membuktikan bahwa item setiap pertanyaan kuesioner pada variabel *Reliability* (X2) dinyatakan valid. Karena nilai r-hitung untuk setiap item pertanyaan lebih besar daripada nilai r-tabel, serta nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05. Maka seluruh item pertanyaan kualitas pelayanan *Reliability* (X2) dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel X3 (Kualitas Pelayanan *Responsiveness*)

No. Item	r-hitung		r-tabel 5%(N=100)	Sig.	Kriteria
1	0,819	>	0,196	0,000	Valid
2	0,824	>	0,196	0,000	Valid
3	0,880	>	0,196	0,000	Valid
4	0,846	>	0,196	0,000	Valid

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Pada tabel diatas diketahui bahwa nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel, dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,5. Sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap item pernyataan kuisioner pada variabel *Responsiveness* (X3) dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel X4 (Kualitas Pelayanan *Assurance*)

No. Item	r-hitung		r-tabel 5%(N=100)	Sig.	Kriteria
1	0,837	>	0,196	0,000	Valid
2	0,840	>	0,196	0,000	Valid
3	0,863	>	0,196	0,000	Valid
4	0,825	>	0,196	0,000	Valid

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Pada tabel diatas diketahui bahwa nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel, dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,5. Sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap item pernyataan kuisioner pada variabel *Assurance* (X4) dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel X5 (Kualitas Pelayanan *Empathy*)

No. Item	r-hitung	>	r-tabel 5%(N=100)	Sig.	Kriteria
1	0,832	>	0,196	0,000	Valid
2	0,880	>	0,196	0,000	Valid
3	0,837	>	0,196	0,000	Valid
4	0,777	>	0,196	0,000	Valid
5	0,796	>	0,196	0,000	Valid

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Pada tabel diatas diketahui bahwa nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel, dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,5. Sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap item pernyataan kuisioner pada variabel *Empathy* (X5) dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

No. Item	r-hitung	>	r-tabel 5%(N=100)	Sig.	Kriteria
1	0,777	>	0,196	0,000	Valid
2	0,840	>	0,196	0,000	Valid
3	0,855	>	0,196	0,000	Valid
4	0,883	>	0,196	0,000	Valid
5	0,860	>	0,196	0,000	Valid

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Hasil dari uji validitas menunjukkan bahwa nilai r-hitung untuk setiap item pertanyaan lebih besar daripada nilai r-tabel, serta nilai signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05. Maka seluruh item pertanyaan Variabel (Y) Kepuasan Nasabah dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

b. Hasil Uji Reabilitas

Setelah item pernyataan kuisioner variabel dinyatakan valid, maka dilanjutkan pada uji reabilitas, karena suatu kuisioner penelitian dikatakan berkualitas jika sudah terbukti validitas dan reabilitasnya. Tujuan dari uji ini yaitu untuk mengetahui apakah kuisioner memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan secara berulang. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60.¹⁰⁴ Berikut tabel hasil uji reliabilitas menggunakan program SPSS 30.0:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 (*Tangible*)

Crombach's Alpha	N of Items
0,806	4

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Data pada variabel diatas dapat dilihat nilai *Crombach's Alpha* > 0,806 > 0,60. Sehingga variabel X1 (*Tangible*) dinyatakan *reliabel*.

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 (*Reliability*)

Crombach's Alpha	N of Items
0,875	5

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Data pada variabel diatas dapat dilihat nilai *Crombach's Alpha* 0,875 > 0,60. Sehingga variabel X2 (*Reliability*) dinyatakan sangat *reliabel*.

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X3 (*Responsiveness*)

Crombach's Alpha	N of Items
0,858	4

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

¹⁰⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian*, 2015, 147.

Data pada variabel diatas dapat dilihat nilai *Crombach's Alpha* 0,858 > 0,60. Sehingga variabel X3 (*Responsiveness*) dinyatakan sangat *reliabel*.

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X4 (*Assurance*)

Crombach's Alpha	N of Items
0,862	4

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Data pada variabel diatas dapat dilihat nilai *Crombach's Alpha* 0,862 > 0,60. Sehingga variabel X4 (*Assurance*) dinyatakan sangat *reliabel*

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X5 (*Empathy*)

Crombach's Alpha	N of Items
0,882	5

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Data pada variabel diatas dapat dilihat nilai *Crombach's Alpha* 0,882 > 0,60. Sehingga variabel X5 (*Empathy*) dinyatakan sangat *reliabel*

Tabel 4.16
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (*Kepuasan Nasabah*)

Crombach's Alpha	N of Items
0,852	5

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Data pada variabel diatas dapat dilihat nilai *Crombach's Alpha* 0,898 > 0,60. Sehingga variabel Y (*Kepuasan Nasabah*) dinyatakan sangat *reliabel*.

Untuk lebih lengkapnya ada di lampran

Kesimpulannya adalah riset ini memiliki instrumen riset yang reliable dan pernyataan tentang beberapa variabel tersebut relatif stabil.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menilai apakah data yang dianalisis memiliki distribusi normal. Teknik yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov, di mana jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual memiliki distribusi normal.¹⁰⁵

Tabel 4.17
Hasil Uji Normalitas

One sample kolmogorov-smirnov test			
			Unstandardized residual
N			100
Normal parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000	
	Std.deviation	1,42137948	
Most Extreme Differences	Absolute	0,082	
	Positive	0,082	
	Negative	-0,082	
Test Statistic			0,082
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			0,093
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	Lower	0,098
		Bound	0,091
	Interval	Upper bound	0,106
a. Test distribution is Normal			
b. Calculated from data			
c. Lilliefors Significance Correction			

¹⁰⁵Dwi Prayitno, Belajar Olah Data dengan SPSS 17, (Yogyakarta: ANDI, 2009), 97

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 334431365.

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai Unstandardized Asymp.Sig untuk variabel X1, X2, X3, dan X4 terhadap Y adalah $0,093 > 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa residual mengikuti distribusi normal atau uji normalitas terpenuhi. Ini menunjukkan bahwa item-item dalam data tersebar secara normal atau dapat melanjutkan analisis lebih lanjut.

b. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi yang signifikan antara variabel independen dalam model regresi. Uji ini menggunakan metode tolerance dan faktor inflasi varian (VIF), dengan ketentuan bahwa nilai toleransi harus $> 0,10$ dan nilai VIF harus < 10 maka Hasil uji menunjukkan bahwa tidak ada indikasi multikolinieritas dalam model regresi tersebut.¹⁰⁶

Tabel 4.18
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	<i>Tangible</i>	0,195	5,117
	<i>Reliability</i>	0,116	8,597
	<i>Responsiveness</i>	0,252	3,964
	<i>Assurance</i>	0,396	2,522
	<i>Empathy</i>	0,196	5,133
a. dependent variable : Kepuasan			

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

¹⁰⁶ Dwi Prayitno, *Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), 152.

Dari hasil uji multikolinearitas, ditemukan bahwa:

- 1) Variabel *Tangible* (X1) memiliki nilai tolerance sebesar $0,195 > 0,10$, dan nilai VIF sebesar $5,117 < 10$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas pada variabel *Tangible*, atau tidak ada korelasi yang signifikan antara variabel independen ini.
- 2) Variabel *Reliability* (X2) memiliki nilai tolerance sebesar $0,116 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $8,597 < 10$. Ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas pada variabel *Reliability*, atau tidak ada korelasi yang signifikan antara variabel independen ini.
- 3) Variabel *Responsiveness* (X3) memiliki nilai tolerance sebesar $0,252 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $3,964 < 10$. Dengan demikian, tidak ada multikolinearitas pada variabel *Responsiveness*, atau tidak ada korelasi yang signifikan antara variabel independen ini.
- 4) Variabel *Assurance* (X4) memiliki nilai tolerance sebesar $0,396 > 0,10$, dan nilai VIF sebesar $2,522 < 10$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas pada variabel *Assurance*, atau tidak ada korelasi yang signifikan antara variabel independen ini.
- 5) Variabel *Empathy* (X5) memiliki nilai tolerance sebesar $0,196 > 0,10$, dan nilai VIF sebesar $5,133 < 10$. Dengan demikian, tidak ada multikolinearitas pada variabel *Empathy*, atau tidak ada korelasi yang signifikan antara variabel independen ini.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

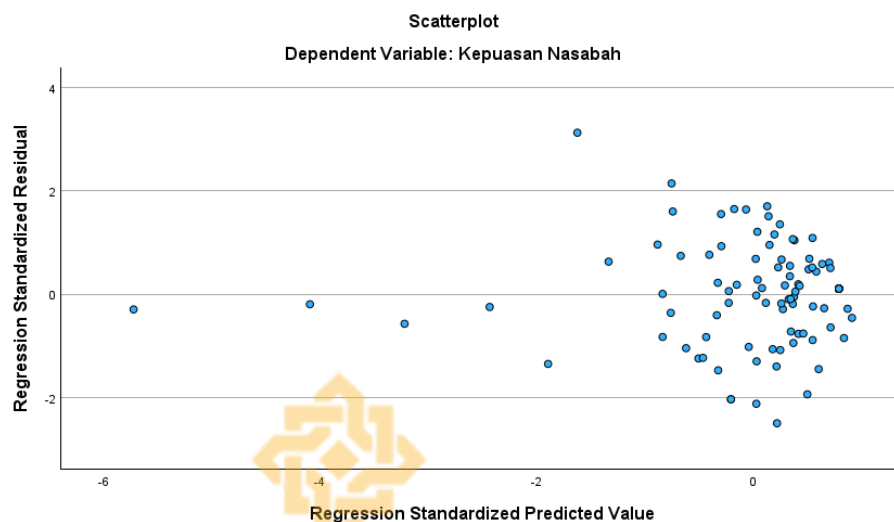
Dalam pengujian berikutnya, yakni uji heteroskedastisitas, bertujuan untuk menentukan apakah terdapat kesamaan varians dari nilai residual di seluruh pengamatan dalam model regresi.¹⁰⁷

Untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas menggunakan metode scatterplot, berikut adalah ketentuan yang dapat dilihat dari gambar scatterplot:

- 1) Jika terbentuk pola tertentu: Apabila titik-titik pada scatterplot menunjukkan pola yang teratur, misalnya pola yang mula-mula memanjang sebelum kemudian menyempit atau pola beraturan lainnya, hal ini mengindikasikan adanya gejala heteroskedastisitas. Pola ini menunjukkan bahwa varians residual tidak konstan, melainkan bervariasi secara sistematis.
- 2) Jika tidak menunjukkan pola khas: Apabila scatterplot tidak menunjukkan pola yang khas dan titik-titik tersebar secara acak di bawah dan di atas sumbu Y nol, maka tidak ada indikasi heteroskedastisitas. Dalam kasus ini, varians residual dianggap konstan dan penelitian dapat dilanjutkan tanpa kekhawatiran adanya heteroskedastisitas. Berikut ini merupakan hasil dari uji heteroskedastisitas:

¹⁰⁷ Dwi Prayitno, *Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), 159.

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas di atas, terlihat bahwa titik-titik data menyebar di sekitar angka 0, baik di atas maupun di bawahnya. Titik-titik tersebut tidak terkonsentrasi pada satu titik tertentu dan tidak membentuk pola tertentu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Dengan demikian, data penelitian dinyatakan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah analisis statistik yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas atau variabel estimator atau variabel independent terhadap satu variabel terikat atau variabel dependent atau variabel.¹⁰⁸

¹⁰⁸ Suprianik, S.E., M.SI, Agung Parnomo, S.E., M.SI et al., *Ekonometrika Teknik Dan*

Pengujian regresi linier berganda bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh dari dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap satu variabel terikat (Y). Berikut adalah hasil dari uji regresi linier berganda yang melibatkan variabel *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), dan *Empathy* (X5) terhadap kepuasan nasabah (Y).

Tabel 4.19
Hasil uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,692	.475		1.457	0,149
	Tangible	0,259	.054	.220	4.799	0,000
	Reliability	0,157	.059	.159	2.674	0,009
	Responsiveness	0,257	.042	.247	6.105	0,000
	Assurance	0,118	.035	.109	3.385	0,001
	Empathy	0,305	.042	.332	7.235	0,000

a. dependent variable : Kepuasan

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Pada tabel 4.19 di atas, dapat dilihat nilai-nilai dari variabel yang diuji. Berdasarkan nilai-nilai tersebut, persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5^{109}$$

$$Y = 0,692 + 0,259X_1 + 0,157X_2 + 0,257X_3 + 0,118X_4 + 0,305X_5$$

di mana:

$$Y = (\text{kepuasan nasabah})$$

a = konstanta

b = koefisien regresi untuk variabel independen

$X_1 = \text{Tangible}$

$X_2 = \text{Reliability}$

$X_3 = \text{Responsiveness}$

$X_4 = \text{Assurance}$

$X_5 = \text{Empathy}$

- a. Konstanta sebesar 0,692 mengindikasikan bahwa ketika kelima variabel bebas berada dalam keadaan konstan, tingkat kepuasan nasabah berada pada nilai 0,692. Dengan kata lain, nilai konstanta ini menunjukkan bahwa dalam model regresi yang digunakan, ketika tidak ada perubahan pada kelima variabel bebas, nilai prediksi tingkat kepuasan nasabah tetap berada pada angka 0,692. Hal ini menegaskan bahwa tanpa adanya pengaruh dari variabel bebas yang dianalisis, tingkat kepuasan nasabah yang diukur dalam penelitian ini memiliki nilai dasar sebesar 0,692.
- b. Koefisien regresi X_1 (*Tangible*) dalam analisis regresi linier berganda adalah 0,259. Ini berarti bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan pada *tangible* akan meningkatkan jumlah kepuasan nasabah sebesar 0,259. Dengan kata lain, ada hubungan positif antara *tangible* terhadap kepuasan nasabah. Jika *tangible* meningkat, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.

- c. Koefisien regresi berganda X2 (*Reliabilitas*) dalam analisis regresi linier berganda bernilai 0,157. Ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan pada *reliabilitas* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,157. Jadi, *reliabilitas* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, jika *reliabilitas* meningkat, kepuasan nasabah juga akan bertambah.
- d. Koefisien regresi berganda X3 (*Responsiveness*) dari analisis regresi linier berganda adalah sebesar 0,257. Ini berarti bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan dalam hal *responsiveness* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,257. Dengan kata lain, *responsiveness* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, jika *responsiveness* meningkat, kepuasan nasabah juga akan meningkat.
- e. Koefisien regresi berganda X4 (*Assurance*) dalam analisis regresi linier berganda adalah 0,118. Ini berarti bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan pada *assurance* akan meningkatkan jumlah kepuasan nasabah sebesar 0,118. Dengan kata lain, ada hubungan positif antara *assurance* terhadap kepuasan nasabah. Jika *assurance* meningkat, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.
- f. Koefisien regresi berganda X5 (*Empathy*) dari analisis regresi linier berganda adalah sebesar 0,305. Ini berarti bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan dalam hal *empathy* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,305. Dengan kata lain, *empathy* memiliki pengaruh

positif terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, jika *empathy* meningkat, kepuasan nasabah juga akan meningkat.

4. Uji Hipotesisi

a. Hasil Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).¹¹⁰ Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah: “Terdapat pengaruh signifikan variabel *Tangible*(X1), *Reliability*(X2), *Responsiveness*(X3), *Assurance*(X4) dan *Empathy*(X5) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).”

Metode Uji t dalam penelitian ini membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak¹¹¹

Rumus untuk menentukan t-tabel adalah $t = (n-k-1)$, di mana n adalah jumlah responden dan k adalah total variabel independen. Dengan $n = 100$ dan $k = 5$, maka $t = (100-5-1) = 94$. Nilai df sebesar 94 dengan tingkat signifikansi 0,05 menunjukkan nilai t-tabel sebesar 1,661 yang diperoleh dari distribusi t-tabel.

Berikut adalah hasil pengujian menggunakan SPSS:

¹¹⁰ Aminatus Zahriyah, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, 53

¹¹¹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8, 2013*.

Tabel 4.20
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,692	.475		1.457	0,149
	Tangible	0,259	.054	.220	4.799	0,000
	Reliability	0,157	.059	.159	2.674	0,009
	Responsiveness	0,257	.042	.247	6.105	0,000
	Assurance	0,118	.035	.109	3.385	0,001
	Empathy	0,305	.042	.332	7.235	0,000
a. dependent variable : Kepuasan						

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

1) Uji Parsial Variabel *Tangible* (X1)

Berdasarkan tabel di atas diketahui hasil nilai Sig. untuk pengaruh *Tangible* (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung $4,799 > t$ -tabel 1,661, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya *Tangible* (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

2) Uji Parsial Variabel *Reliability* (X2)

Berdasarkan tabel di atas diketahui hasil nilai Sig. untuk pengaruh *Reliability* (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar $0,009 < 0,05$ dan nilai T hitung $2,674 > T$ tabel 1,661, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya *Reliability* (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

3) Uji Parsial Variabel *Responsiveness* (X3)

Berdasarkan tabel di atas diketahui hasil nilai Sig. untuk pengaruh

Responsiveness (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $6,105 > T$ tabel $1,661$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya *Responsiveness* (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

4) Uji Parsial Variabel *Assurance* (X4)

Berdasarkan tabel di atas diketahui hasil nilai Sig. untuk pengaruh *Assurance* (X4) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai thitung $3,385 > t$ -tabel $1,661$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya *Assurance* (X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

5) Uji Parsial Variabel *Empathy* (X5)

Berdasarkan tabel di atas diketahui hasil nilai Sig. untuk pengaruh *Empathy* (X5) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $7,235 > T$ tabel $1,661$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya *Empathy* (X5) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Dari kelima data Uji t (Parsial) diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Probolinggo.

b. Hasil Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah model regresi secara keseluruhan signifikan atau tidak. Hipotesis yang digunakan dalam uji F adalah:

H4 : *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel pada tingkat signifikansi tertentu, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Ini berarti model regresi yang digunakan signifikan secara statistik dan variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai F tabel, maka H0 diterima Ha ditolak, yang berarti model regresi tidak signifikan.¹¹²

Cara mencari ftabel menggunakan rumus df1 sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 F \text{ tabel} &= f(k ; n-k) \\
 &= f(5 ; 100-5) \\
 &= f(5 ; 95) \\
 &= 2,31
 \end{aligned}$$

Berikut hasil uji SPSS uji F :

¹¹²Aminatus Zahriyah, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, 67.

Tabel 4.21
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	866,585	5	173,317	467,156	0,000 ^b
	Residual	34,874	94	,371		
	Total	901,460	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan_Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Empathy, Assurance, Responsiveness, Tangible, Reliability						

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Berdasarkan hasil tabel yang diatas, nilai signifikansi untuk pengaruh *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3) *Assurance* (X4) dan *Empathy* (X5) secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) adalah sebesar 0,000, < 0,05. Dan , nilai F hitung sebesar 467,156 lebih besar dari F tabel sebesar 2,31. maka, H0 ditolak Ha diterima, menunjukkan bahwa *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3) *Assurance* (X4) dan *Empathy* (X5) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 4 (H4) : “*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah”, dapat diterima.

c. Hasil Uji R² (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk menilai sejauh mana model dapat menjelaskan pengaruh variabel *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* terhadap Kepuasan

Nasabah.¹¹³ Ini juga mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara kolektif. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara kolektif. Nilai R-square yang tercantum dalam tabel di bawah ini dapat digunakan untuk mengamati atau menghitung koefisien determinasi:

Tabel 4.22
Hasil Uji R² (Koefisien Determinasi)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,980 ^a	0,961	0,959	0,609
a. Predictors: (Constant), Empathy, Assurance, Responsiveness, Tangible, Reliability				
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah				

Sumber: data primer, data output SPSS 30.0, 2024

Hasil perhitungan regresi menggunakan program SPSS Versi 30.0 sebagaimana terlihat pada Tabel 4.22 menunjukkan bahwa nilai adjusted R square adalah 0,959. Ini menunjukkan bahwa sebesar 95,9% kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Probolinggo dipengaruhi oleh kombinasi lima variabel independen, yaitu *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4) dan *Empathy* (X5). Sisanya, sebesar 4,1%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Artinya 95,9% bahwa hal yang berkaitan dengan pengaruh terhadap kepuasan nasabah dapat dijelaskan dengan variabel kualitas

¹¹³Aminatus Zahriyah, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, hal 70

pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy*). Ini menjelaskan bahwa variabel ini cukup tinggi nilainya untuk mempengaruhi kepuasan nasabah.

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang mencakup aspek *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Probolinggo. Untuk menjawab rumusan masalah penelitian tersebut, peneliti menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran angket atau kuesioner kepada responden yang telah ditentukan, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Setelah data terkumpul, Analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS 30.0 Beberapa tahap pengujian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: Uji Asumsi Klasik: Uji Normalitas Data dengan Menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas dengan Menggunakan metode scatterplot, Uji Linier Berganda, Uji Hipotesis: Uji t, Uji F, dan Uji R².

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible*) X1 Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo

Variabel *Tangible* (X1) telah teruji reliabilitas dan validitasnya. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,806 yang lebih besar dari 0,60, serta nilai r-hitung yang lebih tinggi dari r-tabel dan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Berdasarkan tabel Koefisien, nilai t-hitung untuk variabel *Tangible* (X1) adalah 4,799, yang lebih besar dari

1,661 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti bahwa secara parsial, koefisien variabel *Tangible* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, hipotesis H_1 , yaitu "Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *Tangible* terhadap Kepuasan Nasabah," dapat diterima.

Selain itu, hasil dari koefisien regresi X_1 (*tangible*) menunjukkan nilai positif sebesar 0,259. Ini berarti bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan pada *tangible* akan meningkatkan jumlah kepuasan nasabah sebesar 0,259. Dengan kata lain, peningkatan pada *tangible* akan diikuti oleh meningkatnya kepuasan nasabah bank Muamalat KCP Probolinggo.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S, dengan judul "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah."¹¹⁴ Dari penelitian ini didapat hasil bahwa *Tangibles* (tampilan fisik) berpengaruh secara signifikan kepada kepuasan nasabah pada BPRS Haji Miskin.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Reliability*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Probolinggo.

Variabel *Reliability* (X_2) telah teruji reliabilitas dan validitasnya, Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh sebesar 0,875 lebih besar dari 0,60, serta nilai *r*-hitung yang melampaui nilai *r*-tabel dan signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Dari tabel koefisien, nilai *t*-hitung untuk variabel *Reliability* (X_2) adalah 2,674, > 1,661. Oleh karena

¹¹⁴ Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S, "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah," *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, no,1 (2020) : 19-38, <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3146>.

itu, hipotesis (H₀) ditolak dan (H_a) diterima, menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, hipotesis H₂, yaitu "Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *Reliability* terhadap Kepuasan Nasabah," dapat diterima.

Selain itu, hasil koefisien regresi untuk variabel *Reliability* (X₂) menunjukkan nilai positif sebesar 0,157. Ini berarti setiap peningkatan dalam kualitas pelayanan *reliability* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,157. Dengan kata lain, perbaikan dalam aspek *reliability* akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah di Bank Muamala KCP Probolinggo.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Christine Agustina, Sudadi Pranata, dan Chandra Lukita dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Berdasarkan Dimensi Terra (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Dan Assurance*) Pada Pd. Bpr Astanajapura Cabang Cirebon Selatan", tahun 2022.¹¹⁵ Dari penelitian ini didapat hasil bahwa *Reliability* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah pada PD. BPR Astanajapura Cabang Cirebon Selatan. Hal ini rasional karena sesuai dengan tanggapan responden mengenai *reliability* (kehandalan). *Reliability* (kehandalan) merupakan kemampuan melaksanakan layanan yang

¹¹⁵ Christine Agustina, Sudadi Pranata, Chandra Lukita, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Berdasarkan Dimensi Terra (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Dan Assurance*) Pada Pd. Bpr Astanajapura Cabang Cirebon Selatan," Jurnal Digit 12, no.1 (Mei 2022) : 67-78, <https://doi.org/10.51920/jd.v12i1.218>.

dijanjiikan secara meyakinkan dan akurat, seperti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, meminimalisasi kesalahan dan sikap yang simpatik dengan akurasi yang tinggi.

3. Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Responsiveness*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Probolinggo.

Dari hasil analisis *Cronbach's Alpha*, variabel *Responsiveness* memiliki nilai sebesar $0,858 > 0,60$, menunjukkan reliabilitas yang tinggi. Selain itu, nilai *r* hitung untuk setiap item lebih besar dari *r* tabel dan nilai signifikansi kurang dari $0,05$, menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness* (X3) valid. Pada tabel Coefficients, nilai *t* hitung untuk *Responsiveness* (X3) adalah $6,105$, yang lebih besar dari $1,661$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa koefisien variabel *Responsiveness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini juga menunjukkan bahwa hipotesis H3 dapat diterima, "Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Probolinggo".

Koefisien regresi linier berganda untuk variabel *Responsiveness* adalah $0,257$, yang berarti setiap peningkatan satu unit nilai *Responsiveness* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar $0,257$ unit. Dengan demikian, *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Jika pelayanan *Responsiveness* meningkat, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.

Responsiveness menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rina, dengan judul "pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* terhadap tingkatan kepuasan pada konsumen couvee yogyakarta"¹¹⁶ tahun 2022. yang menyatakan bahwa *responsiveness* menjadi hal yang penting untuk membangun kepuasan pelanggan couvee.

4. Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Assurance*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Probolinggo.

Variabel *Assurance* (X4) telah teruji reliabilitas dan validitasnya. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,862 yang lebih besar dari 0,60, serta nilai *r*-hitung yang lebih tinggi dari *r*-tabel dan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Berdasarkan tabel Koefisien, nilai *t*-hitung untuk variabel *Assurance* (X4) adalah 3,385, yang lebih besar dari 1,661 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti bahwa secara parsial, koefisien variabel *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, hipotesis H_4 , yaitu "Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *Assurance* terhadap Kepuasan Nasabah," dapat diterima.

Selain itu, hasil dari koefisien regresi X4 (*Assurance*) menunjukkan nilai positif sebesar 0,118. Ini berarti bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan pada *Assurance* akan meningkatkan

¹¹⁶ Rina, " Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Dan empathy*) Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumencouvee Yogyakarta" (Skripsi sekolah tinggi ilmu ekonomi yogyakarta, 2022).

jumlah kepuasan nasabah sebesar 0,118. Dengan kata lain, peningkatan pada *Assurance* akan diikuti oleh meningkatnya kepuasan nasabah bank Muamalat KCP Probolinggo.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ai Nunung., Fatihah, D. C., Hernawati, E., dan Savvana, F. A., dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank BJB KCP Gedebage.¹¹⁷ Dari penelitian ini didapat hasil bahwa bahwa Kualitas Pelayanan pada dimensi Secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah.

5. Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Empathy*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Probolinggo.

Variabel *Empathy* (X5) telah teruji reliabilitas dan validitasnya, Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh sebesar 0,882 lebih besar dari 0,60, serta nilai *r*-hitung yang melampaui nilai *r*-tabel dan signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Dari tabel koefisien, nilai *t*-hitung untuk variabel *Empathy* (X5) adalah 7,235, > 1,661. Oleh karena itu, hipotesis (H0) ditolak dan (Ha) diterima, menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan demikian, hipotesis H5, yaitu "Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *Empathy* terhadap Kepuasan Nasabah," dapat diterima.

¹¹⁷ Ai Nunung., Fatihah, D. C., Hernawati, E., dan Savvana, F. A., " Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank BJB KCP Gedebage," *Journal of Economics and Business*12, no. 2 (2023): 1138-1148, <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i2.176>.

Selain itu, hasil koefisien regresi untuk variabel *Empathy* (X5) menunjukkan nilai positif sebesar 0,305. Ini berarti setiap peningkatan dalam kualitas pelayanan *Empathy* akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,305. Dengan kata lain, perbaikan dalam aspek *Empathy* akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah di Bank Muamala KCP Probolinggo.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mira, Djunaedi dan Ria Lestari Pangastuti dengan judul, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Pada Dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* Dan *Tangible*) Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening" (2020).¹¹⁸ Yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan pada dimensi *Empathy* Secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

6. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Kehandalaan), *Responsiveness* (Cepat Tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan *Empathy* (Empati) Secara Bersama – Sama Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Probolinggo

Tangible, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* secara simultan terbukti dan teruji berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

¹¹⁸ Mira, Djunaedi, dan Ria Lestari Pangastuti, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Pada Dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* Dan *Tangible*) Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi* 1, no. 2 (2020) <https://doi.org/10.30737/risk.v1i2.1362>.

Hal tersebut terbukti pada hasil uji f atau uji simultan Pada tabel ANOVA^a didapatkan nilai sebesar 467,156. Hal ini menunjukkan bahwa f hitung 467,156. lebih besar dari f tabel 2,31, yang berarti nilai f hitung lebih besar dari f tabel. Selain itu, nilai signifikansi (sig.) sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$), sehingga H_a diterima. Dengan demikian, apabila terdapat pengaruh positif pada *Tangible*, maka *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* juga akan mengalami pengaruh positif. Jika terjadi peningkatan pada pelayanan *Tangible*, maka *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* juga akan meningkat, yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 4 (H4), yaitu "*Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah", dapat diterima.

Temuan dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,959 (95,9%). Ini berarti seluruh variabel X atau variabel bebas dalam regresi penelitian ini berdampak sebesar 95,9% terhadap variabel terikat.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *Empathy* memiliki pengaruh lebih tinggi dibandingkan dengan *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance*, seperti yang ditunjukkan oleh nilai koefisien 0,305, diikuti oleh *Tangible* dengan nilai koefisien 0,259, *Responsiveness* dengan nilai koefisien 0,257, *Reliability* dengan nilai koefisien 0,157, dan terakhir *Assurance* dengan nilai koefisien 0,118.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Solichin, Rasyidi dan Siti Halimatusa'diah "Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness*) terhadap Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh" (2019).¹¹⁹ Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya Secara simultan variabel *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness* berpengaruh nyata dan positif terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh.



¹¹⁹ M.Solichin, Rasyidi, R., & Halimatusa'diah, S. "Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness*) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh," *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, no.2 (2019) : 38-47, <http://dx.doi.org/10.20527/jbp.v8i2.7918>.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada Bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Kualitas pelayanan (*tangible*) berdasarkan tabel Uji t ditunjukkan pada Tabel 4.20 menunjukkan bahwa nilai signifikan (*tangible*) (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $4,799 > T$ tabel sebesar nilai $\alpha = 0,05$ dan $df (n-k-1) = 94$ maka didapat T tabel adalah 1,661. Artinya (*tangible*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo secara parsial.
2. Variabel kedua yaitu *Reliability*, Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t parsial menunjukkan nilai T-hitung positif sebesar $2,674 > T$ tabel 1,661 dengan nilai Sig sebesar $0,009 < 0,05$. Hal ini menunjukkan *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo secara parsial.
3. Adapun variabel ketiga yaitu *Responsiveness*, Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t parsial menunjukkan bahwa nilai signifikan *responsiveness* (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $5.621 > T$ tabel sebesar nilai $\alpha = 0,05$ dan $df (n-k-1) = 95$ maka didapat T tabel adalah 1,661 menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo secara parsial. Hal ini menunjukkan

responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo secara parsial.

4. Adapun variabel keempat yaitu *Assurance*, Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t parsial menunjukkan bahwa nilai signifikan *Assurance*, (X4) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai T hitung $3,385 > T$ tabel sebesar nilai $\alpha = 0,05$ dan $df (n-k-1) = 95$ maka didapat T tabel adalah 1,661 menunjukkan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara *Assurance* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo secara parsial.
5. Variabel kelima yaitu *Empathy*, Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji t parsial menunjukkan bahwa nilai signifikan *empathy* (X5) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $7,235 > T$ tabel sebesar nilai $\alpha = 0,05$ dan $df (n-k-1) = 95$ maka didapat T tabel adalah 1,661 menunjukkan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara *Empathy* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo secara parsial.
6. Dari hasil penelitian yang dilakukan mampu menunjukkan jika kelima variabel bebas yaitu *Tangible Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* mampu berpengaruh sangat besar terhadap kepuasan nasabah dengan nilai R Square didapat sebesar 0,959 serta nilai signifikannya 0,000. Dengan kata lain bahwa variabel *Tangible Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* memiliki dampak yang sangat

besar terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo secara bersamaan dengan kontribusi pengaruhnya sebesar 95,9%.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Bank Muamalat KCP Probolinggo, dalam penelitian yang dilakukan ini ditemukan hasil yang cukup memuaskan untuk kualitas pelayanan *Tangible Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy* terhadap kepuasan nasabah. Sehingga diharapkan bagi Bank Muamalat untuk dipertahankan kualitasnya atau bahkan lebih ditingkatkan lagi kualitas pelayanannya sehingga dapat lebih banyak lagi menarik minat dan menambah kepuasan nasabah dan masyarakat.
2. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk memperkaya kajian-kajian terkait perbankan syariah khususnya atau ekonomi secara umum. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan dan membantu dalam menyelesaikan tugas atau penelitian di masa mendatang.
3. Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini masih jauh dari sempurna, sehingga diharapkan dapat memperluas wilayah penelitian untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas lagi pada penelitian yang dilakukannya. Selain itu, menambahkan lebih banyak variabel penelitian juga disarankan agar hasil penelitian lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Christine, Sudadi Pranata, dan Chandra Lukita, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Berdasarkan Dimensi Terra (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Dan Assurance) Pada Pd. Bpr Astanajapura Cabang Cirebon Selatan." *Jurnal Digit* Vol. 12, No.1 (2022): 67-78. <https://doi.org/10.51920/jd.v12i1.218>.
- Anggitaningsih, Retna. "Pengaruh Keramahan Karyawan, Pemahaman Tentang Produk, Dan Keragaman Item Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Di Wilayah Kota Surabaya (Studi Kasus Perbandingan Model Sem Rekursif Dan Non Rekursif)." *Journal of Sharia Management* 2, no. 1 (2023): 1-17. https://www.researchgate.net/publication/370747510_pengaruh_keramahan_karyawan_pemahaman_tentang_produk_dan_keragaman_item_produk_terhadap_loyalitas_konsumen_melalui_kepuasan_konsumen_pada_alfamart_di_wilayah_kota_surabaya.
- Anggraini, Fifin. "Pengaruh Harga, promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasikan kepuasan pelanggan pada konsumen gojek." *Jurnal JUPE* 8, no. 03 (2020): 86-94.
- Arslan, Rijal. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia." *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)* 11, no.2 (2022): 465-470. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.111>.
- Bank Muamalat Indonesia. "Tentang Muamalat". <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/profil-bank-muamalat>.
- Cahaya, Dicky Dwi, dan Muhammad Imanuddin Kandias Saraan. "Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Camat Medan Baru." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4, no. 5 (2024): 3209-3217. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i5.15005>.
- Dewi, Mariana Puspa. "Pengaruh persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasikan kepuasan konsumen pada RM. Wongsolo Malang." *Jurnal Iqtishoduna* 16, no.2, (2020): 167-190. <https://doi.org/10.18860/iq.v16i2.9242>.
- Fatihudin, Didindan Muhammad Anang Firmansya. *Pemasaran jasa: Strategi, mengukur kepuasan, dan loyalitas pelanggan*. Surabaya: 2019.
- Febriani, Rika. "Analisis kualitas pelayanan dibank bni kcp mercu Buana menggunakan metode service quality (Servqual) Dan quality function deployment (Qfd)." Thesis, Universitas Mercu Buana Jakarta, 2019.

- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan pogram SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Hamka, S. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service, Tingkat Kepercayaan, Dan Kepuasan Nasabahterhadap Loyalitas Nasabah Pensiunan Bank Btpn Kantor Cabang Pembantu Probolinggo." Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023.
- Hendrison Dan Nur Elfi Husda. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Lokasi Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Asuransi Reliance Indonesia." *Jurnal Magisma* 8, no. 1, (2020).
- Idrus, Salim Al. *Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian: Konsep danTeori. Media Nusa Creative*. MNC Publishing, 2021.
- Indrasari , Meithiana. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: 2019.
- Irsyad, Ferozi Ramdana, Siregar, F. A., Marbun, J., & Hasyim, H. "Menghadapi Era Baru: Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Dan Teknologi Di Indonesia." *Transformasi: Journal Of Economics And Business Management* 3, no. 2 (2024). 29-4.
- Janna, Nilda Miftahul, "Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS." (2021): 2.
- Karim, Kurniati. *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. Jakad Media Publishing, 2020.
- Kasmir. *Teori dan praktik layanan pelanggan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Kotler Philip dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2008.
- Laksana, Fajar. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Lovelock, Christopher H. dan Lauren K. Wright. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta, 2012.
- Mahmudi, M. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Bait Al-Māl Wa Al-Tamwīl (BMT) Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Anggota Tabungan dalam perspektif Islam pada Bait Al-Māl Wa Al-Tamwīl (BMT) di Kabupaten Bondowoso." Tesis, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022.
- Masili, Veronika, Bode Lumanauw, dan Maria V.J. Tielung. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Toko Bahan Bangunan Mentari Di Desa Sea Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa." *Jurnal EMBA*:

- Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 4 (2022): 44-51. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43690>.
- Masrohatin, Siti, *Manajemen Kinerja Sumberdaya Manusia Pendekatan Islamic Value* (Bandung: Media Sains Indonesia).<http://digilib.uinkhas.ac.id/18513/>.
- Maulana, Ade Syarif. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI." *Jurnal Ekonomi* 7, no. 2 (2016): 113-125.
- Maulana, Muhammad Ismail Sha, Firdan, M., Sabilla, S. R., & Hakam, A. "Perkembangan Perbankan Syariah Di Era Digitalisasi." *Journal of Islamic Banking and Shariah Economy* 2, no.1 (2022):85-110
- Maulidya, Gita Putri, Nur Afifah. "Perbankan dalam era baru digital: menuju bank 4. 0." *In Proceeding Seminar Bisnis Seri 5*, (2021): 278-288. <https://pascasarjanafe.untan.ac.id/wp-content/uploads/2021/11/27>.
- Mira, Djunaed, dan Ria Lestari Pangastuti, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Pada Dimensi Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Dan Tangible) Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi* 1, no. 2 (2020):101-116. <https://doi.org/10.30737/risk.v1i2.1362>.
- Mu'ah and Masram. *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas. Pelayanan Dan Biaya Peralihan*. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2021.
- Mundir. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jember: Stain Jember Press, 2013. <http://digilib.uinkhas.ac.id/593/>.
- Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah." *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 4 no 1, (2020) : 19-38. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3146>.
- Nunung, A., Fatihah, D. C., Hernawati, E., & Savvana, F. A. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank BJB KCP Gedebage." *Journal of Economics and Business UBS12*, no 2, (2023):1138-1148. <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i2.176>.
- Othman, Abdul Qawi dan Lynn Owen. "Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking: A case study in Kuwait finance house." *International Journal of Islamic Financial Service* 3, no. 1. (2002).
- Paparang, Gilbert Erickson, Magdalena Wullur, Ferdinand J. Tumewu. "Analisis Pelaksanaan Standar Mutu Pelayanan Di Bank Rakyat Indonesia (Bri) Kantor Cabang." *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 2, no. 4 (2024): 134-149. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/932>

- Prayitno, Dwi. *Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: ANDI, 2009
- Rahmayanty, Nina. "Manajemen Pelayanan Prima Karyawan *Part Time* Garda Depan PT. Aseli Dagadu Djogdja Tahun 2018." Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019.
- Rama, Ali. "Analisis Deskriptif Perkembangan Perbankan." *The Journal Of Tauhidinomics*1, no. 2 (2018) :105-128.
- Rifa'I, Khamdan. *Kepuasan Konsumen*. Jember: 2023.<http://digilib.uinkhas.ac.id/20378/>.
- Rozak, Abd dan Wiwin Sri Hidayati, "Pengolahan data dengan SPSS," (2019).
- Putri, Nadia Azalia, dkk. "Implementasi Pelayanan Dan Administrasi Dalam Usaha Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember. " *Journal Of Indonesia Social Society* Vol 1, no.1 (Juni 2023): 43-48.
<https://jurnal.padangtekno.com/index.php/jiss/article/view/67>.
- Riswanto, Ari, dkk. *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*. Indonesia : PT. Sonpedia Publishing, 2024.
- Sangadji, Etta Mamang. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.
- Siangka, Andi Nursiskawati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Cabang Makassar." *Journal of Management & Business* 4, no.2 (2021): 555-562. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i2.1686>.
- Slamet, Rokhmad dan Sri Wahyuningsih. "Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja." *Jurnal Management dan Bisnis* 17, no.2 (2022): 53.<https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>.
- Solichin, M., Rasyidi, R., & Halimatusa'diah, S. "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh." *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 8, no. 2(2019): 38-47.<http://dx.doi.org/10.20527/jbp.v8i2.7918>.
- Sudana, I Ketut, Ni Luh Putu Yesy Anggreni dan I Putu Eka Indrawan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kober Mie Setan (Study Kasus Kober Mie Setan Peguyangan)." *Jurnal Pendidikan Widyadari* 22, no. 2 (2021): 555-561. <http://repo.mahadewa.ac.id/id/eprint/1937>.

- Sugiono, Noerdjanah, dan Afrianti Wahyu. "Uji validitas dan reliabilitas alat ukur SG posture evaluation." *Jurnal Keterampilan Fisik* 5, no. 1 (2020): 55-61. <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sulistiyowati, Wiwik. *Buku Ajar Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. Sidoarjo: Umsida Press, 2018. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602591-436-2>.
- Suprianik, S.E., M.SI, Agung Parnomo, S.E., M.SI, AMINATUS ZAHRIYAH, SE., M.SI MUSTOFA, S.E., M.SI. *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jember: STIE Mandala Jember, 2021. <http://digilib.uinkhas.ac.id/22135/>.
- Taufik, Muhammad Irham dkk. "Model Hubungan Customer Relationship Management Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Donatur Di Lembaga Filantropi Xyz" . Doctoral Dissertation, Universitas Pasundan, 2023. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/63905>.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: UIN KHAS Jember, 2022.
- Tiza, Mohd Farid, and Febsri Susanti. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, Studi kasus pada perusahaan JNE Cabang Padang." Skripsi, STIE "KBP", 2019.
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra, *Service, Quality, & Satisfaction* Yogyakarta: Andi, 2005.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, dan Dadi Adriana. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI, 2014.
- Ume, Geraldi, Silvy L. Mandey, dan Hendra N. Tawas. "Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Penumpang Kapal Majestic Dan Kapal Saint Marry Di Pelabuhan Manado." *Jurnal EMBA10*, no. 2 (April 2022): 154-163. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39980>.
- Veronica, Fransisca dan Budi Fernando Tumanggor. "Kinerja Teller Dalam Melakukan Standar Layanan Terkait Kepuasan Nasabah Studi Pada Kantor Kas World Trade Center Jakarta Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk." *Jurnal Sumber Daya Aparatur* 4, no. 2 (2022): 53-72.

- Widodo Slamet, dkk. *Buku Ajar Metode Penelitian*. Pangkalpinang: Science Techno Direct Perum Korpri, 2023.
- Winarni, Eko. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek." *Majalah Ekonomi* 27, no.2 (2022): 35-47.
- Yulianti, Farida, Lamsah, dan Periyadi. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Zahriyah, Aminatus, *Aplikasi Komputer Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jember, 2018).
- Zikri, Ahmad dan Muhammad Ikhsan Harahap. "Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera." *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* 2, no. 1 (2022): 923-926.



MATRIKS PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah
Pengaruh Kualitas Pelayanan (<i>Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance</i> dan <i>Empathy</i>) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Probolinggo	<i>a. Tangible</i>	a. Saya merasa peralatan yang digunakan Bank Muamalat KCP Probolinggo selalu diperbarui sesuai perkembangan teknologi terbaru b. Saya merasa lingkungan kerja di BMI KCP Probolinggo nyaman dan menyenangkan c. Busana yang dikenakan oleh karyawan selalu terjaga kerapiannya dan profesional d. Materi yang disediakan terkait pelayanan jasa memiliki daya tarik visual yang tinggi	1. Kuesioner	1. Pendekatan penelitian kuantitatif 2. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik <i>random sampling</i> 3. Analisis data Uji Validitas dan Reabilitas, Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik : Uji Normalitas residual, Uji Multikolinearitas & Uji Heteroskedastisitas, dan	1. Apakah <i>tangible</i> (bukti fisik) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo. 2. Apakah <i>reliability</i> (kehandalaan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo. 3. Apakah <i>responsiveness</i> (cepat tanggap) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo. 4. Apakah <i>Assurance</i> (jaminan)
	<i>b. Reliability</i>	a. Saya merasa layanan yang diberikan karyawan sudah sesuai dengan yang dijanjikan sebelumnya b. Saya merasa karyawan selalu siap membantu dan menyelesaikan masalah saya dengan baik c. Bank Muamalat KCP Probolinggo selalu memberikan layanan			

		<p>dengan benar sejak pertama kali</p> <p>d. Informasi yang disampaikan oleh karyawan selalu tepat dan sesuai kebutuhan saya</p> <p>e. Sistem pencatatan di Bank ini selalu akurat dan bebas dari kesalahan</p>		<p>Uji Hipotesis : Uji t, Uji F, & Uji Determinasi</p>	<p>berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo.</p> <p>5. Apakah <i>Empathy</i> (empati) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo.</p> <p>6. Apakah <i>tangible</i> (bukti fisik), <i>reliability</i> (kehandalaan), <i>responsiveness</i> (cepat tanggap), <i>Assurance</i> (jaminan) dan <i>Empathy</i> (empati) berpengaruh secara bersama – sama terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Probolinggo.</p>
	c. <i>Responsiveness</i>	<p>a. Saya merasa karyawan Bank selalu menginformasikan kepastian waktu penyampaian jasa dengan jelas kepada nasabah</p> <p>b. Karyawan menunjukkan Kesigapan dalam melayani nasabah</p> <p>c. Karyawan selalu bersedia membantu nasabah</p> <p>d. Karyawan selalu siap merespon permintaan nasabah dengan cepat.</p>			
	d. <i>Assurance</i>	<p>a. Saya merasa karyawan dapat dipercaya</p> <p>b. Saya merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi di Bank Muamalat KCP Probolinggo</p> <p>c. Saya merasa karyawan bersikap sopan dan ramah</p> <p>d. Karyawan memiliki pengetahuan yang luas untuk menjawab</p>			

		pertanyaan saya			
	<i>e. Empathy</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Karyawan menangani masalah saya dengan tulus dan peduli. b. memiliki jam operasional yang fleksibel dan mudah c. Karyawan memberikan perhatian yang khusus dan personal kepada nasabah d. karyawan benar-benar peduli dengan kepentingan nasabah e. Karyawan selalu berupaya memahami kebutuhan setiap nasabah dengan baik. 			
	<i>f. Kepuasan Nasabah</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Saya selalu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan b. Saya selalu merasa puas dengan produk tabungan yang dipilih c. Saya selalu menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat KCP Probolinggo d. Saya merasa tertarik dan akan berkunjung kembali e. Saya akan merekomendasikan dan mengajak orang lain untuk menggunakan produk dan layanan jasa di Bank Muamalat KCP Probolinggo. 			

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Luluk Mei Lia

Nim : 205105010024

ProdiStudi : Perbankan Syariah

Fakutas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri K H. Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Probolinggo”** Adalah benar – benar hasil karya saya kecuali kutipan – kutipan yang dirujuk sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Jember, 13 September 2024



Luluk Mei Lia
NIM.205105010024

Kusioner / Angket Penelitian

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (*TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS, ASSURANCE DAN EMPHATY*) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK MUAMALAT KCP PROBOLINGGO

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Nasabah Bank Muamalat KCP Probolinggo
di Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Salam sejahtera untuk kita semua, sehubungan dengan penyelesaian Skripsi sebagai Tugas Akhir mahasiswa, maka dengan ini saya:

Nama : Luluk Mei Lia
NIM : 205105010024
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu Nasabah Bank Muamalat KCP Probolinggo untuk mengisi Kuisoner Penelitian saya ini dengan judul: '**Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reliability, Responsiveness Assurance dan Emphaty*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Probolinggo**'

Saya mengharapkan kesediaan bapak/ibu meluangkan waktu untuk menjadi responden dengan mengisi kuisoner ini dengan lengkap dan benar. Data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan penelitian Skripsi sehingga kerahasiannya akan terjamin sesuai dengan etika penelitian. Setiap jawaban yang telah diberikan sangat bermanfaat bagi penelitian ini.

Atas kesediaan, atensi dan kerjasama bapak/ibu, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Hormat Saya,

Luluk Mei Lia

Nim : 205105010024

A. Identitas Responden

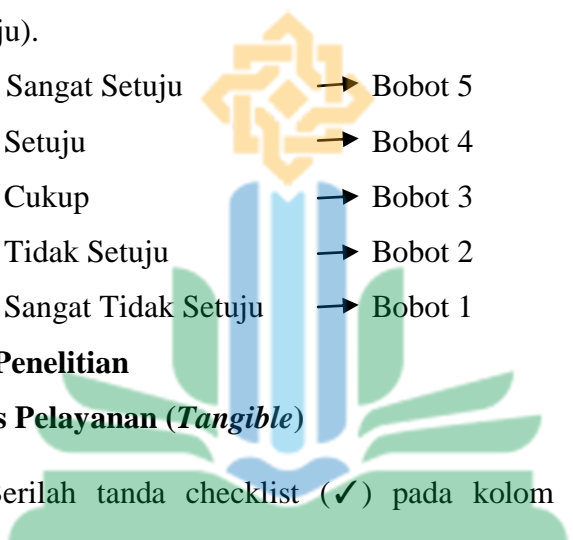
Nama :.....

Jenis kelamin :.....

Usia :.....

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda checklist (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pilihan jawaban yang benar mulai dari skala 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju).

- 
1. **SS** : Sangat Setuju → Bobot 5
 2. **S** : Setuju → Bobot 4
 3. **C** : Cukup → Bobot 3
 4. **TS** : Tidak Setuju → Bobot 2
 5. **STS** : Sangat Tidak Setuju → Bobot 1

C. Kuesioner Penelitian

1. Kualitas Pelayanan (*Tangible*)

Berilah tanda checklist (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pilihan jawaban yang benar.

No.	Pernyataan	SS	S	C	TS	STS
1.	Saya merasa peralatan yang digunakan Bank Muamalat KCP Probolinggo selalu diperbarui sesuai perkembangan teknologi terbaru					
2.	Saya merasa lingkungan kerja di Bank Muamalat KCP Probolinggo nyaman dan menyenangkan					
3.	Busana yang dikenakan oleh karyawan selalu terjaga kerapiannya dan profesional					
4.	Materi yang disediakan terkait pelayanan jasa memiliki daya tarik visual yang tinggi					

2. Kualitas Pelayanan (*Reliability*)

Berilah tanda checklist (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pilihan jawaban yang benar.

No.	Pernyataan	SS	S	C	TS	STS
1.	Saya merasa layanan yang diberikan karyawan sudah sesuai dengan yang dijanjikan sebelumnya					
2.	Saya merasa karyawan Bank Muamalat KCP Probolinggo selalu siap membantu dan menyelesaikan masalah saya dengan baik					
3.	Bank Muamalat KCP Probolinggo selalu memberikan layanan dengan benar sejak pertama kali					
4.	Informasi yang disampaikan oleh karyawan selalu tepat dan sesuai kebutuhan saya					
5.	Sistem pencatatan di Bank Muamalat KCP Probolinggo ini selalu akurat dan bebas dari kesalahan					

3. Kualitas Pelayanan (*Responsiveness*)

Berilah tanda checklist (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pilihan jawaban yang benar.

No.	Pernyataan	SS	S	C	TS	STS
1.	Saya merasa karyawan Bank Muamalat KCP Probolinggo selalu menginformasikan kepastian waktu penyampaian jasa dengan jelas kepada nasabah					
2.	Karyawan menunjukkan Kesigapan dalam melayani nasabah					
3.	Karyawan selalu bersedia membantu nasabah					
4.	Karyawan selalu siap merespon permintaan nasabah dengan cepat.					

4. Kualitas Pelayanan (*Assurance*)

Berilah tanda checklist (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pilihan jawaban yang benar.

No.	Pernyataan	SS	S	C	TS	STS
1.	Saya merasa karyawan Bank Muamalat KCP Probolinggo dapat dipercaya					
2.	Saya merasa aman dan nyaman saat melakukan transaksi di Bank Muamalat KCP Probolinggo					
3.	Saya merasa karyawan Bank KCP Muamalat Probolinggo selalu bersikap sopan dan ramah					
4.	Karyawan memiliki pengetahuan yang luas untuk menjawab pertanyaan saya					

5. Kualitas Pelayanan (*Empathy*)

Berilah tanda checklist (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pilihan jawaban yang benar.

No.	Pernyataan	SS	S	C	TS	STS
1.	Karyawan menangani masalah saya dengan tulus dan peduli.					
2.	Bank Muamalat KCP Probolinggo memiliki jam operasional yang fleksibel dan memudahkan saya					
3.	Karyawan memberikan perhatian yang khusus dan personal kepada saya sebagai nasabah					
4.	Saya merasa karyawan benar-benar peduli dengan kepentingan saya sebagai nasabah					
5.	Karyawan selalu berupaya memahami kebutuhan setiap nasabah dengan baik.					

6. Kepuasan Nasabah

Berilah tanda checklist (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pilihan jawaban yang benar.

No.	Pernyataan	SS	S	C	TS	STS
1.	Saya selalu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan Bank Muamalat KCP Probolinggo					
2.	Saya selalu merasa puas dengan produk tabungan yang dipilih					
3.	Saya selalu menggunakan produk tabungan di Bank Muamalat KCP Probolinggo					
4.	Saya merasa tertarik dan akan berkunjung kembali untuk menggunakan layanan Bank Muamalat KCP Probolinggo lagi					
5.	Saya akan merekomendasikan dan mengajak orang lain untuk menggunakan produk dan layanan jasa di Bank Muamalat KCP Probolinggo					

Nomor : B-214/Un.22/7.a/PP.00.9/12/2023
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

07 Desember 2023

Kepada Yth.

Kepala Bank Muamalat KCP Probolinggo

Jl. Soekarno - Hatta No.275, Tisnonegaran, Kec. Mayangan, Kota Probolinggo

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

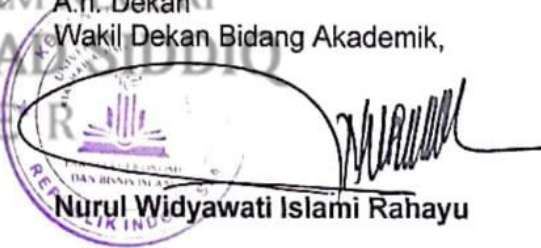
Nama : Luluk Mei Lia
NIM : 205105010024
Semester : VII (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Probolinggo di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,


Nurul Widyawati Islami Rahayu



Handwritten mark



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Musdalifah

Jabatan : Pimpinan PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Probolinggo

Menyatakan bahwa Mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Luluk Mei Lia

Nim : 205105010024

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Instansi : UIN KHAS Jember

Telah menyelesaikan penelitian di PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Probolinggo, dengan mengajukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reability, Responsiveness*) Terhadap Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Probolinggo”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan dengan semestinya.

Probolinggo, 19 Juni 2024

Pemimpin PT.BMI KCP Probolinggo

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Bank Muamalat
CAPEM PROBOLINGGO

Musdalifah

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Judul Penelitian :

Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible, Reability, Responsiveness*) Terhadap Keputusan Nasabah Pada Bank Muamalat KCP Probolinggo

Lokasi Penelitian :

PT. Bank Muamalat Indonesia KCP Probolinggo.

Jl. Soekarno Hatta No.275 Kav. 4, Tisnonegaran, Kec. Mayangan, Kota Probolinggo, Jawa Timur 67211.

No	HARI/TANGGAL	JENIS KEGIATAN	PARAF
1.	Kamis, 7 Desember 2023	Penyerahan surat izin penelitian di Bank Muamalat KCP Probolinggo	†
2.	Kamis, 14 Desember 2023	Surat ijin penelitian telah di ACC oleh pihak bank muamalat kcp probolinggo	†
3.	Senin, 18 Desember 2023	Meminta data jumlah Nasabah Bank Muamalat KCP Probolinggo	†
3.	Selasa, 7 Mei 2024	Menunjukkan koesioner penelitian kepada pihak Bank Muamalat KCP Probolinggo Dan melakukan penyebaran koesioner kepada nasabah yang datang ke kantor	†
4.	Senin, 13 Mei 2024	Melakukan penyebaran koesioner kepada nasabah yang datang ke kantor Bank Muamalat KCP	†
7.	Rabu, 19 Juni 2024	Mengurus surat keterangan selesai penelitian di Bank Muamalat KCP Probolinggo	†

Probolinggo, 19 Juni 2024



Pihak Bank Muamalat KCP Proboliggo

Data Hasil Penelitian/Tabulasi Data

No. Responden	Kualitas Pelayanan Tangible (X1)					Kualitas Pelayanan Reliability (X2)					Kualitas Pelayanan Responsiveness (X3)					Kualitas Pelayanan Assurance (X4)					Kualitas Pelayanan Empathy (X5)					Kepuasan Nasabah (Y)							
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TO TA L	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TO TA L	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TO TA L	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TO TA L	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	TO TA L	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TO TA L
1	4	5	5	5	19	5	4	5	4	5	23	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21
2	4	5	4	5	18	5	3	5	5	4	22	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25
3	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19	5	4	5	4	18	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	5	23
5	4	5	4	5	18	4	5	3	5	3	20	5	4	5	3	17	5	5	5	5	20	4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	5	23
6	4	5	5	5	19	4	3	5	5	3	20	1	5	5	4	15	4	5	4	5	18	5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	5	25
7	5	5	4	4	18	5	4	5	2	5	21	3	5	5	5	18	5	4	5	5	19	5	5	5	4	4	23	5	4	5	5	5	24
8	4	5	5	4	18	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	19	4	3	4	4	15	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	5	22
9	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24
10	4	5	5	2	16	5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	18	5	3	5	5	18	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
13	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	24	5	4	5	4	4	22
14	4	5	5	5	19	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25
15	4	5	4	5	18	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	18	5	4	5	4	18	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	5	23
16	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21
18	5	5	5	4	19	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	5	24
19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18	5	4	5	4	5	23	5	3	5	3	5	21
20	4	5	5	5	19	4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

21	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
22	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
23	5	5	5	5	20	3	5	5	5	5	23	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	3	4	5	4	5	21	5	4	5	5	5	24
24	5	5	4	5	19	4	3	5	5	5	22	4	5	5	4	18	5	5	5	3	18	5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	5	24
25	4	4	5	5	18	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	22
26	5	5	5	4	19	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	4	23
27	4	5	5	4	18	5	5	4	5	4	23	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	5	24
28	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	5	20	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	5	4	5	2	20	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
31	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
32	1	5	5	5	16	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	4	5	4	23	5	4	5	5	4	23
33	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20
34	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
35	5	4	4	5	18	4	5	4	5	5	23	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	5	4	5	5	5	24	5	5	4	5	5	24
36	5	4	5	5	19	4	5	4	5	5	23	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19	5	4	4	5	5	23	4	4	4	4	4	20
37	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
38	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
39	5	4	4	5	18	4	5	5	4	5	23	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19	5	5	5	4	5	24	5	5	2	5	5	22
40	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
41	1	2	1	3	7	4	3	4	4	3	18	1	4	4	3	12	4	3	5	3	15	4	3	2	4	5	18	5	2	4	3	3	17
42	4	5	2	5	16	3	5	5	4	1	18	3	2	3	3	11	5	2	3	5	15	3	5	3	5	5	21	3	4	1	2	2	12
43	4	5	4	5	18	4	5	5	5	4	23	2	5	2	14	5	3	2	3	13	5	5	5	4	5	24	5	2	5	5	5	22	
44	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
45	4	5	4	5	18	5	4	5	5	5	24	2	2	2	5	11	5	4	5	2	16	5	2	4	4	2	17	5	4	5	3	4	21

46	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
47	2	4	2	4	12	5	5	2	5	5	22	5	4	5	3	17	5	5	5	5	20	3	3	2	5	5	18	5	5	5	5	5	25
48	4	2	5	5	16	3	5	4	5	2	19	2	5	5	5	17	4	5	5	5	19	3	5	5	5	5	23	3	5	4	5	5	22
49	5	5	5	5	20	5	5	5	2	5	22	5	2	5	5	17	4	5	4	5	18	3	3	1	5	5	17	4	4	5	5	2	20
50	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	1	5	5	16	2	5	4	4	15	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	3	22
51	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5
52	2	3	2	3	10	2	3	2	3	2	12	3	2	3	2	10	3	2	3	2	10	3	2	3	2	3	13	2	3	2	3	2	12
53	3	5	4	5	17	4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	20	4	5	3	5	17	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	4	23
54	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
55	5	4	2	5	16	4	5	5	4	5	23	5	5	4	3	17	5	4	4	5	18	4	5	4	5	5	23	3	5	5	4	5	22
56	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	4	4	5	5	5	23	5	5	4	5	5	24
57	5	5	4	5	19	5	4	4	5	2	20	5	4	5	5	19	4	4	5	4	17	4	4	3	4	5	20	4	4	4	5	5	22
58	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	4	23
59	5	4	5	4	18	5	2	5	4	5	21	4	4	5	5	18	5	5	5	3	18	2	3	5	5	5	20	5	5	4	5	2	21
60	5	5	4	3	17	4	4	5	4	5	22	5	4	5	5	19	5	4	5	4	18	3	4	4	5	4	20	4	5	5	5	5	24
61	5	4	4	3	16	5	3	5	5	5	23	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19	4	5	5	5	4	23	5	4	2	2	2	15
62	5	5	5	4	19	5	4	5	5	4	23	5	4	5	2	16	5	3	4	5	17	4	5	4	5	5	23	4	5	5	5	4	23
63	4	5	4	5	18	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
64	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
65	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
66	4	5	4	4	17	5	3	4	4	3	19	4	4	4	5	17	3	4	3	5	15	5	5	4	4	5	23	5	5	5	4	5	24
67	5	2	2	4	13	3	4	5	2	5	19	5	2	4	5	16	3	5	3	4	15	3	5	5	5	4	22	4	5	5	5	4	23
68	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	4	20
69	5	4	3	5	17	5	5	4	3	5	22	3	5	5	4	17	5	5	3	2	15	3	3	4	5	5	20	4	5	5	3	3	20
70	4	5	5	4	18	5	5	4	5	5	24	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12	4	3	4	4	4	19	4	5	4	5	5	23

71	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
72	4	5	3	3	15	3	5	5	3	3	19	3	3	3	3	12	3	3	5	3	14	3	3	3	4	4	17	3	3	3	3	3	15
73	5	4	4	4	17	4	4	3	5	5	21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	4	24
74	4	5	5	5	19	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
75	5	4	5	5	19	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	4	4	5	23	4	4	4	5	5	22
76	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	4	5	5	4	5	23	4	5	5	5	4	23
77	4	5	5	5	19	5	5	5	5	4	24	5	4	4	5	18	4	4	4	5	17	4	5	5	4	5	23	5	5	4	5	5	24
78	4	5	1	1	11	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5
79	4	5	5	2	16	5	3	4	5	5	22	2	2	3	2	9	4	4	5	5	18	2	4	4	5	2	17	5	2	2	2	2	13
80	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	4	24
81	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	4	3	22	3	5	3	5	5	21
82	5	4	5	4	18	4	5	5	3	4	21	3	5	4	5	17	5	4	3	5	17	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	23
83	5	4	5	5	19	5	4	5	5	5	24	4	5	4	5	18	5	5	5	4	19	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25
84	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
86	2	2	2	2	8	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10
87	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
88	5	4	5	3	17	5	5	4	5	5	24	3	4	4	4	15	4	4	5	5	18	3	5	4	5	5	22	5	5	5	4	4	23
89	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
90	5	5	4	5	19	5	4	4	5	4	22	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	5	4	4	5	5	23	4	5	5	4	5	23
91	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	3	21
94	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	5	2	3	5	5	20	3	4	5	5	3	20
95	5	5	4	4	18	4	5	5	4	5	23	5	5	3	4	17	4	5	4	5	18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24

96	5	5	3	3	16	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
97	5	3	5	5	18	3	5	5	3	3	19	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	4	5	24	4	5	4	4	5	22
98	3	4	3	3	13	3	3	3	3	3	15	3	4	5	4	16	5	5	5	3	18	4	5	5	3	5	22	5	4	5	4	3	21
99	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25
100	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ANALISIS DESKRIPTIF USIA

USIA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	8.0	8.0	8.0
	2	42	42.0	42.0	50.0
	3	47	47.0	47.0	97.0
	4	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

ANALISIS DESKRIPTIF JENIS KELAMIN

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	37	37.0	37.0	37.0
	2	63	63.0	63.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

UJI VALIDITAS & RELIABILITAS

A. UJI VALIDITAS

1. (X1)

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.475**	.548**	.447**	.777**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.475**	1	.571**	.438**	.764**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.548**	.571**	1	.578**	.861**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.447**	.438**	.578**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.777**	.764**	.861**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. (X2)

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.535**	.618**	.688**	.753**	.879**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.001	.001	.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.535**	1	.570**	.532**	.550**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.001	.001	.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.618**	.570**	1	.463**	.614**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.001	.001	.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.688**	.532**	.463**	1	.519**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.001		.001	.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.753**	.550**	.614**	.519**	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.001	.001		.001
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.879**	.778**	.794**	.785**	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.001	.001	.001	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. (X3)

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.535**	.618**	.688**	.753**	.879**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.001	.001	.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.535**	1	.570**	.532**	.550**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.001	.001	.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.618**	.570**	1	.463**	.614**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.001	.001	.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.688**	.532**	.463**	1	.519**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.001		.001	.001
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.753**	.550**	.614**	.519**	1	.848**

	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.001	.001		.001
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.879**	.778**	.794**	.785**	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.001	.001	.001	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. (X4)

		Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Total	
X4.1	Pearson Correlation	1	.580**	.685**	.572**	.837**	
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.580**	1	.642**	.600**	.840**	
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.685**	.642**	1	.583**	.863**	
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.572**	.600**	.583**	1	.825**	
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.837**	.840**	.863**	.825**	1	
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

5. (X5)

		Correlations					
		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	Total
X5.1	Pearson Correlation	1	.652**	.653**	.505**	.592**	.832**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.652**	1	.753**	.614**	.593**	.880**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.653**	.753**	1	.518**	.497**	.837**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100

X5.4	Pearson Correlation	.505**	.614**	.518**	1	.622**	.777**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
X5.5	Pearson Correlation	.592**	.593**	.497**	.622**	1	.796**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.832**	.880**	.837**	.777**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

6. (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.556**	.631**	.536**	.590**	.777**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.556**	1	.625**	.735**	.640**	.840**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.631**	.625**	1	.707**	.633**	.855**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.536**	.735**	.707**	1	.735**	.883**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.590**	.640**	.633**	.735**	1	.860**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.777**	.840**	.855**	.883**	.860**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

B. UJI RELIABILITAS

1. (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.806	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	13.32	5.311	.593	.770
X1.2	13.16	5.651	.601	.768
X1.3	13.36	4.516	.709	.712
X1.4	13.29	5.299	.593	.770

2. (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.875	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	17.73	9.048	.805	.824
X2.2	17.74	9.629	.650	.860
X2.3	17.69	9.650	.679	.854
X2.4	17.74	9.447	.654	.860
X2.5	17.74	8.679	.739	.840

3. (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.858	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	13.18	6.250	.649	.845
X3.2	13.13	6.437	.672	.832
X3.3	12.96	6.705	.795	.789
X3.4	13.08	6.478	.720	.811

4. (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.862	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted

X4.1	13.24	5.558	.711	.823
X4.2	13.34	5.378	.706	.824
X4.3	13.26	5.305	.747	.807
X4.4	13.32	5.351	.672	.839

5. (X5)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.882	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X5.1	17.83	9.072	.721	.856
X5.2	17.79	8.753	.798	.837
X5.3	17.83	9.031	.730	.854
X5.4	17.70	10.030	.665	.869
X5.5	17.65	9.563	.678	.866

6. (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.898	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	17.57	11.278	.665	.893
Y2	17.56	10.673	.749	.876
Y3	17.61	10.159	.761	.873
Y4	17.61	10.159	.809	.863
Y5	17.69	9.933	.764	.873

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.42137948
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082

Negative		-0.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.093
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.098
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.091
	Upper Bound	.106

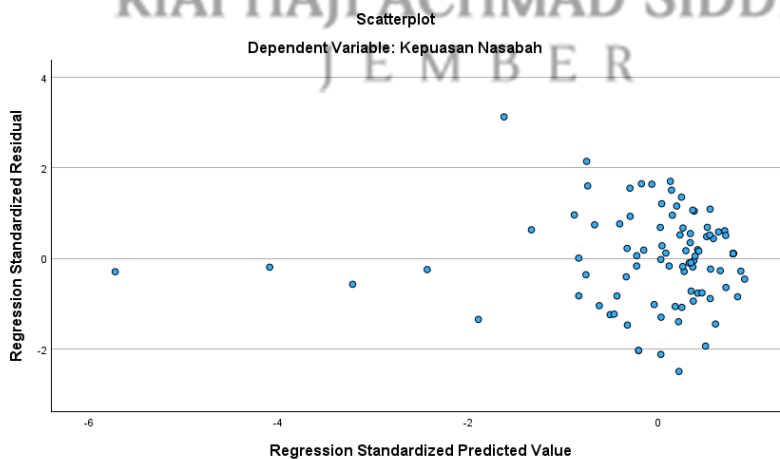
a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 334431365.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.692	.475		1.457	.149		
Tangible	.259	.054	.220	4.799	<.001	.195	5.117
Reliability	.157	.059	.159	2.674	.009	.116	8.597
Responsiveness	.257	.042	.247	6.105	<.001	.252	3.964
Assurance	.118	.035	.109	3.385	.001	.396	2.522
Empathy	.305	.042	.332	7.235	<.001	.196	5.113

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

UJI HETEROSKEDASTISITAS



UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.692	.475		1.457	.149
Tangible	.259	.054	.220	4.799	.000
Reliability	.157	.059	.159	2.674	.009
Responsiveness	.257	.042	.247	6.105	.000
Assurance	.118	.035	.109	3.385	.001
Empathy	.305	.042	.332	7.235	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

UJI PARSIAL T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	.692	.475		1.457	.149
Tangible	.259	.054	.220	4.799	<.001
Reliability	.157	.059	.159	2.674	.009
Responsiveness	.257	.042	.247	6.105	<.001
Assurance	.118	.035	.109	3.385	.001
Empathy	.305	.042	.332	7.235	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

UJI SIMULTAN F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	866.585	5	173.317	467.156	.000 ^b
Residual	34.874	94	.371		
Total	901.460	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
b. Predictors: (Constant), Empathy, Assurance, Responsiveness, Tangible, Reliability

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.980 ^a	.961	.959	.609

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

Distribusi R tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DISTRIBUSI T TABEL

d.f	α0.10	α0.05	α0.025	α0.01	α0.005
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63, 657
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712
39	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636
d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634

88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DISTRIBUSI F TABEL

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita =
0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk nomblana (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76

J E M B E R

DOKUMENTASI



Wawancara kepada Musdalifah selaku Sub Branch Manager





Pembagian Kuesioner Kepada Nasabah Bank Muamalat KCP Probolinggo



Pembagian Kuesioner Kepada Nasabah Bank Muamalat KCP Probolinggo



Pembagian Kuesioner Kepada Nasabah Bank Muamalat KCP Probolinggo



Pembagian Kuesioner Kepada Nasabah Bank Muamalat KCP Probolinggo



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Luluk Mei Lia
NIM : 205105010024
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN (TANGIBLE, RELIABILITY, RESPONSIVENESS) TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK MUAMALAT KCP PROBOLINGGO

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 13 / 09 / 2024.

Operator Turnitin
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Dr. Herma P. Q.



SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Luluk Mei Lia
NIM : 205105010024
Semester : XI (sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 13 September 2024
Koordinator Prodi. Perbankan Syariah,



Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Mensitasi Jurnal Dosen FEBI

- Anggitaningsih, Retna. "Pengaruh Keramahan Karyawan, Pemahaman Tentang Produk, Dan Keragaman Item Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Di Wilayah Kota Surabaya (Studi Kasus Perbandingan Model Sem Rekursif Dan Non Rekursif)." *Journal of Sharia Management* 2, no. 1 (2023): 1-17. https://www.researchgate.net/publication/370747510_PENGARUH_KE_RAMAHAN_KARYAWAN_PEMAHAMAN_TENTANG_PRODUK_DAN_KERAGAMAN_ITEM_PRODUK_TERHADAP_LOYALITAS_KONSUMEN_MELALUI_KEPUASAN_KONSUMEN_PADA_ALFA_MART_DI_WILAYAH_KOTA_SURABAYA.
- Masrohatin, Siti, *Manajemen Kinerja Sumberdaya Manusia Pendekatan Islamic Value* (Bandung: Media Sains Indonesia). <http://digilib.uinkhas.ac.id/18513/>.
- Mundir. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jember: Stain Jember Press, 2013. <http://digilib.uinkhas.ac.id/593/>.
- Rifa'I, Khamdan. *Kepuasan Konsumen*. Jember: 2023. <http://digilib.uinkhas.ac.id/20378/>.
- Putri, Nadia Azalia, dkk. "Implementasi Pelayanan Dan Administrasi Dalam Usaha Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BPR Nusamba Rambipuji Kabupaten Jember. " *Journal Of Indonesia Social Society* Vol 1, no.1 (Juni 2023): 43-48. <https://jurnal.padangteknokom.com/index.php/jiss/article/view/67>.
- Suprianik, S.E., M.SI, Agung Parnomo, S.E., M.SI, AMINATUS ZAHRIYAH , SE., M.SI MUSTOFA, S.E., M.SI. *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Jember: STIE Mandala Jember, 2021. <http://digilib.uinkhas.ac.id/22135/>.

BIODATA PENULIS



Data diri

Nama : Luluk Mei Lia
NIM : 205105010024
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Tempat, Tanggal Lahir : Probolinggo, 27 Mei 2002
Alamat : JL. Gerilya, Desa Condong,
Kecamatan Gading, Kabupaten Probolinggo
Email : lulukmelia27@gmail.com
Riwayat Pendidikan
SDN Condong 1 (Tahun 2008-2014)
SMPN 3 GADING (Tahun 2014-2017)
SMA 1 ADING (Tahun 2017-2020)
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (Tahun 2020-2024)