

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TELLER TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG MATARAM PEJANGGIK 1**



Oleh

WIWIN PRADITA
NIM. 170502008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
MATARAM
2021**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TELLER TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG MATARAM PEJANGGIK 1**

Skripsi
Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Mataram
untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar
Sarjana Ekonomi



Oleh

WIWIN PRADITA
NIM. 170502008

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
MATARAM
2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

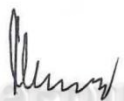
Skripsi oleh: Wiwin Pradita, NIM: 170502008 dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1”, telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.


Disetujui pada tanggal, 10 November 2021.



Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Muh. Salahuddin, M.Ag
NIP. 197608061999031002


Umu Rasyidah, M.E.I
NIP. 197412092003122001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 10 November 2021

Hal : Ujian Skripsi

**Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di Mataram**

Assamu'alaikum Wr. Wb.


Dengan hormat, melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Wiwin Pradita
NIM : 170502008
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

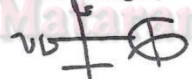
telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang munaqasyah skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-munaqasyah-kan.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Pembimbing I,


Dr. Muh. Salahuddin, M.Ag.
NIP. 197608061999031002

Pembimbing II,

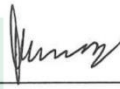

Umu Rasyidah, M.E.I
NIP. 197412092003122001

PENGESAHAN

Skripsi oleh Wiwin Pradita, NIM: 170502008 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1” telah dipertahankan di depan dewan penguji Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal, 10 Desember 2021.

Dewan Penguji

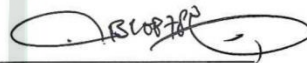
Dr. Muh. Salahuddin, M.Ag.
(Ketua Sidang/Pemb. I)

()

Umu Rasyidah, M.E.I.
(Sekretaris Sidang/Pemb. II)

()

Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI
(Penguji I)

()

Nuraeda, M.E
(Penguji II)

()

Perpustakaan UIN Mataram

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Ridwan Mas'ud, M.Ag.
NIP. 197111102002121001

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbilalamin, dengan penuh rasa syukur sedalam-dalamnya kepada Allah SWT. Kupersembahkan Skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, ibu Hotah dan bapak Muliadi yang senantiasa selalu mendoakan, memotivasi, serta memberikan semangat yang luar biasa sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah mendukung dan tulus menunggu kelulusanku.
2. Adikku (Muja Hidin Akbar) dan (Diktara Atmaja) yang selalu mendoakan yang terbaik dan ikut serta memberikan semangat agar penulis tidak mudah menyerah.
3. Pembimbing terbaiku Bapak Muh. Salahuddin dan Ibu Umu Rasyidah yang selalu memberikan masukan atau saran sehingga terselesaikannya skripsi ini.
4. Teman-teman seperjuanganku terutama kelas A Perbankan Syariah tahun angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Sahabat-sahabat terbaikku khususnya, Baiq Dea Alfia Gayatri, Ulvi Humaiya, Melisa Putri, Marjalinda dan Yeni Aprillianingsih. Terimakasih telah mendukung dan selalu memberikan semangat ketika peneliti mulai jenuh mengerjakan skripsi.
6. Kepada Pimpinan PT. BSI Kantor Cabang Mataram Pejangik 1 yang telah memberikan izin penelitian dan pengetahuan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
7. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
8. Alamamaterku tercinta UIN Mataram.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur khadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1”**, yang disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan studi pada program (S1) Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Mataram. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan teimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Muh Salahuddin, M. Ag selaku pembimbing 1 dan Ibu Umu Rasyidah, M.E.I selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan koreksi mendetail, terus menerus tanpa bosan ditengah kesibukannya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. Riduan Mas'ud, M. Ag selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Mataram.
3. Sanurdi, M.Si selaku kajar Prodi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) dan Imrojana Syapriatama, M.SEI. selaku sekretaris program Studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberi masukan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Prof. H.Masnun Tahir, M.Ag selaku Rektor UIN Mataram yang telah memberi tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu.

5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bantuan pada masa studi di Universitas Islam Negeri Mataram. Semoga dengan ilmu yang diberikan dapat bermanfaat bagi penulis, masyarakat dan bangsa.
6. Keduaorangtua dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan moril maupun materil serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan penulis.
7. Sahabat- sahabat tecintaku khususnya, Baiq Dea Alfia Gayatri, Ulvi Humaiya, Melisa Putri, Marjalinda dan Yeni Aprillianingsih, yang selalu ada di setiap suka maupun duka, selalu mendukung dan memberikan semangat ketika peneliti mulai jenuh mengerjakan skripsi.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena masih terdapat kekurangan atau kesalahan, baik dari segi pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata yang kurang tepat. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat dipergunakan sebagai tambahan Informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Mataram, 27 Juli 2021
Penulis



Wiwin Pradita

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN LOGO	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	vi
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori	9
1. Kualitas Pelayanan	9
2. <i>Teller</i>	15
3. Kepuasan Nasabah	19
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Berfikir	31
D. Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	34
B. Populasi dan Sampel	35
C. Waktu dan Tempat Penelitian	37
D. Variabel Penelitian	37
E. Instrument Penelitian	38
F. Prosedur Penelitian	41
G. Teknik Analisis Data	43
1. Uji Statistika	44
a. Uji Validitas	44
b. Uji Reliabilitas	45
2. Uji Asumsi Klasik	45
a. Uji Normalitas	45

b. Uji Multikolinieritas.....	46
c. Uji Heterokedastisitas	46
d. Uji Autokorelasi.....	47
3. Uji Hipotesis	48
e. Ujit	48
f. Uji Determinasi	48
g. Uji F	49
h. Uji Regresi Liner Berganda	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Hasil Penelitian	
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	51
2. Karakteristik Responden	60
3. Deskripsi Hasil Angket.....	63
4. Analisi Data	81
B. Pembahasan	
1. Pengaruh <i>tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy</i> teller secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1	104
2. Variabel Dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1	113
BAB V PENUTUP	114
A. Kesimpulan	114
B. Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN-LAMPIRAN	121
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	128

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Variabel Penelitian	39
Tabel 3.2 Skala Likert	39
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	60
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarakan Usia	61
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	62
Tabel 4.4Tanggapan responden terhadap indikator <i>Tangibles</i> (Bukti fisik).....	63
Tabel 4.5Tanggapan responden terhadap indikator <i>Tangibles</i> (Bukti fisik).....	65
Tabel4.6Tanggapan responden terhadap indikator <i>Tangibles</i> (Bukti fisik)	66
Tabel 4.7 Tanggapan responden terhadap indikator <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	67
Tabel 4.8 Tanggapan responden terhadap indikator <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	68
Tabel 4.9 Tanggapan responden terhadap indikator <i>Reliability</i> (Kehandalan).....	69
Tabel 4.10 Tanggapan responden terhadap Indikator <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap).....	70
Tabel 4. 11 Tanggapan responden terhadap Indikator <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap).....	71
Tabel 4.12 Tanggapan responden terhadap Indikator Responsiveness (Daya Tanggap)	72
Tabel 4.13 Tanggapan responden terhadap indikator <i>Assurance</i> (Jaminan).....	73
Tabel 4.14 Tanggapan responden terhadap indikator <i>Assurance</i> (Jaminan).....	74
Tabel 4.15 Tanggapan responden terhadap indikator <i>Assurance</i> (jaminan)	74
Tabel 4.16 Tanggapan responden terhadap indikator <i>Empahty</i> (Kepedulian).....	75
Tabel 4.17 Tanggapan responden terhadap indikator <i>Empahty</i> (Kepedulian).....	76

Tabel 4.18	Tanggapan responden terhadap indikator <i>Empahty</i> (Kepedulian).....	77
Tabel 4.19	Tanggapan responden terhadap indikator Kepuasan Nasabah.....	78
Tabel 4.20	Tanggapan responden terhadap indikator Kepuasan Nasabah.....	79
Tabel 4.21	Tanggapan responden terhadap indikator Kepuasan Nasabah.....	80
Tabel 4.22	Tanggapan responden terhadap indikator Kepuasan Nasabah.....	81
Tabel 4.23	Tanggapan responden terhadap indikator Kepuasan Nasabah.....	82
Tabel 4. 24	Tanggapan responden terhadap indikator Kepuasan Nasabah.....	83
Tabel 4.25	Hasil Uji Validitas.....	85
Tabel 4.26	Hasil Uji Reliabilitas <i>Tangibles</i>	86
Tabel 4.27	Hasil Uji Reliabilitas <i>Reliability</i>	87
Tabel 4.28	Hasil Uji Reliabilitas <i>Responsiveness</i>	87
Tabel 4.29	Hasil uji Reliabilitas <i>Assurance</i>	88
Tabel 4.30	Hasil Uji Reliabilitas <i>Empahty</i>	88
Tabel 4.31	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah	89
Tabel 4.32	Hasil Uji Normalitas	91
Tabel 4. 33	Hasil Uji Multikolinieritas	92
Tabel 4.34	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	94
Tabel 4.35	Hasil Uji Autokorelasi	95
Tabel 4.36	Hasil Uji t.....	98
Tabel 4.37	Hasil Uji f.....	100
Tabel 4.38	Hasil Uji Determinasi.....	101
Tabel 4.39	Hasil Uji Regresi Liner Berganda.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	32
Gambar 3.1 Prosedur Penelitian.....	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. BSI KC Mataram Pejanggik 1.....	54
Gambar 4.2 Normalitas Histogram	90
Gambar 4.3 Normalitas Diagonal	90
Gambar 4.4 Scatterplot Uji Heterokedastisitas	94



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	122
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	114
Lampiran 3 Uji Validitas.....	116
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	122
Lampiran 5 Dokumentasi	123
Lampiran 6 Kartu Konsul Skripsi	126
Lampiran 7 Surat Izin Penelitian.....	127
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	128



Perpustakaan UIN Mataram

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TELLER TERADAP KEPASAN NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG MATARAM PEJANGGIK 1

Oleh:

Wiwin Pradita
170502008

ABSTRAK

Dalam era globalisasi ini, dunia perbankan menunjukkan persaingan yang semakin kompetitif. Hal ini menuntut setiap bank untuk menjaga serta mempertahankan nasabah yang selalu ada atau nasabah baru. Tentunya kepuasan nasabah adalah faktor utama yang bisa membuat nasabah tetap bertahan dan tidak berpindah kepada perusahaan lain. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kesan yang mendalam bagi nasabah. Salah satunya dengan cara memberikan kepuasan melalui kinerjanya, dengan memberikan pelayanan yang baik terutama pelayanan yang diberikan oleh teller. Pentingnya pelayanan yang diberikan teller tentunya akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pelayanan teller adalah pelayanan yang diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Sedangkan kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan teller yang terdiri dari variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah serta menjelaskan variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggihik 1.

Jenis penelitian ini adalah penelitian survey dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, kuesioner, dan dokumentasi dengan menggunakan populasi nasabah yang bertransaksi di bagian teller dengan pengambilan sampel menggunakan *incidental sampling*. Sampel yang digunakan berjumlah 85 responden. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi liner berganda dengan menggunakan bantuan software IBM SPSS25.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah berdasarkan hasil pengujian nilai t hitung $2,596 > 1,990$ t tabel. Variabel *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hitung $2,772 > 1,990$ t tabel. Variabel *responsiveness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan hasil pengujian nilai t hitung $0,689 < 1,990$ t tabel. Variabel *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan hasil pengujian nilai t hitung $2,615 > 1,990$ t tabel. Variabel *empathy* berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan hasil pengujian nilai t hitung $3,038 > 1,990$ t tabel. Secara simultan *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan hasil perhitungan yang telah dilakukan menunjukkan nilai F hitung $> F$ tabel ($14,493 > 2,33$). Variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah adalah variabel *empathy* karena yang memiliki nilai *Standardized Coefficient Beta* yang paling besar adalah variabel *empathy* (X5), yaitu sebesar 3,038. Sehingga hipotesis yang diajukan diterima.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Teller*, Kepuasan Nasabah



Perpustakaan UIN Mataram

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di tengah persaingan yang semakin kompetitif ini, perhatian terhadap kepentingan nasabah dengan melihat kebutuhan, keinginan dan kepuasan atas pelayanan menjadi kunci utama keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk dapat memberikan kesan yang mendalam bagi nasabah. Salah satunya dengan cara memberikan kepuasan melalui kinerjanya, dengan memberikan pelayanan yang baik.² Pelayanan yang baik merupakan salah satu upaya bagi suatu perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan dari nasabah. Pelayanan yang baik meliputi pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah, memberikan informasi yang cepat dan akurat serta memberikan keramahan saat melakukan pelayanan.³

Pelayanan adalah faktor utama perusahaan baik perusahaan jasa ataupun perusahaan lainnya. Menurut Tjiptono dalam Ridwan Mas'wud menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan dalam mengimbangi harapan nasabah. Oleh karena itu, peningkatan pelayanan sangat penting bagi perusahaan karena mampu meningkatkan jumlah nasabah dan memberikan kepuasan terhadap nasabah. Nasabah yang merasa puas atas pelayanan perusahaan akan terus menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga

²Meki Pamekas, *Playanan Prima*, (Klaten: Lakeisha, 2021), hlm. 1-2.

³Lailatus Sa'adah dan Abdullah Fajarul Munir, *Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah*, (Jombang: LPPM, 2021), hlm. 5-6.

nasabah tersebut menjadi nasabah yang setia. Berbeda ketika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan dan kenyataan, nasabah akan merasa kecewa dan dapat menyebabkan citra perusahaan menjadi buruk di mata nasabah. Selain itu, perusahaan akan mengalami permasalahan yang kompleks pada umumnya nasabah yang tidak puas atas layanan yang diberikan akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain yang akan berdampak negatif dan menimbulkan kerugian terhadap perusahaan.⁴

Dalam hal ini, perusahaan perlu memperhatikan 5 dimensi kualitas pelayanan yang menjadi kriteria penilaian nasabah apakah pelayanan yang diberikan perusahaan berkualitas atau tidak untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Kelima dimensi tersebut yakni, *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (kepedulian).⁵ Dimana bukti fisik dapat dilihat dari fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati secara langsung oleh nasabah, kehandalan dapat dilihat dari kemampuan pemberi jasa secara akurat sesuai yang dijanjikan, daya tanggap dapat dilihat dari kemampuan karyawan untuk membantu nasabah menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan nasabah, jaminan dapat dilihat dari pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri, dan empati dapat dilihat dari karyawan memberikan perhatian secara individu kepada nasabah dan mengerti kebutuhan nasabah. Kelima dimensi tersebut perlu ditunjukkan dan dibuktikan

⁴Riduan Mas'ud, *Strategi Pemasaran Perbankan Syariah*, (Labuapi Lombok Barat: Elhikam Press Lombok, 2016), hlm. 49.

⁵Achmad Rizal, *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), hlm. 190.

agar memberikan kesan yang baik kepada nasabah karena dengan cara inilah kepercayaan nasabah dapat tercipta sehingga nasabah merasa puas dan memberikan peluang untuk perusahaan dapat bertahan di masa mendatang.⁶

Dalam memberikan pelayanan manajemen sumber daya manusia memiliki peran penting, karena dalam suatu perusahaan sumber daya manusia menentukan keberlanjutan usaha terutama dalam mewujudkan pelayanan yang bermutu.⁷ Salah satu staff yang bertugas langsung melayani nasabah di perbankan, yaitu teller. Teller memiliki peranan penting dalam mewujudkan pelayanan yang maksimal karena mereka berhadapan langsung atau *face to faced* engan nasabah yang ingin melakukan transaksi di *counter money*, maka dari itu, tellerharus memberikan citra positif kepada nasabah yang hendak melakukan transaksi. Sehingga keterlibatannya mempunyai tanggung jawab yang besar dalam melayani transaksi nasabah, terutama terkait dengan keakuratan dan ketepatan dalam melayani nasabah serta mencatat transaksi dengan benar. Agar bisa menjalankan tugas utamanya teller perlu dibekali dengan kemampuan dan keterampilan dalam melaksanakan pelayanan, sehingga nasabah merasa semakin puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Karena, tolak ukur dari keberhasilan sebuah bank salah satunya yakni tergantung kepada kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan.⁸

⁶Dahlia Bonang, "Pengaruh Layanan E-Banking terhadap Sikap Nasabah Bank Syariah di Kota Mataram," *Iqtishaduna*, Vol. 08, No. 2, (2017), hlm. 162.

⁷Muhammad Irwan dan Muh Salahuddin, *Humanresouces dalam Kajian Ekonomi Syariah* (Mataram: Sanabil, 2020), hlm. 90.

⁸Muhamad Yusup, "Analisis Kompetensi Sumber Daya Manusia Bank Syariah terhadap Kualitas dan Prestasi Kerja" (Universitas Islam Negeri Mataram, 2018), hlm. 4.

Sejalan dengan penelitian yang ditulis oleh Weli Nurmalina dengan judul “Pengaruh Pelayanan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Cirebon)” yang membahas tentang bagaimana gambaran kepuasan nasabah dan pengaruh pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Cirebon. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan Teller berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai R sebesar 0,525 dengan R square 27, 50%, dan dari hasil uji statistik t hitung 2,269 lebih besar dari t tabel 1, 677.⁹

Salah satu lembaga perbankan di Indonesia adalah PT. BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 yang merupakan salah satu kantor cabang Bank Syariah Indonesia (BSI) yang berada di provinsi Nusa Tenggara Barat. Berlokasi di jalan Pejanggik No. 23 Cakranegara, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Mulai beroperasi pada bulan Agustus tahun 2011 dengan nama awal PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram yang kemudian sesuai dengan aturan Kementerian BUMN Republik Indonesia tentang *merger* (penggabungan) tiga bank syariah di Indonesia yang salah satunya adalah PT. Bank BNI Syariah, maka mulai tanggal 1 Februari 2021 PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram resmi berubah menjadi PT. BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.¹⁰

⁹Weli Nurmalina, “Pengaruh Pelayanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus: pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Cirebon)” (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, 2012).

¹⁰Asisten Intraktif BNI Syariah, “Surat Pemberitahuan Nasabah,” www.bnisyariah.co.id., diakses pada tanggal 09 Februari 2021, pukul 14.25 Wita.

Berdasarkan informasi yang dikutip di situs resmi PT. BSI Kantor cabang Mataram Pejanggik 1 merupakan salah satu Bank Syariah yang sedang berkembang serta selalu berusaha untuk meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya terlebih setelah diresmikan sebagai salah satu *marger* Bank Syariah Indonesia yang tergabung dari (BRIS, BNIS dan BMS). Keunggulan yang diberikan oleh PT. BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik I ini tidak saja terlihat dari produk dan hadiah yang ditawarkan namun juga meliputi mutu dan kualitas pelayanan pegawainya sebagai orang yang bertugas dalam melayani nasabah yang datang ke BSI Syariah dengan profesional dan amanah.

Dalam perkembangannya selama masih menjadi Bank BNI Syariah hingga sekarang menjadi Bank Syariah Indonesia secara berturut-turut mendapatkan penghargaan yang menyatakan bahwa pada tanggal 9 Juli 2019 PT. BSI Syariah KC Mataram Pejanggik 1 mendapatkan penghargaan *The Best Service Quality Award Sharia Banking 2019* dengan meraih penghargaan atas kualitas layanan terbaik bagi nasabah diantaranya layanan secara keseluruhan (Banking hall, layanan customer service, teller, satpam dan telpon). Tentunya penghargaan ini menjadi bukti bahwa pelayanan yang diberikan karyawan khususnya teller dan manajemen BSI Syariah atau yang sekarang disebut dengan Bank Syariah Indonesia diakui oleh publik.¹¹

Berdasarkan hasil observasi awal pada tanggal, 22 Maret 2021 di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik I peneliti melihat

¹¹PT. BNI Syariah, "BNI Syariah Raih Penghargaan Terbaik di Service Quality Award (SQ Award) 2019," www.bnisyariah.co.id., diakses pada tanggal 09 Februari 2020, pukul 17. 00 Wita.

bahwa pelayanan teller yang diberikan oleh PT. BSI Kantor Cabang Mataram telah bekerja sesuai dengan aturan yang berlaku sesuai kinerja atau sistem pelayanan yang berlaku. Hal ini dibuktikan dengan penerapan 3 S (Salam, sapsadan senyum) kepada para nasabah yang melakukan transaksi. Selain itu ibu putri kusuma purnama sari selaku koordinator teller juga merasa sangat bangga dengan pencapaian kinerja dan semangat para teller dibuktikan dengan selalu menyelesaikan tugas masing-masing sampai tuntas dan mencapai target yang direncanakan secara optimal. Namun berdasarkan pengamatan peneliti langsung yang menjadi permasalahan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 dalam pelayanan teller yang diberikan masih belum sepenuhnya memberikan pelayanan yang baik, karena pelayanan yang diberikan ke para nasabah terkadang lambat tidak cepat dan tanggap sehingga mengalami pengantrian yang cukup lama bagi para nasabah. Selain daripada itu, fasilitas tempat antrian masih kurang, terbukti dari para nasabah yang menunggu tidak memiliki tempat pengantrian terlebih pada saat nasabah yang melakukan transaksi pembayaran SPP.¹²

Mengenai hal itu, kualitas pelayanan teller pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 perlu cermat menentukan kebutuhan nasabah sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan baik dari segi bentuk fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik mengkaji lebih dalam tentang

¹² Observasi Awal, tanggal 22 Maret 2021, Pukul 08.30 Wita.

kualitas pelayanan teller dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1**”.

B. Rumusan Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

- a. Apakah ada Pengaruh *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empahty* Teller secara Parsial maupun Simultan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Indonesia Syariah Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1?
- b. Variabel yang Manakah Paling Dominan Berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Nasabah Pada PT. Bank Indonesia Syariah Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1?

Perpustakaan UIN Mataram

C. Tujuan Dan Manfaat penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah ada Pengaruh *Tangibles, Realibility, Responsiveness, Accurance, Empety* Teller secara Parsial maupun Simultan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Indonesia Syariah Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

- b. Untuk mengetahui Variabel yang Manakah Paling Dominan Berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Nasabah Pada PT. Bank Indonesia Syariah Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Manfaat secara teoritis

Secara teoritis, dapat digunakan sebagai sumbangan tertulis berupa informasi ilmiah untuk penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan kualitas pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah.

- b. Manfaat secara praktis

Secara praktis, hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan menjadi masukan bagi semua pihak yang berkepentingan, termasuk bagi peneliti dan lembaga-lembaga dalam dunia ekonomi dan bisnis Islam.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Tentunya kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa sering menjadi perbincangan. Makna kualitas pelayanan berbeda-beda bagi setiap orang, tergantung pada cara mendefinisikan dan prakteknya. Namun secara umum menurut beberapa ahli kualitas pelayanan yakni:

- 1) Menurut Lupiyoadi dalam Hardiyansyah menyatakan kualitas layanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan nasabah atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya atau definisi lainnya yakni, sejauh mana suatu layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan nasabah.¹³
- 2) Menurut Tjiptono kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang tingkat keunggulan memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabah.

¹³Hardiyansyah, *Kualitas Pelayanan Publik*, (Yogyakarta: Gava Media, 2011), hlm. 10-12.

Harapan nasabah merupakan keyakinan nasabah sebelum atau sesudah membeli suatu produk atau jasa yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk atau jasa tersebut.¹⁴

Jadi dapat disimpulkan menurut para ahli diatas kualitas pelayanan merupakan segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi kebutuhan para nasabah. Layanan dalam hal ini dapat diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang disampaikan melalui sikap dan sifat dalam memberikan layanan untuk kepuasan nasabah. Dan dari beberapa definisi yang diuraikan di atas memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya berbeda, misalnya terdapat pada elemen sebagai berikut:

- a) Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan *customer/nasabah*.
- b) Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
- c) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dalam buku Mu'ah dan Masram, Parasuraman dan Zeithmal menyatakan dalam studinya menemukan ada lima dimensi yang dapat

¹⁴Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm. 243.

digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, yang dikenal dengan istilah SERVQUAL. Kelima dimensi tersebut adalah:¹⁵

1) *Tangibles*

Tangibles atau bukti fisik merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam melayani suatu pernyataan tentang fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan personalia, dan sarana komunikasi suatu perusahaan. Nasabah akan menggunakan indera pengelihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Nasabah akan mempunyai persepsi bahwa suatu perusahaan mempunyai pelayanan yang baik apabila bangunan terlihat mewah dan berbagai fasilitas pendukung. Selain gedung dan peralatan, nasabah akan menilai seragam dan penampilan fisik karyawan. Fasilitas yang mewah memberi daya tarik yang tinggi dalam mempengaruhi persepsi para nasabahnya bahwa mereka mempunyai kualitas pelayanan yang baik.

Tangibles penting karena akan menumbuhkan *image* perusahaan terutama bagi nasabah baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau akan merusak *image* perusahaan tersebut.

¹⁵Muhammad dan Masram, *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan* (Sidoarjo: Zifatama, 2014), hlm. 75-77.

2) *Reliability*

Reliability atau kehandalan merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan kemampuan untuk dipercaya, terutama memberikan jasa secara tepat waktu, dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali¹⁶

3) *Responsiveness*

Responsiveness atau daya tanggap merupakan respon atau kesanggupan karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesanggupan karyawan dalam melayani nasabah, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan nasabah. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa pihak penyedia jasa atau memperbaiki atau meminimalkan kerugian dengan segera.

4) *Assurance*

Assurance atau jaminan merupakan pernyataan tentang kesopanan, pengetahuan dan kemampuan karyawan yang dapat menimbulkan keyakinan dan kepercayaan kepada para nasabah dalam jasa yang diberikan. Terdiri dari beberapa komponen antara

¹⁶Chandra Satria, Doly Nofiansyah, dan Nelson Mandela, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BPR Sumsel Palembang ”, *Khozana : Journal of Islamic Economic and Banking*, Vol. 3, No. 1, (2020), hlm. 1–13.

lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.¹⁷

5) *Empahty*

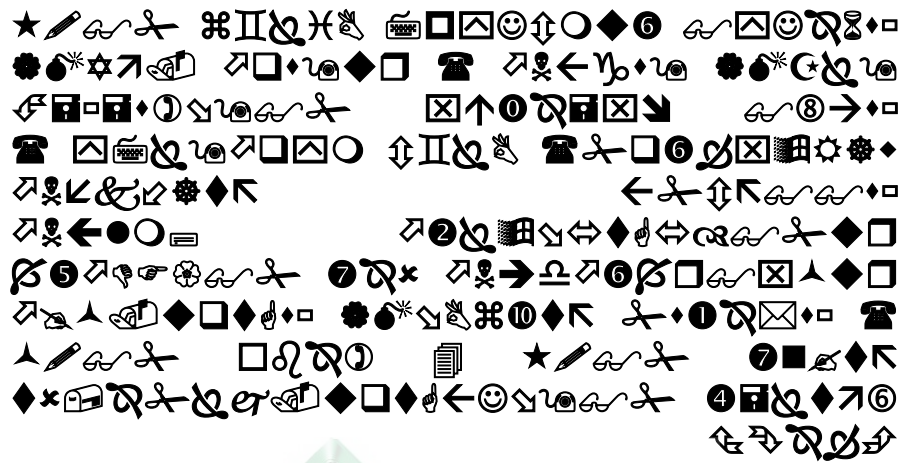
Empahty atau kepedulian merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada nasabah secara individu, seperti penuh perhatian terhadap nasabah, melayani dengan ramah, berkomunikasi dengan baik dan benar, serta bersikap penuh simpati. Selain itu *empahty* merupakan sikap kontak personal maupun perusahaan untuk memenuhi kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.¹⁸

c. **Kualitas Pelayanan dalam persfektif Islam**

Dalam Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan suatu layanan kepada nasabah dalam jasa syariah harus konsisten atau istiqomah dalam menerapkan aturan-aturan syariah. Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti yang dijelaskan dalam Q.S Al-Q.S Ali Imran/3:159.

¹⁷*Ibid.*

¹⁸Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019), hlm.193.



Artinya:

*“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagimereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”.*¹⁹

Ibnu kasir menyatakan dalam buku tafsir Al-Qur’an Al-Azim, sikap lemah lembut yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW tidak lain disebabkan karena rahmat Allah SWT yang dianugerahkan kepadanya, sehingga beliau bersikap lemah lembut terhadap mereka. Demikian juga Al-Hasan Al-Basri mengatakan bahwa begitulah akhlak Nabi Muhammad SAW yang diutus oleh Allah. Kemudian arti ayat selanjutnya mengatakan “Dan jikalau kamu bersikap keras dan berhatikasar, tentulah mereka akan menjauh darimu”. Maksudnya adalah sekira kamu kasar dalam bertutur kata dan berkeras hati dalam menghadapi mereka, niscaya mereka menjahuimu. Akan tetapi Allah menghimpun mereka disekelilingmu dan membuat hatimu lemah

¹⁹ Q.S Al-Imran [3]: 159.

lembut terhadap mereka sehingga mereka menyukaimu. Kemudian disini Rasulullah selalu bermusyawarah dengan mereka apabila menghadapi suatu masalah untuk mengenakan hati mereka agar menjadi pendorong bagi mereka untuk melakukannya. Terutama dalam hal peperangan baik itu perang uhud, khandak, dll. Yang mana beliau bermusyawarah ketika hendak mulai peperangan seperti mengatur strategi perang, dll. Sehingga kamu telah mendapatkan hasil yang bulat, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah maha maha mencintai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.²⁰

Berdasarkan kedua ayat dan tafsiran di atas dapat disimpulkan bahwa jika suatu pelayanan yang diberikan kepada nasabah dengan bersikap baik, lemah lembut dan sopan maka pelanggan akan merasa puas dan bahkan akan selalu setia menjadi nasabah dalam perusahaan yang dijalankan, akan tetapi jika suatu pelayanan yang diberikan kurang baik atau buruk maka nasabah akan merasa kecewa dan bahkan akan berpaling ke perusahaan lain yang lebih memberikan pelayanan yang berkualitas.

2. Teller

a. Pengertian Teller

Teller merupakan petugas bank yang bekerja di front line banking hall dan melakukan transaksi langsung dengan nasabah

²⁰Ibnu Katsir, *Tafsir Al-Qur'an Al-Azim*, (Labanon: Ad-Darul Alamiyah, 2012), hlm. 245-252.

dalam bentuk penerimaan/penarikan baik berupa transaksi tunai/non tunai dan melakukan pembukuan dalam sistem bank.

Secara umumnya Teller adalah petugas bank yang bertanggung jawab untuk penerimaan simpanan, pencairan cek, dan memberikan jasa pelayanan perbankan lain kepada masyarakat, tanda tangan kasir dan memproses penerima simpanan yang diterima lewat surat, penyimpanan, dan mencatat seluruh bukti pembayaran dari setiap nasabah.²¹

Teller pada sebuah bank merupakan pintu gerbang utama dan sangat penting dalam melakukan transaksi finansial baik transaksi secara tunai. Dalam hal ini *Teller* bank memiliki resiko yang sangat besar dan sangat berpengaruh pada oprasional suatu bank, karena *Teller* berhadapan langsung dengan nasabah. Jika pelayanan tidak profesional dan menimbulkan kekecewaan terhadap nasabah dalam bentuk apapun misalnya pelayanan yang kurang ramah yang dapat menyebabkan nasabah kehilangan kepercayaan terhadap bank. Begitu juga sebaliknya apabila hubungan *Teller* dan nasabah baik maka akan memberikan dampak positif bagi pihak Bank.

b. Fungsi *Teller*

Sesuai dengan pengertian *Teller* di atas, bahwa fungsi seorang *Teller* yaitu untuk memberikan layanan perbankan dan atau calon nasabah di sebuah bank. Fungsi menjadi *Teller* sangat krusial karena setiap hari petugas *Teller* yang langsung berhadapan dengan nasabah, hal ini tentu harus dituang dengan penampilan yang

²¹Muah dan Masram, *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan...*, hlm. 3-4.

sempurna setiap saat bagi semua *Teller* Bank. Dalam praktiknya fungsi *Teller* sebagai berikut:²²

- 1) Sebagai resepsionis, artinya seorang *teller* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke Bank. Dalam hal ini penerima tamu *teller* harus bersikap ramah tamah, sopan dan menyenangkan.
- 2) Sebagai Daskmen, artinya seorang *teller* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang di ajukan nasabah atau calon nasabah.
- 3) Sebagai Salesmen, artinya *teller* berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus pelaksana cross selling
- 4) Sebagai Constumer Relition Officer, *teller* berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh, termasuk merayu dan membujuk agar nasabah dapat bertahan tidak lari dari bank bersangkutan apabila menghadapi nasabah.
- 5) Sebagai Komunikator, artinya *teller* berfungsi sebagai orang yang meghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara Bank dan nasabah.

c. Tugas Teller

Adapun tugas dan pekerjaan dari teller sebagi berikut:²³

- 1) Memeriksa identitas nasabah (Petugas counter)
- 2) Meneliti Keabsahan tanda tangan dan warkat (petugas Spedmen)

²²Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010). hlm.180-181.

²³Ikatan Bankir Indonesia dan LSPP, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014). hlm. 5-6.

- 3) Mengesahkan tanda terima setoran dalam batas wewenangannya (Pejabat kas)
- 4) Membayar dan menerima uang tunai (kasir)
- 5) Menerima setoran warkat bank sendiri dan warkat bank lain (Petugas counter)
- 6) Mencatat penerimaan dan pengeluaran tunai dan non tunai.

c. Etika Teller

Sebagai *front Officer* yang berhubungan langsung dengan nasabah, Teller perlu mempunyai suatu etika untuk memuaskan para nasabahnya. Etika tersebut sebagai berikut:²⁴

- 1) Penampilan, yaitu para *Teller* sebaiknya mempunyai penampilan yang menarik antara lain dengan menggunakan seragam yang mencirikan adanya kesatuan dan ciri khas bank bersangkutan.
- 2) Keperibadian yang menarik sikap atau pembawaan yang ramah, hormat dan bersahabat terhadap nasabah merupakan keharusan bagi teller.
- 3) Pelayanan yang cepat dan tepat, menghindarkan nasabah menunggu terlalu lama.
- 4) Memeriksa secara teliti setiap transaksi yang akan dan sedang dilakukan dan selalu mengikuti prosedur standar.
- 5) Bersikap Profesional dengan tidak membeda-bedakan nasabah, melayani sesuai dengan urutan kedatangan.

²⁴Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hlm. 167.

- 6) Harus bersifat jujur dan tidak melakukan hal-hal yang merugikan nasabah (contoh curang melayani, memberikan informasi rahasia perusahaan/nasabah kepada pihak yang tidak berwenang.

3. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Saat ini kepuasan nasabah merupakan konsep utama baik dalam teori maupun dalam praktik jasa, serta menjadi tujuan sentral bagi seluruh aktivitas bisnis. Kepuasan mempunyai kontribusi penting dalam menciptakan kesetiaan nasabah dan menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis.

Adapun beberapa definisi dari kepuasan nasabah beberapa diantaranya yakni kepuasan secara umum adalah perasaan senang atau kecewa terhadap produk/jasa yang diterima setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Kasmir kepuasan nasabah adalah respon atau tanggapan nasabah mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang

menyediakan tingkat kesenangan konsumen yang berkaitan dengan kebutuhan konsumen.²⁵

Sedangkan menurut Umar dalam M. Anang Firmansyah kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Seorang nasabah baru akan merasa puas apabila kinerja pelayanan perbankan yang mereka dapatkan sama atau melebihi dari apa yang diharapkan dan perasaan kecewa nasabah timbul apabila kinerja yang diperolehnya tidak sesuai dengan apa yang diharapkannya. Jadi, pengertian dari kepuasan nasabah yakni hasil yang diberikan oleh penyedia jasa atau produk sesuai dengan yang diharapkan nasabah.²⁶

Jadi dapat disimpulkan kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Jadi, kepuasan nasabah berarti bahwa kinerja seseorang yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau kebutuhannya terpenuhi dengan baik dan sesuai dengan harapan.

b. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Ada empat metode dalam pengukuran kepuasan nasabah, yaitu sistem keluhan dan saran, survei kepuasan nasabah, konsumen

²⁵Kasmir, *Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Kencana, 2018), hlm. 161.

²⁶M. Anang Firmansyah, *Prilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018), hlm. 132.

samaran, dan analisis nasabah yang hilang. Adapun penjelasan empat metode sebagai berikut:²⁷

1) Sistem keluhan dan saran

Sistem ini merupakan sistem dimana perusahaan menyediakan wadah atau sarana untuk memberikan kesempatan yang luas bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat atau bahkan keluhan nasabah. Sistem ini diantaranya dengan menyediakan kotak saran yang ditempatkan ditempat yang strategis, menyediakan kartu komentar yang dapat langsung diisi di tempat, via pos, penyedia *call center* khusus untuk memberikan saran dan kritik serta media sosial yang bisa dimanfaatkan untuk memberikan saran ataupun kritikan.

2) Survei kepuasan nasabah

Pada umumnya penelitian mengenai tingkat kepuasan nasabah banyak dilakukan melalui metode survei dengan mengajukan pertanyaan (kuesioner) kepada para pelanggan. Melalui survei, perusahaan akan mendapatkan tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menanti perhatian terhadap para nasabah

3) Konsumen samaran

²⁷Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasaran dan Kepuasan Nasabah dalam Pemasaran Perbankan Syariah*, (Malang: UB. Press, 2017), hlm. 60-61.

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan orang untuk berpura-pura menjadi pelanggan (nasabah), kemudian pelanggan bayaran tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kelemahan dan kekuatan dalam melayani pelanggan. Selain itu juga, ia dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dalam menanggapi setiap keluhan.

4) *Last customer analysis*

Metode ini dilakukan untuk memantau kepuasan dengan cara menghubungi pelanggan (nasabah) yang telah berhenti menjadi pelanggan atau beralih ke perusahaan pesaing. Mereka dihubungi untuk memperoleh informasi tentang penyebab berhenti menjadi pelanggan (nasabah).

Jika pelanggan puas dengan pelayanan maka, kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kepuasan pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan, dan laba yang diperoleh menjadi meningkat.

c. **Faktor-Faktor Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Kepuasan dan ketidakpuasan ditentukan oleh persepsi dari harapan nasabah. Persepsi terhadap produk atau pelayanan sendiri

dipengaruhi oleh pengalaman nasabah saat mencoba produk atau menerima suatu layanan. Maka apabila produk yang dikonsumsi atau pelayanan yang diperoleh mempunyai kualitas yang baik maka besar kemungkinan nasabah tersebut akan memberikan persepsi yang tinggi.²⁸

Menurut Tjiptono, faktor-faktor pengukuran yang kepuasan nasabah antara lain yakni, kepuasan keseluruhan nasabah, dimensi kepuasan nasabah, konfirmasi harapan, niat beli ulang, kesediaan untuk merekomendasikan dan ketidakpuasan nasabah. Adapun penjelasan dari faktor-faktor ini sebagai berikut:²⁹

- 1). Kepuasan keseluruhan nasabah, cara ini merupakan cara paling sederhana untuk mengukur kepuasan nasabah dengan cara menanyakan langsung kepada nasabah seberapa puas mereka dengan produk atau jasa yang diberikan.
- 2). Dimensi kepuasan nasabah, nasabah menilai dari produk/jasa berdasarkan item-item seperti fasilitas layanan, kecepatan layanan dan keramahann staf layanan nasabah. Meminta para nasabah untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan secara keseluruhan.

²⁸Nining Wahyuningsih, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat", *Al-Amwal*, Vol. 10, No. 2 (2018), hlm. 302.

²⁹Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), hlm. 57-58.

- 3). Konfirmasi harapan, menunjukkan kesesuaian produk atau jasa yang ditawarkan dengan harapan nasabah sebagaimana dipersepsikan oleh pelanggan.
- 4). Niat beli ulang, pengalaman yang dirasakan terhadap pelayanan yang diberikan serta minat untuk berbelanja/menggunakan jasa bank kembali.
- 5). Kesediaan untuk merekomendasikan menunjukkan kesediaan pelanggan untuk mempromosikan/merekomendasikan kepada orang lain berdasarkan pengalaman masa lalu.
- 6). Ketidakpuasan nasabah, menunjukkan hubungan selama menjalin dengan perusahaan, antara puas atau tidak puas terhadap perusahaan tersebut.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelusuran terhadap studi atau karya-karya terdahulu yang terkait untuk menghindari duplikasi, repitisi serta menjamin keaslian dan keabsahan penelitian yang dilakukan. Beberapa penelitian sebelumnya yang telah dilakukan, terutama yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah yakni:

- a. Skripsi yang ditulis oleh Devi Kusumawardani yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Koperasi

Pondok Pesantren Tarbiyatul Mustafid Desa Badrain Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat.³⁰

Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Pondok Pesantren Tarbiyatul Mustafid Desa Badraian Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Koperasi Pondok Pesantren Tarbiyatul Mustafid Desa Badraian Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Koperasi Pondok Pesantren Tarbiyatul Mustafid Desa Badraian Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat. Hal ini dibuktikan dari hasil uji f (simultan) diperoleh nilai f hitung, sebesar 11,323 dengan taraf signifikan 0,000. Nilai f tabel 2,38. Oleh karena itu nilai f hitung $>$ f tabel, artinya H_1) diterima dan (H_0) ditolak.

Maka dari paparan di atas terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Devi Kusumawardani dengan penelitian ini, yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan dan persamaan lainnya terletak pada teknik pengumpulan data penelitian yang menggunakan observasi, kuesioner dan dokumentasi. Untuk perbedaannya terletak pada tempat penelitian, dalam penelitian ini dilakukan di Koperasi

³⁰Devi Kusumawardani, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Koperasi Pondok Pesantren Tarbiyatul Mustafid Desa Badrain Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat", (Skripsi, FEBI UIN Mataram, Mataram, 2020).

Pondok Pesantren Tarbiyatul Mustafid Desa Badrain Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat sedangkan penelitian yang saya lakukan di PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

- b. Skripsi yang ditulis oleh Rosiatul Aini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pengguna Go Food di Kota Mataram.”³¹

Penelitian ini memfokuskan pada kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pengguna *go-food* di Kota Mataram dengan tujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *go-food* di Kota Mataram.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *go-food* di Kota Mataram sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,005 dimana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 4,065 lebih besar dari t tabel 1,988. Sedangkan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *go-food* di Kota Mataram sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,005, dimana hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung 3,455 lebih besar dari t tabel yaitu 1,988.

Dari paparan di atas terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian yang dilakukan oleh Rosiatul Aini dengan penelitian ini, yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan dan persamaan lainnya terletak pada analisis data, yaitu sama-sama menggunakan analisis regresi

³¹Rosiatul Aini, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pengguna Go-Food Di Kota Mataram”, (Skripsi, FEBI UIN Mataram, Mataram, 2019).

liner berganda. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan, pada penelitian ini menggunakan kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) sebagai variabel independenya sedangkan dalam penelitian yang saya lakukan, menggunakan kualitas pelayanan teller dengan fokus ke 5 dimensi yaitu *tangibles* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), *empahty* (X5). Selain itu, perbedaan lainnya terletak pada variabel dependen dimana pada penelitian ini, menggunakan kepuasan pengguna *go food* (Y) sedangkan penelitian saya, menggunakan kepuasan nasabah (Y).

- c. Jurnal yang ditulis oleh Dahlia Bonang dengan Judul “Pengaruh Layanan E- Banking terhadap Sikap Nasabah Bank Syariah di Kota Mataram”.³²

Penelitian ini memfokuskan pada pengaruh layanan E-Banking terhadap sikap nasabah yang tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh layanan E-Banking terhadap sikap nasabah di Bank Syariah Kota Mataram.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap sikap nasabah Bank Syariah di Mataram, dapat disimpulkan bahwa dimensi *tangible* memiliki pengaruh terhadap sikap nasabah. Taraf signifikan X1, 0,034 kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan *tangibles* dengan sikap nasabah di Bank Syariah Mataram. Dimensi *reliability* memiliki pengaruh terhadap sikap nasabah. Taraf signifikan X2 0,015

³²Dahlia Bonang, “Pengaruh Layanan E-Banking Terhadap Sikap Nasabah Bank Syariah Di Kota Mataram”, *Iqtishaduna*, Vol. VIII, No.2 (2017), hlm.159–171.

kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara kualitas pelayanan *reliability* terhadap sikap nasabah di Bank Syariah Mataram. Dimensi *responsiveness* terdapat pengaruh terhadap sikap nasabah. Taraf signifikansinya X_3 0,500 lebih dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa *responsiveness* tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan kualitas layanan *responsiveness* dengan sikap nasabah. Dimensi *assurance* memiliki pengaruh terhadap sikap nasabah. Taraf signifikansinya X_4 0,001 Kurang dari 0,05, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan *assurance* dengan sikap nasabah di Bank Syariah Mataram. Dimensi *empathy* memiliki pengaruh terhadap sikap nasabah.

Dari paparan di atas terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Dahlia Bonang dengan penelitian ini, persamaanya terletak pada teknik pengumpulan data yang sama-sama menggunakan observasi, kuesioner, dokumentasi. Selain itu, titik persamaanya terletak pada analisis pengelolaan data yang sama-sama menggunakan analisis regresi liner berganda. Sedangkan perbedaannya terletak pada substansi penelitiannya. Penelitian Dahlia Bonang meneliti tentang pengaruh pelayanan *e-banking* terhadap sikap nasabah sedangkan substansi penelitian ini mengenai, pengaruh kualitas pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah.

- d. Skripsi yang ditulis oleh Baiq Dona Rosa yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan *Wedding Organizer Adena Griya Manten Pagutan Mataram* terhadap Kepuasan Pelanggan”.³³

Penelitian ini memfokuskan pada hubungan antara harga dan kualitas pelayanan *Wedding Organizer Adena Griya Manten Pagutan Mataram* terhadap Kepuasan Pelanggan. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan 25 orang pelanggan. Pengujian data menggunakan uji validitas dan realibilitas serta menggunakan analisis regresi liner berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Wedding Organizer Adena Griya Manten Pagutan Mataram*.

Dari paparan di atas terdapat persamaan dan perbedaan dari penelitian yang telah dilakukan oleh Baiq Dona Rosa dengan penelitian ini, yaitu sama-sama membahas tentang kualitas pelayanan dan persamaan lainnya terletak pada analisis data, yakni sama-sama menggunakan analisis regresi liner berganda. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel yang digunakan, pada penelitian ini menggunakan harga (X1) dan kualitas pelayanan wedding organizer adena Griya Manten (X2) sebagai variabel independenya sedangkan dalam penelitian yang saya lakukan, menggunakan kualitas pelayanan teller dengan fokus ke 5 dimensi *tangibles* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance*

³³Baiq Dona Rosa Putri, “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Wedding Organizer Griya Manten Pagutan Mataram”, (Skripsi, FEBI UIN Mataram, Mataram, 2018).

(X4), *empahy* (X5). Perbedaan Lainnya terletak pada tempat penelitian, dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Baiq Dona Rosa Putri terletak di Pagutan Mataram, sedangkan tempat penelitian yang saya lakukan yakni, pada PT. BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

- e. Skripsi yang ditulis M. Khazanul yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Pembayaran Non Tunai terhadap tingkat Kepuasan Konsumen di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Kekalik Mataram”.³⁴

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya Pengaruh Pelayanan Pembayaran Non Tunai terhadap tingkat Kepuasan Konsumen di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Kekalik Mataram. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner dan dokumentasi. Serta teknik analisis data yakni, uji validitas, uji realibilitas dan uji asumsi klasik.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai uji t hitung sebesar 7,962 dan t tabel sebesar 0,245 sehingga t hitung lebih besar dari t tabel berarti ada pengaruh antara variabel X dan Y, sedangkan nilai signifikan 0,000 atau dibawah tingkat signifikan 0,05 ini menunjukkan bahwa penelitian ini signifikan. Hasil ini berarti bahwa hipotesisi dalam penelitian ini menyatakan pelayanan pembayaran non tunai berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen, dengan demikian (H_a) diterima (H_o) ditolak.

³⁴M Khazanul, “Pengaruh Pelayanan Pembayaran Non Tunai Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Kekalik Mataram”, (Skripsi, FEBI UIN Mataram, Mataram, 2018).

Dari paparan di atas terdapat persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh M. Khazanul dengan penelitian yang saya teliti. Persamaannya sama-sama membahas tentang layanan dan sama-sama menggunakan kepuasan sebagai variabel terikatnya. Dan dalam teknik pengumpulan data sama-sama menggunakan observasi, kuesioner dan dokumentasi. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan, terletak pada fokus penelitian. Pada penelitian ini menggunakan pelayanan pembayaran non tunai terhadap tingkat kepuasan konsumen di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Kekalik Mataram. Sedangkan penelitian saya yakni, kualitas Pelayanan teller dengan fokus ke 5 dimensi *tangibles* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), *empahty* (X5) terhadap kepuasan nasabah pada PT. BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

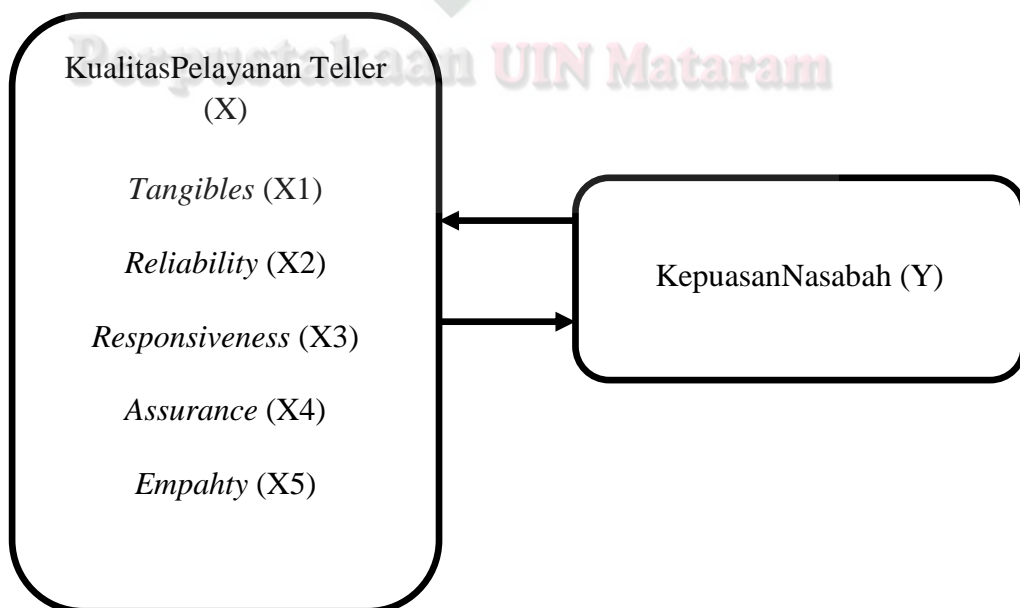
C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan suatu gambaran tentang hubungan variable dalam suatu penelitian yang diuraikan oleh jalan pemikiran menurut kerangka yang logis. Pada dasarnya setiap nasabah pasti menginginkan kualitas pelayanan yang baik bahkan pelayanan tidak bisa dipisahkan dari nasabah. Mengingat pentingnya menjaga kualitas pelayanan bank, bank harus mampu mengukur sejauh mana kualitas pelayanan dan juga kepuasan yang diberikan selama ini. Dalam pelayanan yang diberikan kepada nasabah, salah satunya yang bertugas ialah teller. Teller memiliki tugas dalam melayani transaksi di *counter money*.

Oleh karena itu, peranan teller sangat penting dalam mempertahankan reputasi bank. Sehubungan sebagian besar nasabah yang melakukan transaksi di teller, maka pihak bank harus memperhatikan kualitas pelayanan dari tellernya agar tercapai kepuasan nasabah. Untuk mewujudkan hal tersebut, maka bank harus mampu memperhatikan dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari; *Tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan dan kepastian), dan *empahty* (empati). Karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, maka nasabah tersebut semakin puas, bahkan akan menyebar promosi dari mulut ke mulut dengan baik dan setia menggunakan jasa/produk sesering mungkin.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka model pemikirannya sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas permasalahan suatu penelitian, sampai akhirnya terbukti melalui data yang terkumpul atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang harus diuji kebenarannya.³⁵ Jadi hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

1) Hipotesis Alternatif (H_a)

H_{a1} : Ada Pengaruh *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* Teller secara Parsial maupun Simultan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

H_{a2} : Variabel *Empathy* Adalah Variabel yang Paling Dominan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

2) Hipotesis Nol (H_0)

H_{01} : Tidak ada Pengaruh *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* Teller secara Parsial maupun Simultan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Bank Syariah 1 Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

³⁵Domnikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019). hlm. 94.

H₀₂: Variabel *Empathy* adalah Variabel yang Paling Tidak dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik I



Perpustakaan UIN Mataram

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian *survey* dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menggunakan jenis penelitian *survey* karena dalam mengumpulkan data penulis menghimpun informasi dari para responden menggunakan kuesioner sebagai metode pokoknya.³⁶ Dan secara umumnya penelitian *survey* ini dilakukan untuk mendapatkan data penelitian yang menggunakan instrumen kuesioner (angket) dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang menekankan analisisnya pada data-data (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pendekatan kuantitatif umumnya digunakan untuk menguji hipotesis dan mendukung hipotesis.³⁷ Adapun tujuan peneliti memilih penelitian kuantitatif ini adalah untuk menguji dan menganalisa hubungan dua variabel atau lebih yang bersifat sebab akibat (klausal), menguji teori dan analisa data menggunakan *statistic* untuk menguji

³⁶Sandu Siyanto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hlm. 20-21.

³⁷Suryani Hendrayani, *Metode Riset Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015). hlm. 109.

hipotesis. Berdasarkan pendekatan kuantitatif dilihat dari sisi kegunaannya yang digunakan sesuai dengan penelitian penulis lakukan, yaitu untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara kualitas pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh subjek dan objek, kejadian dan kelompok manusia yang dijadikan peneliti untuk diteliti dan menarik sebuah kesimpulan. Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁸ Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para nasabah yang melakukan transaksi bagian teller khususnya nasabah dari bulan Juli 2021 pada PT. Bank Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang MataramPejanggik I yang terdiri dari 550 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik atau ciri yang dimiliki oleh suatu populasi atau sebagian kecil yang diambil dari anggota populasi berdasarkan prosedur yang sudah ditentukan sehingga bisa digunakan untuk mewakili populasinya. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel dengan berpanduan dengan pendapat Suharisimi Ariskonto yang

³⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, 21 ed. (Bandung: Alfabeta, 2014). hlm. 80.

mengatakan apabila subyek kurang dari 100 lebih baik diambil semua. Tetapi apabila subyeknya besar dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25% atau lebih tergantung dari kemampuan peneliti dari segi waktu, tenaga dan dana.³⁹ Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling insidental*. Sampling insidental adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok sebagai sumber data.⁴⁰

Adapun rumus yang digunakan peneliti untuk menentukan sampel dari populasi yang ada adalah rumus slovin. Berdasarkan rumus slovin jumlah sampel dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + Nd^2)}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

d = tingkat kesalahan 10 % = 0,1

Maka perhitungannya:

$$n = \frac{550}{1 + 550 (0.1)^2}$$

$$n = \frac{550}{1 + 550 (0.01)}$$

$$n = \frac{550}{6.5}$$

³⁹Hiriansah, *Metodologi Penelitian Tinjauan Konsep dan Konstruksi*, (Porworejo Pasuruan: Qiara Media Partner, 2019), hlm. 144.

⁴⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D...*, hlm. 85.

$$n = 84.61 \rightarrow 85$$

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh di atas, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini 84,61 responden. Akan tetapi, agar memudahkan dalam penelitian, maka peneliti menetapkan jumlah sampel 85 responden yang merupakan nasabah yang bertransaksi pada bulan Juli tahun 2021 pada PT. BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

C. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini direncanakan pada bulan Maret sampai bulan Agustus 2021. Untuk bulan pertama peneliti memfokuskan menyelesaikan proposal skripsi dan kemudian dilanjutkan dengan penelitian skripsi.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 yang beralamat di Jl. Pejanggik No. 23 Cakranegara, Kelurahan Cakranegara Barat, Kecamatan Cakranegara, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu karakteristik yang mempunyai dua atau lebih nilai atau sifat yang berdiri sendiri dan secara teoritis secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang

mempunyai "variasi" antara satu orang dengan orang yang lain atau dengan satu obyek dengan obyek yang lain. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. Dilihat dari bentuk hubungan kausa yaitu sebab akibat, maka variabel tersebut dibedakan menjadi dua kategori yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel Independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi yang menjadi sebab dari perubahan munculnya variabel terikat.⁴¹ Variabel independen dalam penelitian ini adalah *tangibles* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), *empathy* (X5).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas.⁴² Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

E. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan dalam mengumpulkan data. Instrumen penelitian ini bertujuan untuk mempermudah analisis data, variabel yang digunakan harus terukur terlebih dahulu. Pengukuran variabel ini untuk mempermudah dalam membuat data kuantitatif.

Cara membuat urutan kuantitatif, penulis menggunakan skala Likert yang berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi

⁴¹Tarjo, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019), hlm. 42.

⁴²*Ibid.*, hlm. 42-43.

seseorang/kelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert digunakan secara luas yang mengharuskan responden untuk menunjukkan derajat setuju atau tidak setuju kepada setiap statmen yang berkaitan dengan obyek yang dinilai. Jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan pada penelitian ini dengan memberikan ceklist (√) pada alternatif jawaban.

Dengan skala Likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut ini adalah pengukuran indikator dari variabel tersebut:

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan Teller - <i>Tangibles</i> (X1) (Bukti Fisik)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ruang tunggu ➤ Loket Pelayanan ➤ Penampilan Teller 	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert
- <i>Reliability</i> (X2) (Kehandalan)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kehandalan teller dalam memberikan informasi pelayanan ➤ Kehandalan teller dalam melancarkan prosedur pelayanan ➤ Kehandalan teller dalam memudahkan teknis pelayanan 	
- <i>Responsiveness</i> (X3) (Daya Tanggap)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Respon teller terhadap keluhan nasabah ➤ Respon teller terhadap saran nasabah ➤ Respon teller terhadap keritikan nasabah 	

- Assurance (X4) (Jaminan/kepastian)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kemampuan administrasi teller ➤ Kemampuan teknis teller ➤ Kemampuan sosial teller 	
-Empahty (X5) (Empati/kepedulian)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Perhatian teller ➤ Kepedulian teller ➤ Karamahan teller 	
Kepuasan Nasabah (Y)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kepuasan pelanggan secara keseluruhan ➤ Dimensi kepuasan pelanggan ➤ Konfirmasi harapan ➤ Niat beli ulang ➤ Kesiediaan Untuk merekomendasikan ➤ Ketidakpuasan nasabah 	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert

Tabel 3.2

Skala likert

Berikut ini adalah pengukuran indikator dari variabel di atas:

Pertanyaan/pernyataan	Skor Jawaban				
	SS	S	KS	TS	STS
	5	4	3	2	1

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

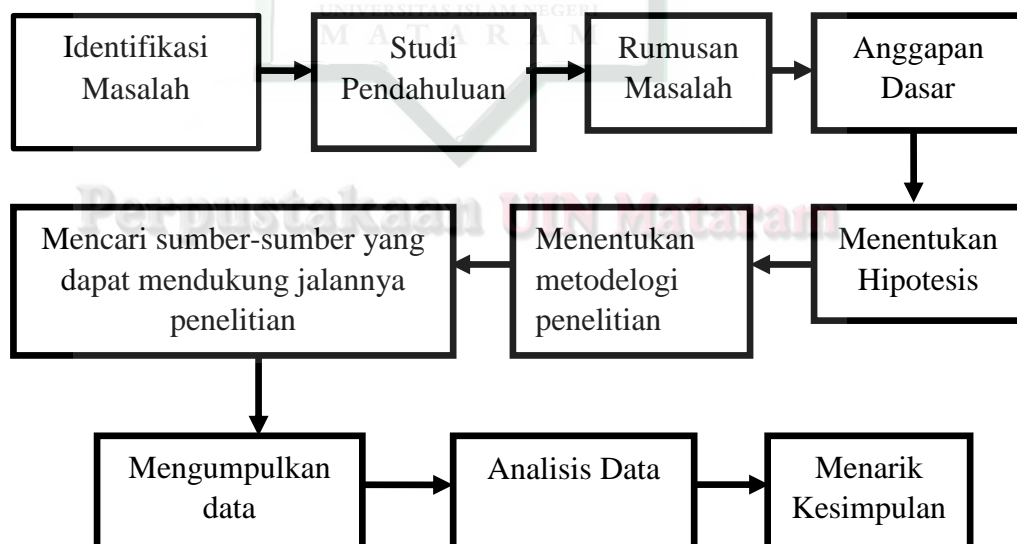
TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

F. Prosedur Penelitian

Prosedur Penelitian merupakan langkah-langkah yang dipakai untuk mengumpulkan data guna menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan di dalam penelitian, atau gambaran secara umum tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan oleh peneliti dengan tujuan mencapai sesuatu yang telah ditetapkan. Di dalam prosedur penelitian ini ada beberapa tahapan-tahapan utama yang dilakukan yakni sebagai berikut:

Gambar. 3.1
Prosedur Penelitian



Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengamati setiap kejadian yang sedang berlangsung dan mencatatnya dengan alat observasi tentang hal-hal yang akan diamati berdasarkan kondisi objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.⁴³ Dalam pengumpulan data peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti, yakni kualitas pelayanan Teller pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1. Sehingga diperoleh data atau informasi yang diharapkan membantu proses pemecahan masalah.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi non partisipasi dimana observasi non partisipasi berarti peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁴⁴ Dalam hal ini, peneliti memberikan daftar pertanyaan kepada para nasabah yang melakukan transaksi dibagian

⁴³Sopiyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, 4 ed. (Jakarta: Kencana, 2017). hlm.19-20.

⁴⁴Slamet Riyanto dan Aglis Anindhita Hetmawan, *Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Ekspresimen*, 1 ed. (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020). hlm.28.

Teller pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1. Daftar pertanyaan ini disebut sebagai angket/kuesioner. Kuesioner tersebut didistribusikan langsung untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan penelitian dengan menyebarkan daftar pertanyaan melalui *google form*.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data secara langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁴⁵ Adapun data yang diperlukan dalam penelitian ini antara lain, gambaran umum lokasi penelitian, data yang mencangkup responden yang diteliti pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah menyusun secara sistematis catatan lapangan, menangkap tema-tema yang penting yang muncul dari hasil observasi dan kuesioner, proses pengaturan urutan data, mengorganisasikan ke dalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar. Analisis data juga dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan untuk mengubah data hasil penelitian

⁴⁵*Ibid.*, hlm. 28-29.

menjadi informasi yang nantinya dapat dipergunakan untuk mengambil kesimpulan.⁴⁶ Adapun analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Analisa Statistik

a. Uji Validitas

Uji Validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan Instrumen. Suatu instrumen yang dikatakan valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Selain itu, instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.⁴⁷ Pengujian validitas ini dilakukan dengan bantuan dari program SPSS yang merupakan salah satu aplikasi untuk menganalisa data statistik. Dan untuk pengambilan keputusan dapat dilihat jika nilai signifikansi 0,05 maka pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya. Kriteria penilaian uji validitas yaitu apabila r hitung $>$ r tabel, maka item instrument tersebut dinyatakan valid. Dan apabila r hitung $<$ r tabel maka instrumen dinyatakan item tidak valid. Dalam uji validitas, peneliti menggunakan *software program SPSS* dan dihitung dengan rumus korelasi *product moment*.

⁴⁶Mukhtacar, *Prosedur Penelitian Pendidikan*, (Yogyakarta: Absolute Media, 2020). hlm. 85.

⁴⁷Suharisimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), hlm. 211.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan tingkat ketepatan, ketelitian atau keakuratan sebuah instrumen. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya dan diandalkan secara konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan. Reliabilitas maksudnya adalah tingkat konsistensi sebuah instrumen yang bila digunakan akan memberikan hasil yang sama.⁴⁸ Pengujian reliabilitas menggunakan bantuan program SPSS dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika r_{alpha} positif atau lebih besar dari r_{tabel} maka pernyataan reliabel.
- 2) Jika r_{alpha} negatif atau lebih kecil dari r_{tabel} maka pernyataan tidak reliabel.

Untuk menentukan realibilitas instrumen, dalam hal ini digunakan rumus α . Pengujian Realibilitas dalam penelitian ini menggunakan program *software program SPSS* dengan uji *Statistic Alpha Cronbach*.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang berdistribusi secara normal. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan

⁴⁸*Ibid.*, hlm. 221.

mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.⁴⁹ Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan. Dasar pengambilan keputusan uji normatis ini yakni, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal. Akan tetapi jika nilai Signifikansi $< 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan uji regresi, dengan nilai patokan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *Tolerance*.⁵⁰ Kriteria yang digunakan adalah:

- 1) Jika nilai VIF di sekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.
- 2) Jika nilai *Tolerance* $\geq 0,10$, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak adanya

⁴⁹Rochmat Aldy Purnomo dan Puput Cahaya Ambarwati, *Analisis Statistika Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: CV. Wade Group, 2017), hlm. 174.

⁵⁰I Putu Ade Andre Payadnya dan Gusti Agung Ngurah Trisna Jayantika, *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik Dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018), hlm. 68-69.

heterokedastisitas.⁵¹ Deteksi ada tidaknya heterokedestisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Untuk melihat adanya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji statistik. Uji statistik yang dipilih adalah uji Glejser, dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas melalui uji Glejser adalah:

- 1) Apabila $\text{sig. 2-tailed} < \alpha = 0,05$, maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila $\text{sig. 2-tailed} > \alpha = 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada priode sebelumnya.⁵² Autokorelasi merupakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson (DW test). Metode pengujian uji Durbin-Waston memiliki ketentuan atau dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1). Jika d (DW) lebih kecil d_l atau lebih besar dari $(4-d_l)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2). Jika d (DW) terletak antara d_U ($4-d_U$), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.

⁵¹Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengelola Data Penelitian*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), hlm. 128.

⁵²Singgah Santoso, *Mahir Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019), hlm. 205.

- 3). Jika d (DW) terletak antara d_l dan d_U diantara $(4-d_U)$ dan $(4-d_L)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk melihat pengaruh tiap-tiap variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Dalam regresi linier berganda hal ini perlu dilakukan karena tiap-tiap variabel independen memberi pengaruh yang berbeda dalam model.⁵³ Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel melihat signifikan pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Apabila nilai (Sig) lebih kecil dari 0,05 maka suatu variabel dikatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel lainnya.

Adapun kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi mempunyai interval nol sampai satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika $R^2 = 1$, berarti

⁵³Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*, 1 ed. (Jakarta: Kencana, 2016). hlm. 95.

besarnya persentase sumbangan X terhadap variansi (naik-turunnya) Y secara bersama-sama adalah 100%. Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendekati 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan Y.⁵⁴ Untuk mencari nilai determinasi menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD / x^2 = (r)^2 \times 100 \%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien

c. Uji Simultan (F)

Uji Simultan merupakan uji semua variabel bebas secara keseluruhan dan bersamaan dalam suatu model. Uji ini untuk melihat apakah variabel independen secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Bila hasil uji simultannya adalah signifikan, maka dapat dikatakan hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi.⁵⁵ Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) terhadap variabel dependen (Y). Analisis uji simultan (F) dilakukan dengan membandingkan Fhitung dan Ftabel. Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

⁵⁴Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual SPSS*, 1 ed. (Jakarta: CV. Budi Utama, 2017). hlm. 290.

⁵⁵Kurniawan dan Yuniarto, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R.*, hlm. 96.

- 1). Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig <$ maka:
 - a. H_a diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan
 - b. H_o ditolak karena tidak dapat pengaruh yang signifikan
- 2). Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig >$ maka:
 - a. H_a ditolak karena tidak memiliki pengaruh yang signifikan
 - b. H_o diterima karena terdapat pengaruh yang signifikan

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi liner berganda merupakan suatu teknik satistika yang digunakan untuk mencari persamaan regresi yang bermanfaat untuk meramal nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai variabel independen dan mencari kemungkinan kesalahan dan menganalisa hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel in dependen baik secara persial atau simultan.⁵⁶ Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh *tangibles*, *realibility*, *responsiveness*, *accurance*, *emphaty* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1. Adapun rumus persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + b_5 x_5 + e$$

Keterangan:

X = *Tangibles*, *Reliability*, *Responsivenees*, *Assurance*, *Empahty*

(Variabel Independen)

X = Kepuasan Nasabah (Variabel Independen)

⁵⁶*Ibid.*

$b_1, b_2, b_3, \dots, b_5$ = Koefisien regresi

E = Error term

α = Konstant



Perpustakaan **UIN Mataram**

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai Negara dengan penduduk muslim terbesar didunia, memiliki potensi untuk mejadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhaap persoalan halal serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trand yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang dimiliki BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank

Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing ditingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil' Alamin*).⁵⁷

PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 telah diresmikan pada tahun 1 Februari 2021 yang terletak di Jl. Pejanggik No. 23 Cakranegara, Kelurahan Cakranegara Barat, Kecamatan Cakranegara Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat-83231. Sebelumnya PT. BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 ini adalah PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Mataram yang telah berdiri sejak tahun 2011 namun telah resmi menjadi PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 sejak 1 Februari 2021.

⁵⁷Dwi Ishak Putra, "Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia,"<https://indonesiabaik.id/infografis/berdirinya-bank-syariah-indonesia.>, diakses pada tanggal 09 September 2021, pukul 17.00 Wita

b. Letak Geografis

Secara geografis PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 terletak di Jl. Pejanggik No. 23 Cakranegara, Kel. Cakranegara Barat, Kec. Cakranegara, Kota Mataram, dengan Batas-batas sebagai berikut:

- 1) Sebelah Barat : Berbataaan dengan Pura
- 2) Sebelah Timur : Bank Danamon Syariah
- 3) Sebelah Utara : Berbatasan dengan Pura
- 4) Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Permukiman warga

c. Visi dan Misi

• Visi BSI

- 1). TOP 10 *Global Islamic Bank*
- 2). Menciptakan Bank Syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan

• Misi BSI

- 1). Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- 2). Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- 3). Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
- 4). Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

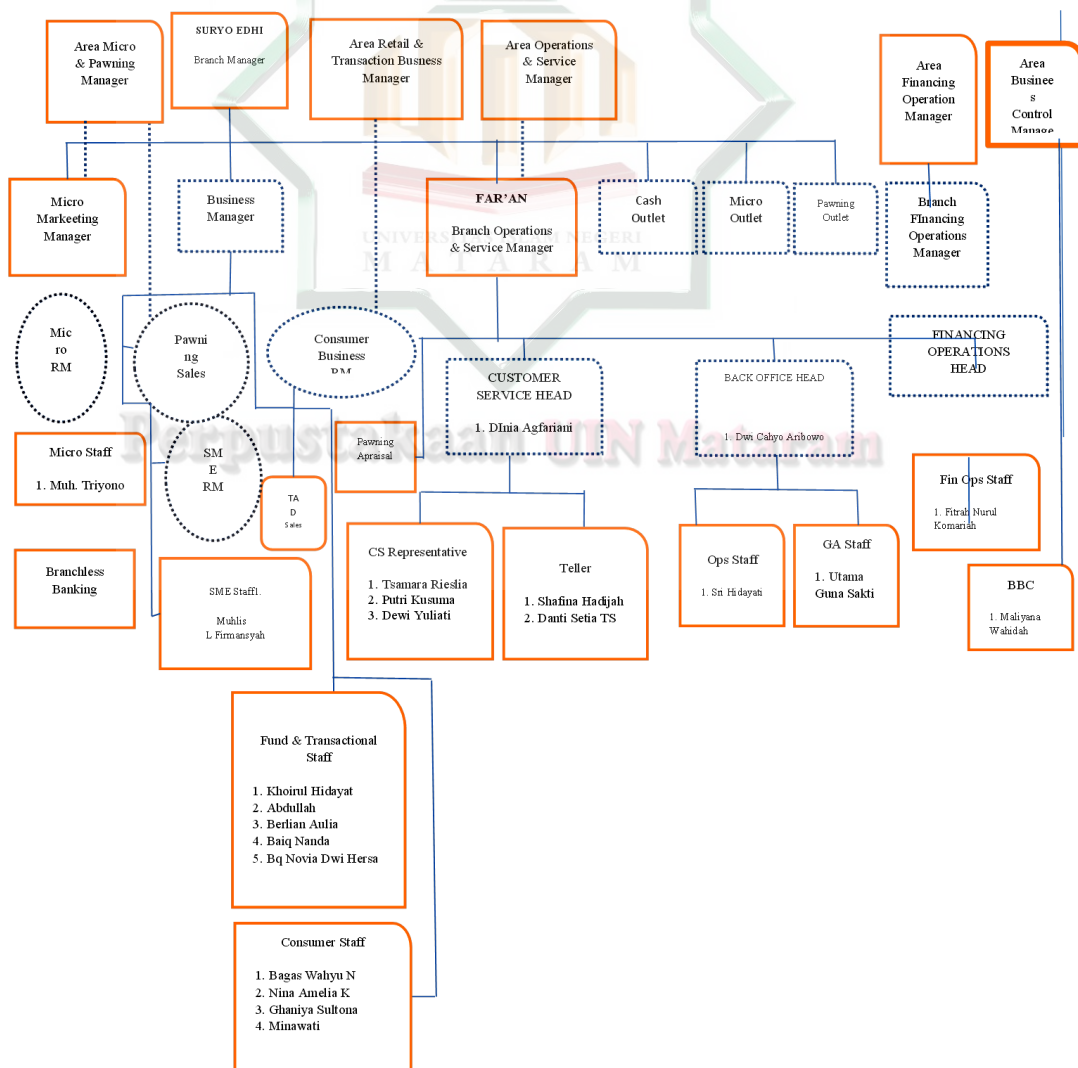
5). Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

6). Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

d. Struktur Organisasi PT. BSI Kantor Cabang Mataram

Pejanggik 1

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. BSI KC Mataram Pejanggik 1



e. Produk-produk PT. BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1

PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 memiliki berbagai produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Produk-produk PT. BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik1 adalah sebagai berikut:

1) Produk Pendanaan

a) BSI TabunganKu

BSI TabunganKu adalah Tabungan dengan akad Wadi'ah Yad Dhamanah untuk perorangan dengan persyaratan mudah ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bankIndonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

b) BSI Giro

BSI Giro adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah.

c) Deposito Rupiah

Deposito Rupiah adalah investasi berjangka yang dikelola dengan akad Mudharabah yang ditunjukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan dalam mata uang rupiah. Tersedia Jangka Waktu 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan dan 12 bulan.

d) Tabungan Rencana

Tabungan Rencana adalah tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah yang diperuntukan bagi segmen perorangan dalam merencanakan keuangannya dengan sistem autodebet dan gratis perlindungan asuransi.

e) BSI Tabungan Bisnis

BSI Tabungan Bisnis adalah tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah dalam mata uang rupiah yang dapat memudahkan transaksi segmen wiraswasta dengan limit transaksi harian yang lebih besar dan fitur free biaya RTGS, transfer SKN dan setoran kliring masuk melalui teller dan net banking.

f) BSI Tabungan Valas

BSI Tabungan Valas adalah tabungan dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah dalam mata uang dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan bank.

g) BSI Tabungan Pensiun

BSI Tabungan Pensiun adalah tabungan dengan pilihan akad Wadiah Yad Dhamanah atau Mudharabah Muthlaqah diperuntukkan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerjasama dengan bank.

h) BSI Tabungan Saham Syariah

BSI Tabungan Saham Syariah adalah tabungan efek syariah dengan akad Mudharabah Muthlaqah merupakan Rekening Dana Nasabah (RDN) yang diperuntukkan untuk nasabah perorangan untuk penyelesaian transaksi efek di Pasar Modal.

i) BSI Tabungan Smart

BSI Tabungan Smart adalah *Basic Saving Account* dengan akad Wadiah Yad Dhamanah merupakan literasi dari OJK dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

j) BSI Prioritas

BSI Prioritas merupakan layanan eksklusif dengan fasilitas istimewa dari Bank Syariah Indonesia kepada nasabah perorangan terpilih.

k) Tabungan Mabruur

Tabungan mabrur adalah tabungan dengan akad Mudharabah atau Wadiah yang dipergunakan sebagai sarana untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah haji dan ibadah umrah sesuai dengan

system setoran bebas atau bulanan dalam mata uang rupiah dan USD.

1) BSI Simpel

BSI Simpel adalah tabungan dengan akad Wadiah untuk siswa berusia 17 tahun dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya nabung sejak dini.

2) Produk Pembiayaan

a) BSI Griya Hasanah

BSI Griya Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif untuk pembelian barang kebutuhan konsumtif atau jasa sesuai prinsip syariah dengan disertai agunan berupa tanah dan bangunan yang ditinggali berstatus SHM atau SHGB dan bukan barang yang dibiayai.

b) BSI Oto

BSI Oto adalah pembiayaan kepemilikan kendaraan (mobil baru, mobil bekas dan motor baru) dengan cara mudah dan angsuran tetap.

c) BSI Pensiun Berkah

BSI Pensiun Berkah adalah pembiayaan yang diberikan kepada penerima manfaat pension bulanan, diantaranya: Pensiunan ASN & Pensiunan Janda ASN; Pensiunan BUMN/BUMD; Pensiunan & Pensiunan Janda

ASN/PNS yang belum memasuki TMT Pensiun namun telah menerima SK Pensiun.

d) BSI Pra Pensiun Berkah

BSI Pra Pensiun Berkah ≤ 5 tahun dengan payroll gaji dan manfaat pension melalui BSI sebagai kantor bayar.

e) BSI KUR Super Mikro

BSI KUR Super Mikro adalah salah satu produk pembiayaan Bank Syariah Indonesia (BSI) yang diberikan kepada pedagang atau pengusaha yang bergerak di sektor UMKM yang dimana plafond BSI KUR Super Mikro ini dimulai dari 1 juta sampai dengan 10 juta.

f) BSI KUR Mikro

BSI KUR Mikro adalah salah satu produk pembiayaan Bank Syariah Indonesia (BSI) yang diberikan kepada pedagang atau pengusaha yang bergerak di sektor UMKM yang dimana plafond BSIKUR Mikro ini dimulaidari >10 juta sampai dengan 50 juta.

g) BSI KUR Kecil

BSI KUR Kecil adalah salah satu produk pembiayaan Bank Syariah Indonesia (BSI) yang diberikan kepada pedagang atau pengusaha yang bergerak di sektor

UMKM yang dimana plafond BSI KUR Kecil ini dimulai dari >50 juta sampai dengan 200 juta.

2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang bertransaksi di bagian teller pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 dengan jumlah yang ditentukan berdasarkan sampel yaitu 85 orang responden. Berdasarkan kuesioner yang disebarakan oleh peneliti maka karakteristik responden didasarkan pada jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Pengelolaan karakteristik responden ini untuk mengetahui secara jelas gambaran mengenai keadaan diri responden sebagai objek penelitian. Gambaran umum objek penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 dapat dilihat dari tabel pada 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	34	40.0	40.0	40.0
	Perempuan	51	60.0	60.0	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan keterangan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa responden yang bertransaksi di bagian teller pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 yang diambil dari

sampel berjumlah 85 orang, yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 34 orang atau 40.0%, sedangkan perempuan sebanyak 51 orang atau 60.0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang bertransaksi di bagian teller pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 yang mendominasi adalah responden yang berjenis kelamin perempuan yakni sebanyak 51 atau 60.0%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data mengenai usia nasabah yang bertransaksi di bagian teller pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-29	80	94.1	94.1	94.1
	30-39	4	4.7	4.7	98.8
	40-49	1	1.2	1.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan hasil pengelolaan data pada tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa yang menjadi sampel penelitian ini dari umur 20-29 berjumlah 80 orang atau 94.1%, responden yang berumur 30-39 berjumlah 4 orang atau 4.7% dan responden yang berumur 40-49 berjumlah 1 orang atau 1.2 %. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa usia para responden yang paling dominan adalah usia antara 20-29 yang berjumlah 80 orang atau 94.1%.

c. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat digolongkan menjadi 4 kategori, yaitu pelajar/mahasiswa, pegawai negeri, wiraswasta/pengusaha, dan IRT.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	68	80.0	80.0	80.0
	PNS	6	7.1	7.1	87.1
	Wiraswasta	8	9.4	9.4	96.5
	IRT	3	3.5	3.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan hasil pengelolaan data pada tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat diketahui nasabah yang memiliki identitas pekerjaan sebagai pelajar atau Mahasiswa berjumlah 68 orang atau 80.0%, yang bekerja sebagai pegawai negeri sipil berjumlah 6 orang atau 7.1%, dan nasabah yang bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 8 orang atau 9.4%, dan nasabah yang bekerja sebagai IRT berjumlah 3 orang atau 3.5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas nasabah yang bertransaksi di bagian teller pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 berdasarkan latar belakang pekerjaan pada penelitian ini adalah Pelajar/Mahasiswa.

3. Deskripsi Hasil Angket

Setelah data berhasil dikumpulkan dalam suatu penelitian, peran dari deskripsi hasil angket sangat penting karena deskripsi hasil angket merupakan salah satu bukti bahwa peneliti sudah melakukan penelitian. Pengisian kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang terdiri dari (a) Sangat Setuju diberi skor 5, (b) Setuju diberi skor 4, (c) Kurang Setuju diberi skor 3, (d) Tidak Setuju diberi skor 2, (e) Sangat Tidak Setuju diberi skor 1. Berikut gambaran secara umum hasil angket responden terhadap masing-masing pertanyaan atau pernyataan dalam variabel independen dan dependen.

a. Kualitas Pelayanan (x)

Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan teller yang terdiri dari *tangibles* (x^1), *reliability* (x^2), *responsiveness* (x^3), *assurance* (x^4) dan *empathy* (x^5). Berikut hasil tanggapan responden mengenai setiap variabel berikut ini:

1) *Tangibles*/ Bukti Fisik (x^1)

Dalam variabel *tangibles*, peneliti memasukan 3 item pernyataan, dengan hasil output sebagai berikut:

Tabel 4.4
Ruang tunggu pelayanan teller nyaman dan bersih

X1.1					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Tidak Setuju	2	2.4	2.4	3.5
	Kurang Setuju	11	12.9	12.9	16.5
	Setuju	30	35.3	35.3	51.8
	Sangat Setuju	41	48.2	48.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa, sebanyak 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, 2 responden menyatakan tidak setuju, 11 orang yang menyatakan kurang setuju, 30 responden menyatakan setuju dan 41 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban responden mengenai ruang tunggu pelayanan teller nyaman dan bersih sejumlah 71 atau 83,5% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 16,5% menyatakan ketidaksetujuannya terhadap pernyataan tersebut.

Tabel 4.5
Teller berpenampilan rapi dalam melayani nasabah

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Tidak Setuju	1	1.2	1.2	2.4
	Kurang Setuju	6	7.1	7.1	9.4
	Setuju	30	35.3	35.3	44.7
	Sangat Setuju	47	55.3	55.3	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak, 1 responden menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden menyatakan tidak setuju, 6 responden menyatakan kurang setuju, 30 responden menyatakan setuju dan 47 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, karena teller berpenampilan rapi dalam melayani nasabah. Sehingga dapat disimpulkan 77 atau 90,6% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 8 atau 9,4% menyatakan ketidak setujuannya dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.6
Teller memiliki peralatan lengkap di loket pelayanan nasabah

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Kurang Setuju	12	14.1	14.1	15.3
	Setuju	36	42.4	42.4	57.6
	Sangat Setuju	36	42.4	42.4	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak, 1 responden menyatakan tidak setuju, 12 responden menyatakan kurang setuju, 36 responden menyatakan setuju, 36 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, karena teller memiliki peralatan lengkap di loket pelayanan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan 72 atau 84,8% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 13 atau 15,3% menyatakan ketidaksetujuannya dengan pernyataan tersebut.

2) *Reliability*/Kehandalan (χ^2)

Dalam variabel *reliability*, penulis memasukan 3 item pernyataan, dengan hasil output sebagai berikut:

Tabel 4.7
Teller memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh nasabah

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.4	2.4	2.4
	Kurang Setuju	13	15.3	15.3	17.6
	Setuju	35	41.2	41.2	58.8
	Sangat Setuju	35	41.2	41.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 2 responden menyatakan tidak setuju, 13 responden menyatakan kurang setuju, 35 responden menyatakan setuju dan 35 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, karena teller memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 70 atau 82,4% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 15 atau 17,6% menyatakan ketidak setujuannya dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.8
Teller cermat dalam melayani nasabah

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	12	14.1	14.1	14.1
	Setuju	41	48.2	48.2	62.4
	Sangat Setuju	32	37.6	37.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 12 responden menyatakan kurang setuju, 41 responden menyatakan setuju dan 32 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, karena teller cermat dalam melayani nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 73 atau 75,8% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 12 atau 14,1% menyatakan ketidak setujuannya dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.9
Teknis dalam pelayanan yang diberikan teller mudah dan
sesuaidengan standar oprasional

		X2.3			
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.4	2.4	2.4
	Kurang Setuju	14	16.5	16.5	18.8
	Setuju	35	41.2	41.2	60.0
	Sangat Setuju	34	40.0	40.0	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 2 responden menyatakan tidak setuju, 14 responden menyatakan kurang setuju, 35 responden menyatakan setuju dan 34responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, karena teknis dalam pelayanan yang diberikan teller mudah dan sesuaidenganstandar oprasional. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 69 atau 81,2% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 16 atau 18,8% menyatakan ketidak setujuannya dengan pernyataan tersebut.

3) **Responsiveness/ Daya Tanggap (x^3)**

Dalam variabel responsiveness, peneliti memasukan 3 item pernyataan, dengan hasil output sebagai berikut:

Tabel. 4.10
Teller dalam menerima dan melayani cepat dan tanggap

X3.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.5	3.5	3.5
	Kurang Setuju	14	16.5	16.5	20.0
	Setuju	37	43.5	43.5	63.5
	Sangat Setuju	31	36.5	36.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 3 responden menyatakan tidak setuju, 14 responden menyatakan kurang setuju, 37 responden menyatakan setuju dan 31 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, karena teller dalam menerima dan melayani cepat dan tanggap. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 68 atau 80,0% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 17 atau 20,0% menyatakan ketidak setujuannya dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.11
Teller cepat melayani keluhan dan kritikan nasabah
apabila ada komplain

X3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	7.1	7.1	7.1
	Kurang Setuju	20	23.5	23.5	30.6
	Setuju	30	35.3	35.3	65.9
	Sangat Setuju	29	34.1	34.1	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 6 responden menyatakan tidak setuju, 20 responden menyatakan kurang setuju, 37 responden menyatakan 30 setuju dan 29 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, karena teller cepat melayani keluhan dan kritikan nasabah apabila ada komplain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 59 atau 69,4% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 26 atau 30,6% menyatakan ketidaksetujuannya dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.12
Teller memiliki kesediaan dalam setiap transaksi yang
dibutuhkan nasabah

X3.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Kurang Setuju	13	15.3	15.3	16.5
	Setuju	44	51.8	51.8	68.2
	Sangat Setuju	27	31.8	31.8	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 1 responden menyatakan tidak setuju, 13 responden menyatakan kurang setuju, 44 responden menyatakan setuju dan 27 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, karena teller memiliki kesediaan dalam setiap transaksi yang dibutuhkan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 71 atau 83,6% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 14 atau 16,5% menyatakan ketidak setujuannya dengan pernyataan tersebut.

4) Assurance/ Jaminan (x^4)

Dalam variabel *assurance*, peneliti memasukan 3 item pernyataan, dengan hasil output sebagai berikut:

Tabel 4.13
Teller mempunyai kemampuan dan pengetahuan
dalam melayani nasabah

		X4.1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Kurang Setuju	12	14.1	14.1	15.3
	Setuju	42	49.4	49.4	64.7
	Sangat Setuju	30	35.3	35.3	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 1 responden menyatakan tidak setuju, 12 responden menyatakan kurang setuju, 42 responden menyatakan setuju dan 30 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, karena Teller mempunyai kemampuan dan pengetahuan dalam melayani nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 71 atau 83,6% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 14 atau 16,5% menyatakan ketidaksetujuannya dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.14
Teller melayani nasabah dengan sikap meyakinkan
sehingga nasabah merasa nyaman

X4.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	14	16.5	16.5	16.5
	Setuju	40	47.1	47.1	63.5
	Sangat Setuju	31	36.5	36.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 14 responden menyatakan kurang setuju, 40 responden menyatakan setuju, 31 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, karena Teller melayani nasabah dengan sikap meyakinkan sehingga nasabah merasa nyaman. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 71 atau 83,6% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 14 atau 16,5% menyatakan ketidaksetujuannya dengan pernyataan tersebut:

Tabel 4.15
Teller bersikap profesional dan jujur dalam melayani nasabah

X4.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	11	12.9	12.9	12.9
	Setuju	44	51.8	51.8	64.7
	Sangat Setuju	30	35.3	35.3	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 11 responden menyatakankurang setuju, 44 responden menyatakan setuju, 30 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagai besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, karena teller bersikap professional dan jujur dalam melayani nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 74 atau 87,1% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 11 atau 12,9% menyatakan ketidak setujuannya dengan pernyataan tersebut.

5) *Empathy/ Kepedulian* (x^5)

Dalam variabel *empathy*, penulis memasukan 3 item pernyataan, dengan hasil output sebagai berikut:

Tabel 4.16

Teller berperilaku sopan dan ramah dalam melayani nasabah

X5.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.4	2.4	2.4
	Kurang Setuju	11	12.9	12.9	15.3
	Setuju	36	42.4	42.4	57.6
	Sangat Setuju	36	42.4	42.4	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 2 responden menyatakan tidak setuju, 11 responden menyatakan kurang setuju, 36 responden menyatakan setuju dan 36 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian

besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, karena teller berperilaku sopan dan ramah dalam melayani nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 72 atau 84,8% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 13 atau 15,3% menyatakan ketidak setujuannya dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.17
Teller memberikan perhatian individual kepada nasabah

		X5.2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Kurang Setuju	18	21.2	21.2	22.4
	Setuju	40	47.1	47.1	69.4
	Sangat Setuju	26	30.6	30.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 1 responden menyatakan tidak setuju, 18 responden menyatakan kurang setuju, 40 responden menyatakan setuju dan 26 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, karena teller memberikan perhatian individual kepada nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 66 atau 77,7% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 19 atau 22,4% menyatakan ketidak setujuannya dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.18
Teller mengerti akan keinginan nasabah

X5.3					
		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.4	2.4	2.4
	Kurang Setuju	14	16.5	16.5	18.8
	Setuju	43	50.6	50.6	69.4
	Sangat Setuju	26	30.6	30.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 2 responden menyatakan tidak setuju, 14 responden menyatakan kurang setuju, 43 responden menyatakan setuju dan 26 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, Karen teller mengerti akan keinginan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 69 atau 81,2% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 16 atau 18,8% menyatakan ketidak setujuannya dengan pernyataan tersebut.

b. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Dalam variabel kepuasan nasabah, penulis memasukkan 6 item pernyataan, dengan hasil output sebagai berikut:

Tabel 4.19
Pelayanan yang diberikan teller sudah sangat baik dan memuaskan

		Y1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.4	2.4	2.4
	Kurang Setuju	13	15.3	15.3	17.6
	Setuju	40	47.1	47.1	64.7
	Sangat Setuju	30	35.3	35.3	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 2 responden menyatakan tidak setuju, 13 responden menyatakan kurang setuju, 40 responden menyatakan setuju dan 30 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, Karen pelayanan yang diberikan teller sudah sangat baik dan memuaskan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 70 atau 82,4% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 15 atau 17,6% menyatakan ketidaksetujuannya dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.20
Saya sangat senang dengan pelayanan teller karena sangat ramah dan cepat dalam melayani.

		Y2			
		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.4	2.4	2.4
	Kurang Setuju	18	21.2	21.2	23.5
	Setuju	34	40.0	40.0	63.5
	Sangat Setuju	31	36.5	36.5	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 2 responden menyatakan tidak setuju, 18 responden menyatakan kurang setuju, 34 responden menyatakan setuju dan 31 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, Karena pelayanan yang diberikan teller sudah sangat baik dan memuaskan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 70 atau 76,5% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 20 atau 23,5% menyatakan ketidaksetujuannya dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.21
Pelayanan teller sudah sesuai dengan harapan nasabah

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Kurang Setuju	19	22.4	22.4	23.5
	Setuju	36	42.4	42.4	65.9
	Sangat Setuju	29	34.1	34.1	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebanyak, 1 responden menyatakan tidak setuju, 19 responden menyatakan kurang setuju, 36 responden menyatakan setuju dan 29 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, Karen pelayanan yang diberikan teller sudah sangat baik dan memuaskan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 70 atau 76,5% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 20 atau 23,5% menyatakan ketidak setujuannya dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.22
Fasilitas yang disediakan oleh teller sudah sangat lengkap sehingga nasabah akan menggunakan jasa teller kembali.

Y4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.4	2.4	2.4
	Kurang Setuju	18	21.2	21.2	23.5
	Setuju	35	41.2	41.2	64.7
	Sangat Setuju	30	35.3	35.3	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 2 responden menyatakan tidak setuju, 18 responden menyatakan kurang setuju, 35 responden menyatakan setuju dan 30 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakansetuju dengan pernyataan ini, karena fasilitas yang disediakan oleh teller sudah sangat lengkap sehingga nasabah akan menggunakan jasa teller kembali. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 65 atau 76,5% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 20 atau 23,5% menyatakan ketidak setujuannya dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.23
Kondisi lingkungan fisik yang menunjang akan membuat kita
bersedia untuk merekomendasikan ke orang lain

Y5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	18	21.2	21.2	21.2
	Setuju	35	41.2	41.2	62.4
	Sangat Setuju	32	37.6	37.6	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 18 responden menyatakan kurangsetuju, 35 responden menyatakan setuju, 32 responden menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, karena kondisi lingkungan fisik yang menunjang akan membuat kita bersedia untuk merekomendasikan ke orang lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 67 atau 78,8% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 18 atau 21,2% menyatakan ketidak setujuannya dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.24
Pelayanan yang diberikan teller tidak mempersulit nasabah
ketika hendak bertransaksi

		Y6			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Kurang Setuju	14	16.5	16.5	17.6
	Setuju	35	41.2	41.2	58.8
	Sangat Setuju	35	41.2	41.2	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Sumber data: Output IBM Statistic (2021)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebanyak, 1 responden menyatakan tidak setuju, 14 responden menyatakan kurang setuju, 35 responden menyatakan sangat setuju dan 35 menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jawaban dari responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini, karena pelayanan yang diberikan teller tidak mempersulit nasabah ketika hendak bertransaksi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 70 atau 82,4% menyatakan kesetujuannya sedangkan sisanya 15 atau 17,6% menyatakan ketidaksetujuannya dengan pernyataan tersebut.

4. Analisis Data

a. Uji Validitas dan reliabilitas instrument

1). Hasil Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesioner. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25 untuk mengelola data dari jawaban kuesioner yang disebarakan kepada responden dari nasabah yang bertransaksi di bagian teller pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r hitung (*pearson correlation*) dengan r tabel. Pengujian validitas dilakukan kepada responden berjumlah 85 dengan nilai r tabel dihitung dengan menggunakan rumus (derajat bebas = $n - 2$) sehingga pada $df = 85 - 2 = 83$ dan $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai koefisien korelasi adalah 0.213.

Tabel 4.25
Uji Validitas

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Tangibles			
X1.1	0,918	0,213	Valid
X1.2	0,903	0,213	Valid
X1.3	0,858	0,213	Valid
Reliability			
X2.1	0,895	0,213	Valid
X2.2	0,909	0,213	Valid
X2.3	0,808	0,213	Valid
Responsiveness			
X3.1	0,909	0,213	Valid
X3.2	0,915	0,213	Valid
X3.3	0,783	0,213	Valid
Assurance			
X4.1	0,865	0,213	Valid
X4.2	0,847	0,213	Valid
X4.3	0,891	0,213	Valid
Empahty			
X5.1	0,885	0,213	Valid
X5.2	0,930	0,213	Valid
X5.3	0,902	0,213	Valid
Kepuasan Nasabah			
Y 1	0,906	0,213	Valid
Y 2	0,880	0,213	Valid
Y 3	0,934	0,213	Valid
Y 4	0,903	0,213	Valid
Y 5	0,809	0,213	Valid
Y6	0,874	0,213	Valid

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 25.

Berdasarkan tabel di atas, dari hasil pengelolaan data uji validitas dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan teller yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empahty* dan kepuasan nasabah diperoleh bahwasetiap item pernyataan dalam instrumen yang digunakan valid hal ini dapat diketahui dengan membandingkan r hitung (*pearson*

corelation) pada kolom 2 dengan r tabel kolom 3 dan asilnya menunjukkan bahwa r hitung (*pearson corelation*) lebih besar daripada r tabel.

2). Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk menguji atau mengukur instrument kuesioner yang merupakan indikator dari variabel untuk mengetahui kestabilan dari hasil penelitian berikutnya dengan kondisi yang tetap. Dalam pengukuran reliabilitas terdapat kriteria instrumen dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* apabila nilai *Alpha Cronbach* > 0.60 . Dalam penelitian ini untuk menghitung nilai *Alpha Cronbach* menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25.

a) Uji Reliabilitas Variabel *Tangibels*

Perpustakaan Matarani
Tabel 4.26
Uji Reliabilitas Variabel *Tangibels* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.872	3

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil analisis uji reliabilitas diketahui variabel *tangibles* dengan menggunakan *Alpha Cornbach*. Adapun hasil r alpha pada variabel *tangibles* diperoleh sebesar 0.872. Hasil r alpha pada variabel *reliability* dikatakan reliabel karena r alpha > 0.60 . Jadi dapat

disimpulkan bahwa instrument dapat dipercaya dan dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data.

b) Uji Reliabilitas Variabel *Reliability*

Tabel 4.27
Uji Reliabilitas Variabel *Reliability* (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.866	3

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 25.

Uji variabel *reliability* dengan menggunakan *Alpha Cornbach*. Adapun hasil r alpha pada variabel *responsiveness* diperoleh sebesar 0.866. Hasil r alpha pada variabel *reliability* dikatakan reliabel karena r alpha $>$ 0.60. Jadi dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dapat dipercaya dan dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data.

c) Uji Reliabilitas Variabel *Responsiveness*

Tabel 4.28
Uji Reliabilitas Variabel *Responsiveness* (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.839	3

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 25.

Uji variabel *responsiveness* dengan menggunakan *Alpha Cornbach*. Adapun hasil r alpha pada variabel *responsiveness* diperoleh sebesar 0.839. Hasil r alpha pada variabel *responsiveness* dikatakan reliabel karena r alpha $>$ 0.60. Jadi dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian

dapat dipercaya dan dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data.

d) Uji Reliabilitas Variabel *Assurance*

Tabel 4.29
Uji Reliabilitas Variabel *Assurance* (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.836	3

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 25.

Uji variabel *assurance* dengan menggunakan *Alpha Cronbach*. Adapun hasil r alpha pada variabel *assurance* diperoleh sebesar 0.890. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *assurance* dikatakan reliabel karena r alpha > 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data.

e) Uji Reliabilitas Variabel *Empahty*

Tabel 4.30
Uji Reliabilitas Variabel *Empahty* (X5)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.890	3

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 25.

Uji Variabel *Empahty* dengan menggunakan *Alpha Cronbach*. Adapun hasil dari r alpha pada variabel *empathy* diperoleh sebesar 0.836. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel *empahty* dikatakan reliabel karena r alpha > 0,60.

jadi dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dapat dipercaya untuk digunakan dalam alat pengumpulan data.

f) Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah

Tabel 4.31
Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.944	6

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 25.

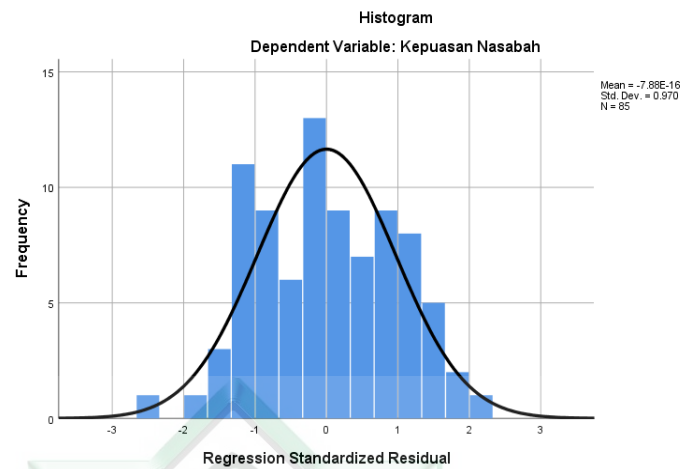
Uji variabel kepuasan nasabah dengan menggunakan *Alpha Cronbach*. Adapun hasil dari r alpha pada variabel kepuasan nasabah diperoleh sebesar 0.944. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah dikatakan reliabel karena r alpha $>$ 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data.

b. Uji Asumsi Klasik

1). Uji Normalitas

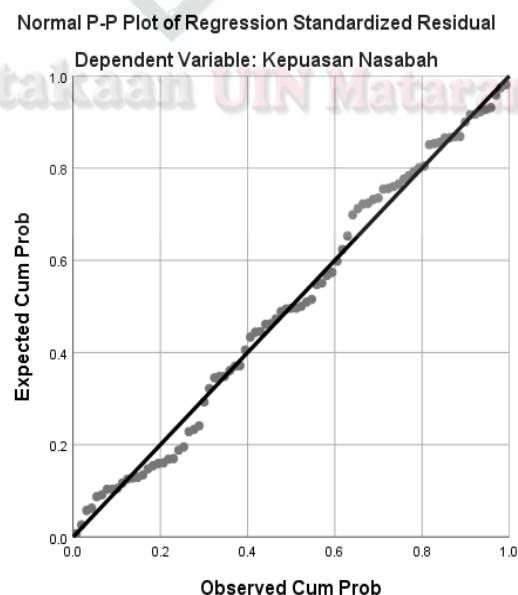
Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Normal atau tidaknya suatu data dapat dilihat dari nilai signifikan yang diperoleh. Jika nilai signifikan yang diperoleh $>$ 0.05 maka data berdistribusi normal dan ada hubungan. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas menggunakan pendekatan statistika *Kolmogorov-Smirnov test*. Adapun hasil perhitungan uji normalitas data menggunakan SPSS versi 25 adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2 Hasil pengujian Normalitas-Histogram



Berdasarkan gambar grafik di atas dapat dilihat bahwa histogram *regression* kurva seperti lonceng, sehingga hal ini menunjukkan bahwa nilai residual tersebut dinyatakan normal atau model regresi dinyatakan memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.3 Hasil Pengujian Normalitas-Diagonal



Berdasarkan hasil Uji Normalitas dengan pendekatan grafik di atas dapat dilihat bahwa data memiliki distribusi atau penyebaran yang normal, hal ini dilihat dari penyebaran titik berada sekitar sumbu diagonal grafik

Tabel 4.32 Hasil Pengujian Normalitas-Shapiro Wilk

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.77300831
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.071
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 2025

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa *Asymp Sig.* (2-tailed) lebih besar dari 0.05 yaitu $0.200 > 0.05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa data yang diuji dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

2). Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear. Apabila terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinearitas (multiko). Model regresi yang

baik yaitu seharusnya tidak memiliki korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat besaran dari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance Value* dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai VIF > 10 atau *Tolerance Value* < 0,01 maka terjadi multikolinieritas.
- Jika nilai VIF < 10 atau nilai *Tolerance Value* > 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.33 Hasil Pengujian Multikolinieritas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.411	2.724		4.189	0.000		
	<i>Tangibles</i>	0.531	0.204	0.263	2.596	0.011	0.644	1.553
	<i>Reliability</i>	0.494	0.178	0.278	2.772	0.007	0.655	1.528
	<i>Responsiveness</i>	0.128	0.184	0.068	0.698	0.488	0.691	1.448
	<i>Assurance</i>	0.458	0.175	0.260	2.615	0.011	0.669	1.496
	<i>Empahty</i>	0.551	0.181	0.362	3.038	0.003	0.466	2.145

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 25.

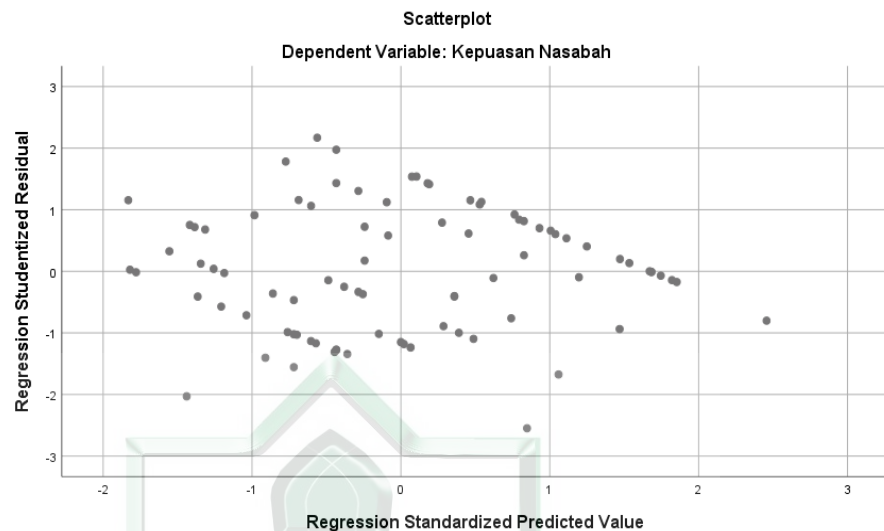
Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa setiap variabel independen memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10 atau nilai tolerance value lebih besar dari 0,10 dengan hasil perhitungan nilai tolerance dan VIF adalah masing-masing (lebih besar dari

0,10) sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan ini tidak terdapat hubungan multikolinieritas antar variabel independen.

3). Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi kalsik yang harus dilakukan pada regresi liner. Apabila uji heterokedastisitas tidak terpenuhi, model regresi dinyatakan tidak valid. Uji hetrokedastisitas ini dilakukan dengan bantuan SPSS versi 25 dengan menggunakan uji Glejser dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai residualnya dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai sig. antara variabel independen dengan absolut residualnya lebih besar dari 0.05, maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas.
- b) Jika nilai sig. antara variabel independen dengan absolut residual lebih kecil dari 0.05 maka terjadi masalah heterokedastisitas.

Gambar 4.4 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik scatterplot di atas, menunjukkan bahwa terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka sumbu Y. Maka tidak terjadi masalah heterokedastisis, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

Tabel 4.34 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.865	1.491		3.263	0.002
	<i>Tangibles</i>	-0.038	0.101	-0.05	-0.379	0.706
	<i>Reliability</i>	-0.103	0.097	-0.142	-1.055	0.295
	<i>Responsiveness</i>	-0.085	0.096	-0.118	-0.89	0.376
	<i>Assurance</i>	0.066	0.099	0.106	0.667	0.507
	<i>Empathy</i>	-0.11	0.112	-0.133	-0.98	0.330

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 25.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa setiap variabel independen bebas dari masalah heterokedastisitas. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan antara nilai signifikan setiap variabel independen dengan nilai residualnya dan menunjukkan bahwa nilai signifikan setiap variabel independen lebih besar dari nilai absolut residualnya (0.05).

4). Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Autokorelasi merupakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson (DW test). Berikut hasil pengelolaan uji autokorelasi:

Tabel 4.35 hasil uji autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.692 ^a	0.478	0.445	2.76362	1.846
a. Predictors: (Constant), Empathy, Responsiveness, Reliability, Tangibles, Assurance					
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 25.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi maka dilakukan pengujian Durbin Waston dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Nilai $d < d_L$ atau $d > d_U$ berarti terdapat autokorelasi.
- b. Nilai $d_U < d < 4 - d_U$, berarti tidak terdapat autokorelasi.
- c. Nilai $d_L < d < d_U$ atau $4 - d_U < d < 4 - d_L$, berarti tidak ada kesimpulan.

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dan ketentuan di atas dapat disimpulkan bahwa output summary pada tabel di atas, terlihat pada angka Durbin Waston (D-W) diperoleh sebesar 1.846. Nilai d_L dan d_U diperoleh dari nilai tabel Durbin Waston dengan statistica 5% dengan memperhatikan jumlah variabel bebas dan dilihat dari jumlah responden yang digunakan. Maka tabel Durbin Waston tersebut diperoleh nilai d_U 1.773. Jadi nilai $DW 1.846 >$ nilai d_U 1.773 dan nilai $DW 1.846 <$ nilai d_U 2.227. Maka dapat disimpulkan bahwa dari pengujian tersebut diperoleh nilai $d_U < d < 4 - d_U$ yang berarti dalam melakukan pengujian ini tidak terjadi autokorelasi.

c. Uji Hipotesis

1). Uji - t (Parsial)

Uji t pada dasarnya digunakan untuk melihat pengaruh tiap-tiap variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Taraf signifikan dalam penelitian ini menggunakan

5%. Berikut kriteria pengambilan keputusan berdasarkan nilai t hitung dengan t tabel:

- a) Jika t hitung $< t$ tabel atau t statistic > 0.05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- b) Jika t hitung $> t$ tabel atau t statistic < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$$t \text{ tabel} = t (\alpha/2; n-k-1) = 0.05/2; 85-5-1 = 0.025; 79$$

Keterangan:

$$\alpha = 0.05\%$$

N = jumlah responden

K = jumlah variabel bebas

Jadi dicari distribusi nilai t tabel maka ditemukan nilai t tabel sebesar 1,990. Untuk melihat signifikan dapat dilihat dengan membandingkan nilai signifikan variabel dengan 0,05. Apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan dengan variabel terikat. Adapun hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut.

Tabel 4.36 Uji T

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	11.411	2.724		4.189	0.000
	<i>Tangibles</i>	0.531	0.204	0.263	2.596	0.011
	<i>Reliability</i>	0.494	0.178	0.278	2.772	0.007
	<i>Responsiveness</i>	0.128	0.184	0.068	0,698	0.488
	<i>Assurance</i>	0.458	0.175	0.260	2.615	0.011
	<i>Empathy</i>	0.551	0.181	0.362	3.038	0.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 25.

Maka berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hanya 4 variabel yang berpengaruh yaitu, *tangibles*, *reliability*, *assurance* dan *empathy* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel (1,990). Sedangkan 1 variabel independen (*responsiveness*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah yang dibuktikan dengan nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel.

1. *Tangibles* memiliki nilai signifikan sebesar $0,011 < 0,05$. Kemudian dilihat dari t hitung dan t tabel yaitu $2,596 > 1,990$. Maka dapat disimpulkan bahwa *tangibles* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan hal ini hasil pengujian penelitian ini menyatakan bahwa H_a diterima.

2. *Reliability* memiliki nilai signifikan sebesar $0,007 < 0,05$.
Kemudian dilihat dari t hitung dan t tabel yaitu $2,772 > 1,990$.
Maka dapat disimpulkan bahwa *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan hal ini hasil pengujian penelitian ini menyatakan bahwa H_a diterima.
3. *Responsiveness* memiliki nilai signifikan sebesar $0,448 > 0,05$.
Kemudian dilihat dari t hitung dan t tabel yaitu $0,698 < 1,990$.
Maka dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan hal ini hasil pengujian penelitian ini menyatakan bahwa H_a ditolak.
4. *Accurance* memiliki nilai signifikan sebesar $0,011 < 0,05$.
Kemudian dilihat dari t hitung dan t tabel yaitu $2,615 > 1,990$.
Maka dapat disimpulkan bahwa *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan hal ini hasil pengujian penelitian ini menyatakan bahwa H_a diterima.
5. *Empathy* memiliki nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$.
Kemudian dilihat dari t hitung dan t tabel yaitu $3,038 > 1,990$.
Maka dapat disimpulkan bahwa *empahty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dengan hal ini hasil pengujian penelitian ini menyatakan bahwa H_a diterima.

2). Uji F (Simultan)

Uji f ini dilakukan bertujuan untuk melihat apakah variabel independen yang dimasukkan dalam suatu model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari uji F, adapun syarat atau ketentuan dari uji F sebagai berikut:

- a) H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
- b) H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Berikut hasil perhitungan Uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.37 Hasil Uji F

ANOVA						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	251.675	5	50.335	14.493	.000 ^b
	Residual	274.372	79	3.473		
	Total	526.047	84			
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), <i>Empathy</i> , <i>Responsiveness</i> , <i>Reliability</i> , <i>Tangibles</i> , <i>Assurance</i>						

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 25.

Berdasarkan t tabel di atas dapat dilihat hasil dari perhitungan F dimana diperoleh nilai f hitung sebesar 14,493 dengan nilai signifikanya sebesar 0,000, karena nilai F hitung (14,493) lebih besar dari F tabel sebesar (2,33) maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen yang meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

3). Uji Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berikut hasil pengujian R Square yaitu:

Tabel 4.38 Uji Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.692 ^a	0.478	0.445	2.76362	1.846
a. Predictors: (Constant), Empathy, Responsiveness, Reliability, Tangibles, Assurance					
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 25.

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh R sebesar 0,692 artinya korelasi antara variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan kepuasan nasabah sebesar 0,692. Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan tersebut, maka digunakan pedoman sebagai berikut:

- 1) 0,00-0,199= Sangat rendah
- 2) 0,20-0,399=Rendah
- 3) 0,40-0,599=Sedang
- 4) 0,60-0,799=Kuat
- 5) 0,80-1,000=Sangat Kuat

Berdasarkan tabel di atas, untuk memberikan kepuasan interpretasi, diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,692 termasuk

pada kategori “kuat”. Jadi terdapat hubungan yang kuat antara *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *accurance*, *empathy* dan kepuasan nasabah. Hasil dari tabel summary menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.478 yang berarti bahwa *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *accurance*, *empathy* teller berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kepuasan nasabah sebesar 47,8% sedangkan sisanya 52,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

d. Regresi Liner Berganda

Uji regresi linier berganda dilakukan untuk menguji apakah dua atau lebih variabel independen berpengaruh terhadap dependen. Berdasarkan hasil pengelolaan data dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25 secara parsial berpengaruh dari lima variabel independen yang meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.39 Uji Regresi Liner Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.411	2.724		4.189	0.000
	<i>Tangibles</i>	0.531	0.204	0.263	2.596	0.011
	<i>Reliability</i>	0.494	0.178	0.278	2.772	0.007
	<i>Responsiveness</i>	0.128	0.184	0.068	0,698	0.488

	<i>Assurance</i>	0.458	0.175	0.260	2.615	0.011
	<i>Empathy</i>	0.551	0.181	0.362	3.038	0.003
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS versi 25.

Berdasarkan tabel di atas dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut: Kepuasan Nasabah (Y) = 11,411 + 0,531X₁ + 0,494X₂ + 0,128X₃ + 0,458X₄ + 0,551 X₅ + e.

Berdasarkan pada model persamaan regresi di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1). Berdasarkan persamaan di atas, koefisien konstanta sebesar 11,411. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen diasumsikan dalam keadaan tetap, maka variabel kepuasan nasabah sama dengan 11,411.
- 2). Koefisien regresi variabel *tangibles* mempunyai nilai sebesar 0,531 yang berarti jika *tangibles* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah mengalami peningkatan sebesar 0,531.
- 3). Koefisien regresi variabel *reliability* mempunyai nilai sebesar 0,494 yang berarti jika *reliability* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah mengalami peningkatan sebesar 0,494.
- 4). Koefisien regresi variabel *responsiveness* mempunyai nilai sebesar 0,128 yang berarti jika *responsiveness* mengalami kenaikan 1

satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah mengalami peningkatan sebesar 0,128.

- 5). Koefisien tegresi variabel *assurance* mempunyai nilai sebesar 0,458 yang berarti jika *assurance* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah mengalami peningkatan sebesar 0,458.
- 6). Koefisien regresi *empathy* mempunyai nilai sebesar 0,551 yang berarti jika *empathy* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah mengalami peningkatan sebesar 0,551.
- 7). Standar error (e) menunjukkan tingkat kesalahan pengganggu.

B. Pembahasan

Kualitas pelayanan merupakan suatu tingkat keunggulan yang dirasakan oleh seseorang terhadap sesuatu yang diharapkan setelah menerima layanan jasa tersebut. Kualitas pelayanan pada nasabah menjadi hal utama yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, yang melibatkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Kualitas pelayanan dapat dilihat dari segi persepsi nasabah penerima layanan. Nasabah yang merasakan pelayanan yang diberikan bisa menilai dan menentukan pelayanan diterima. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan ini sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipresepsikan baik dan memuaskan, sebaliknya jika pelayanan yang diterima atau dirasakan rendah dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipresepsikan buruk.

Dalam islam mengajarkan ketika memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, malainkan yang berkualitas kepada orang lain. Sebagaimana dalam firman Allah dalam Q.S Al- Imran: 159 sebagai berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”.

Dari firman Allah tersebut dapat dijelaskan bahwa baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung dari kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan nasabah. Oleh karena itu, penelitian terkait pengaruh kualitas pelayanan teller dari segi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 peneliti telah menganalisis permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini dengan menggunakan langkah-langkah dari analisis data.

Berdasarkan analisis data tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan teller dari segi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *accurance*, *empahty* secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 dan untuk mengetahui variabel yang manakah paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1. Tahap analisis data ini melibatkan 85 responden dengan menyebarkan kuesioner melalui google form dan menyebarkan langsung kepada nasabah yang bertransaksi diibagian teller pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 yang sebagian besar nasabah berusia 20-39 tahun sebanyak 80 orang (94,1%), sebagian besar nasabah berjenis kelamin perempuan sebanyak 51 orang (60.0%) dan sebagian besar nasabah yang melakukan transaksi dibagian teller yakni mahasiswa/ pelajar sebanyak 68 orang (80%).

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah menggunakan SPSS 25 tentang pengaruh kualitas pelayanan teller yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* teller secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BSI Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

Berdasarkan analisis pengaruh yang dilakukan mengenai pengaruh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* teller secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 maka hasil dari penelitian ini sebagai berikut:

a. Pengaruh *Tangibles* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari perhitungan yang telah dilakukan maka dapat diketahui uji T menunjukkan bahwa hasil analisis penelitian ini secara parsial variabel *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan hasil pengujian nilai t hitung sebesar $2,596 > 1,990$ t tabel dan taraf signifikansi $X1\ 0,011 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa antara kualitas pelayanan teller dari segi *tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari fasilitas fisik seperti, bentuk gedung, penampilan teller dan ruang tunggu pelayanan.

Senada dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Siti Marwah Ritonga dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Accurance, Empahty* terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Medan bahwa pengaruh *tangibles* terhadap kepuasan nasabah dibuktikan dengan hasil *statistic t* untuk variabel bukti fisik dengan nilai *t* hitung sebesar $2,853 > 1,99$ dengan nilai signifikan sebesar $0,006 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,146 demikian hal ini menunjukkan bahwa variabel tangibles berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁵⁸

Penjelasan di atas didukung dengan pendapat Zeithaml dkk, dalam buku Amir Imbaruddin mengemukakan bahwa *tangibles/* bentuk fisik dalam menilai kualitas pelayanan didasari pada asumsi sederhana bahwa kenyamanan tempat bekerja, penampilan teller yang menyenangkan akan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang menerima pelayanan tersebut.⁵⁹

Senada dengan pendapat Martul mengemukakan bahwa kualitas pelayanan berupa kondisi fisik/*tangibles* merupakan kualitas pelayanan yang nyata yang memberikan apresiasi dan bentuk *image* positif bagi setiap individu yang dilayaninya dan menjadi suatu penilaian dalam menentukan kemampuan dan pengembangan

⁵⁸Siti Marwah Ritonga, “*Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Medan” (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2019), hlm. 86.

⁵⁹Amir Imbaruddin, *Birokrasi Akuntabilitas Kinerja*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019), hlm. 185.

pelayanan tersebut dalam memanfaatkan segala kemampuannya untuk dilihat secara fisik dari segi bentuk gedung yang menarik, ruang tunggu pelayanan yang bersih dan dapat dilihat dari penampilan teller.

Dapat dikatakan bahwa dengan adanya kelengkapan fasilitas teller membuat nasabah menjadi nyaman, dan menarik perhatian calon nasabah atau yang sudah menjadi nasabah untuk terus bertransaksi menggunakan jasa layanan teller pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1. Dan untuk penampilan teller pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 secara fisik memberikan kesan baik bagi nasabah, hal ini dikarenakan selama melayani nasabah teller selaku karyawan PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 telah berpenampilan rapi dan menarik hal ini dibuktikan dengan adanya pengaruh *tangibles*/bukti fisik terhadap kepuasan nasabah. Sehingga penampilan karyawan khususnya teller ini perlu dan penting untuk dipertahankan karena merupakan hal pertama yang dilihat. *Tangibles* penting karena akan menumbuhkan *image* perusahaan terutama bagi nasabah baru untuk mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas fisiknya akan menumbuhkan kebingungan atau akan merusak *image* perusahaan tersebut.

b. Pengaruh *reliability* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari perhitungan yang telah dilakukan maka dapat diketahui hasil uji T menunjukkan bahwa hasil analisis penelitian ini secara parsial variabel *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan hasil pengujian nilai t hitung sebesar $2,772 > 1,990$ t tabel dengan taraf signifikansi $X^2 0,007 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan teller dari segi *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari kehandalan seperti, kehandalan teller memberikan informasi, kehandalan teller dalam melancarkan prosedur pelayanan dan kehandalan teller dalam memudahkan teknis pelayanan.

Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Marwah Ritonga dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Accurance, Empahty* terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Medan bahwa pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah dibuktikan dengan hasil *statistic t* untuk variabel *reliability* (kehadalan) dengan nilai t hitung sebesar $2,997 > 1,990$ dengan nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar $0,197$ demikian hal ini menunjukkan bahwa variabel *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁶⁰

⁶⁰Ritonga, "Pengaruh *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empahty* terhadap Kepuasan Nasabah PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Medan." hlm. 87.

Jadi dapat dikatakan bahwa dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan apa yang dijanjikan agar nasabah merasa puas dan keinginannya terpenuhi. Berdasarkan keahlian serta pengetahuan dapat memberikan pelayanan dengan mudah pada saat dibutuhkan dan dapat memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi pada nasabah. Allah SWT telah berfirman dalam Q.S Al- Ahzab: 21

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya: “*sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap rahmat Allah dan kedatangan hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah*”.

Dalam hadist-hadist mulia, Rasulullah SAW telah mempraktikan dan memerintahkan supaya setiap muslim senantiasa menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Kerena profesionalitas beliau pada waktu berniaga atau aktifitas kehidupan lainnya, maka beliau dipercaya oleh semua orang dan mendapatkan gelar Al-Amin.

c. Pengaruh Variabel *Responsiveness* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji T menunjukan bahwa hasil analisis penelitian ini secara parsial variabel *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan hasil pengujian nilai t hitung sebesar $0,689 > 1,990$ t tabel dengan nilai signifikan $0,488 > 0,05$. Hal ini menunjukan bahwa *responsiveness* dalam bentuk daya tanggap teller tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang ditulis oleh Aldila dan Ibdalsyah yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Amanah Leuwiling Bogor. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas dari segi *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁶¹

Senada dengan pendapat Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa bahwa ketanggapan merupakan suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah, dengan menyampaikan informasi yang jelas. Memberikan nasabah menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi negatif terhadap kualitas jasa, yang artinya bahwa penyedia jasa mampu memberikan pelayanan yang baik seperti penyedia jasa yang siap ketika nasabah membutuhkan pelayanan dari karyawan.⁶²

d. Pengaruh Variabel *Assurance* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengelolaan hasil uji T menunjukkan bahwa hasil analisis penelitian ini secara parsial variabel *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan hasil pengujian nilai t hitung sebesar $2,615 > 1,990$ t tabel dengan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *assurance* memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah yang terdiri dari pengetahuan dan

⁶¹Ririn Wulandari and Fikri aulawi Rusnahafi, *Membidik Nsabah Bank Syariah*, (Yogyakarta: CV. Nas Media Pustaka, 2020), hlm. 75.

⁶²Mastuti and Ririn Tri Ratnasari, *Teori Dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 57.

kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan nasabah.

Sejalan dengan pendapat Zeithaml dkk, dalam buku Mu'ah dan Masram berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan nasabah yang artinya bahwa pelayanan teller harus mampu memberikan informasi yang tepat kepada nasabah mengenai jasa layanan yang dibutuhkan nasabah, dan mampu memberikan rasa percaya kepada nasabah sehingga berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada layanan yang diberikan penyedia jasa.⁶³. Sehingga dalam penelitian ini peneliti melihat bahwa kualitas pelayanan teller dari segi *assurance* pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 memberikan jaminan keamanan kepada nasabah, sehingga para nasabah merasa nyaman bertransaksi di layanan teller pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 dibuktikan dengan 3 item pertanyaan dari 85 responden menyatakan bahwa 71 responden atau 83,6% menyatakan kesetujuannya dan 14 responden atau 16,5% menyatakan ketidak setujuannya. Jadi dapat dikatakan bahwa *assurance* terhadap kepuasan nasabah dapat dikatagorikan sebagian respon layanan yang diberikan teller kepada nasabah sudah baik.

e. Pengaruh Variabel *Empathy* terhadap Kepuasan Nasabah

⁶³Mu'ah dan Masram, *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan*. hlm. 80.

Berdasarkan pengelolaan hasil uji T menunjukkan bahwa hasil analisis penelitian ini secara parsial *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan hasil pengujian nilai thitung sebesar $3,068 > 1,990$ t tabel dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan teller dari segi *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang terdiri perhatian teller, keramahan teller dan kepedulian teller.

Senada dengan jurnal *business administration* yang ditulis oleh Alif Syari Lubis, dkk yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) terhadap Kepuasan Nasabah PT. Sucofindo Batam. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dari segi *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan hasil uji t sebesar $4,263 > 1,66$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dari segi *empathy* memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.⁶⁴

Senada dengan pendapat dari Parasuraman dalam buku Ridwan Mas'wud menyatakan jika pelayanan yang diberikan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki rasa empati atau perhatian, yang artinya penyedia jasa mampu memberikan pelayanan tanpa melihat atau memandang status sosial nasabah yang berkunjung, selain itu penyedia jasa

⁶⁴Lubis Alfi Lubis and Andayani Nur Rahmah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Sucofindo Batam," *Business Administration*, Vol. No. 2, (2017), hlm. 93-95.

mampu memberikan kesediaan dalam melayani nasabah dan penyedia jasa sopan, ramah saat berhadapan langsung dengan nasabah maka akan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.⁶⁵ Sehingga dalam penelitian ini peneliti melihat bahwa kualitas pelayanan teller dari *segi empathy* menjelaskan bahwa pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 menjalin hubungan dengan baik karena karyawan khususnya teller bisa memahami kebutuhan dan keinginan dengan ramah, sikap teller yang tanpa melihat status sosial nasabah, sikap teller yang memberikan perhatian secara intensif (terus-menerus) kepada nasabah membuat nasabah merasa dihargai dan adanya kedekatan antara nasabah dan karyawan khususnya teller.

Sedangkan untuk uji F atau uji simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan teller yang terdiri *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (kepedulian) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah hal ini diketahui secara signifikan dari nilai f hitung pada kolom F hitung yaitu sebesar 14.493 lebih besar dari f tabel 2,33. Nilai signifikan F hitung pada kolom (Sig) adalah 0,000, nilai lebih kecil dari tingkat kesalahan (0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* secara simultan atau

⁶⁵Mas'wud, *Strategi Pemasaran Perbankan Syariah*. hlm. 57.

bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hera Afrilia dalam skripsinya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna ATM (Studi Pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan baik dari segi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM dengan nilai f tabel $41,123 > 1,91$ T tabel.⁶⁶

Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan teller dari segi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 dalam penelitian ini memiliki hubungan secara bersamaan antara satu dengan yang lain. Dan hipotesis menunjukkan ke 5 variabel tersebut dinyatakan di terima. Sehingga penting bagi perusahaan khususnya pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 menganalisis kepuasan nasabah demi terciptanya hubungan dalam jangka panjang antara nasabah dengan karyawan-karyawan khususnya pada teller.

⁶⁶Hera Afrilia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna ATM (Studi Pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh)", (Universitas Islam Negeri Ar- Raniry, 2019), hlm. 100.

2. Variabel dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam sebuah perusahaan terutama dalam bidang pelayanan jasa. Berdasarkan analisis data yang dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan teller dari segi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* teller terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 terdapat variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yang melibatkan 85 responden yang sebagian besar nasabah berusia 20-39 tahun sebanyak 80 orang (94,1%), sebagian besar nasabah berjenis kelamin perempuan sebanyak 51 orang (60.0%) dan sebagian besar nasabah yang melakukan transaksi dibagian teller yakni mahasiswa/ pelajar sebanyak 68 orang (80%). Untuk mengetahui variabel bebas yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah dapat diujikan dengan uji *Standardized Coefficient Beta*. Pengaruh dominan variabel independen terhadap variabel dependen di Uji dengan menggunakan *Standardized Coefficient Beta* tertinggi. dengan melihat hasil dari *Standardized Coefficient Beta* dari masing-masing variabel meliputi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy* pada tabel 4.36 maka dapat diketahui bahwa variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT.

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 adalah variabel *emphaty* (X5). Karena menunjukkan nilai *Standardized Coefficient Beta* yang lebih besar dari variabel lainnya yaitu, sebesar 3,038 dengan demikian berdasarkan hipotesis diterima *Ha2*. Hal Ini membuktikan bahwa pengujian secara statistica *emphaty* mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah dibandingkan variabel lainnya.

Sejalan dengan penelitian administrasi bisnis yang ditulis oleh Robby Nur Akbar dan Zainul Arifin berjudul pengaruh kwaitas peayanan terhadap kepuasan nasabah terhadap kepuasan nasabah (Studi pada Nasabah Prioritas PT. AIA Financial Cabang Malang, Jawa Timur). Penelitian ini menyatakan bahwa variabel *emphaty* lebih dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.⁶⁷ Dengan adanya pengaruh positif antara empati terhadap kepuasan nasabah dalam penelitian ini maka menunjukkan betapa pentingnya profesinalitas yang dimiliki oleh setiap karyawan khususnya teller pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 seperti mengenai pemahaman teller tentang komunikasi, keramahan dan kesopanan, serta pemahaman teller akan keinginan nasabah.

⁶⁷Robby Nur Akbar Akbar and Zainul Arifin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas PT. AIA Financial," *Jurnal administrasi Bisnis*, Vol. 30 No (2016), hlm. 1-8.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 dengan sampel nasabah yang bertransaksi di bagian teller berjumlah 85 responden. Berdasarkan analisis yang peneliti lakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari hasil perhitungan dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25 uji variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* secara parsial hanya empat variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1. Variabel tersebut yaitu *tangibles*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy* sedangkan yang tidak berpengaruh signifikan yaitu *responsiveness*. Adapun hasil perhitungan Uji F variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1. Sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Hal ini berarti apabila dimensi kualitas pelayanan seperti *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* ditingkatkan secara simultan maka akan meningkatkan kepuasan nasabah secara signifikan pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor

Cabang Mataram Pejanggik 1. Besaran pengaruh atau kontribusinya sebesar 47,8%. Artinya variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dalam mempengaruhi kepuasan nasabah adalah sebesar 47,8% sedangkan sisanya 52,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

2. Dari kelima variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 adalah variabel *Empathy*. Melalui perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai *Standardized Coefficient Beta* variabel *empathy* lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya. Sehingga Hipotesis yang diajukan penelitian diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa *empathy* mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah. Artinya variabel *empathy* adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kator Cabang Mataram Pejanggik 1.

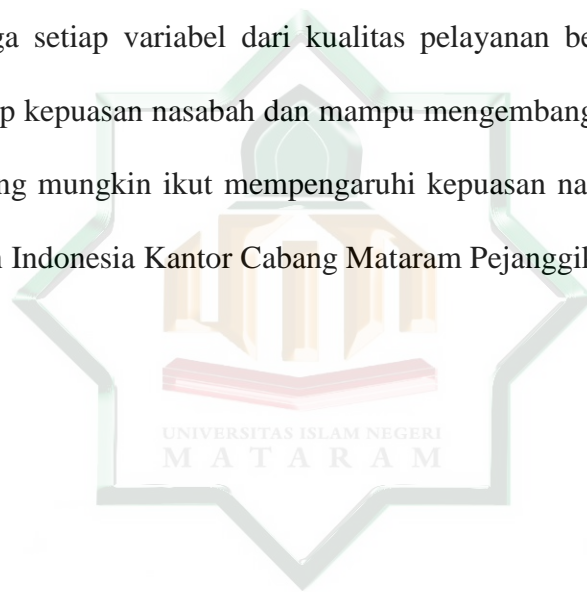
B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan terutama di bidang pelayanan teller guna mempertahankan kepuasan nasabah sebaiknya PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1 perlu memperhatikan beberapa item hasil yang telah di uji dalam penelitian ini, agar bank dapat mengevaluasi kembali kinerja karyawannya terlebih dibagian teller dalam memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas

serta memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, karena dalam penelitian ini kontribusi kepuasan paling rendah terdapat pada variabel *Responsiveness*.

2. Kemudian penelitian selanjutnya diharapkan agar menyempurnakan penelitian ini dengan meneliti kembali dan mengganti item pada pertanyaan atau pernyataan variabel yang hasilnya tidak signifikan sehingga setiap variabel dari kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan mampu mengembangkan variabel-variabel lain yang mungkin ikut mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.



Perpustakaan UIN Mataram

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, Hera. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna ATM (Studi Pada PT. BNI Syariah Cabang Banda Aceh).” Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2019.
- Aini, Rosiatul. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pengguna Go-Food di Kota Mataram.” Universitas Islam Negeri Mataram, 2019.
- Akbar, Robby Nur Akbar, dan Zainul Arifin. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Prioritas PT. AIA Financial.” *Jurnal administrasi Bisnis* Vol. 30 No (2016).
- Arikunto, Suharisimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010.
- Bonang, Dahlia. “Pengaruh Layanan E-Banking terhadap Sikap Nasabah Bank Syariah di Kota Mataram.” *Iqtishaduna* Vol.VIII N (2017).
- . “Pengaruh Layanan E-Banking terhadap Sikap Nasabah Bank Syariah di Kota Mataram” VIII (2017): 159–171.
- Fandy, Tjiptono. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2010.
- Fatihudin, Didin, dan Anang Firmansyah. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019.
- Firmansyah, M. Anang. *Prilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018.
- Gunawan, Ce. *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengelola Data Penelitian*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Hardiyansyah. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gava Media, 2011.
- Hasibuan. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.
- Hendrayani, Suryani. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. 1 ed. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Hiriansah. *Metodologi Penelitian Tinjauan konsep dan Konstruksi*. Diedit oleh Demas. 1 ed. Porworejo Pasuruan: Qiara Media Partner, 2019.

- Imbaruddin, Amir. *Birokrasi Akuntabilitas Kinerja*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019.
- Indonesia, Ikatan Bankir, dan LSPP. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Irwan, Muhammad, dan Muh Salahuddin. *Humanresouces dalam Kajian Ekonomi Syariah*. Mataram: Sanabil, 2020.
- Karim, Kurniati. *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2010.
- . *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Kencana, 2018.
- Katsir, Ibnu. *Tafsir Al-Qur'an Al-Azim*. Labanon: Ad-DarulAlamiyah, 2012.
- Khazanul, M. "Pengaruh Pelayanan Pembayaran Non Tunai terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Kekalik Mataram." Universitas Islam Negeri Mataram, 2018.
- Kurniawan, Robert, dan Budi Yuniarto. *Anlisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*. 1 ed. Jakarta: Kencana, 2016.
- Kusumawardani, Devi. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Koperasi Pondok Pesantren Tarbiyatul Mustafid Desa Badrain Kecamatan Narmada Kabupaten Lombok Barat." Universitas Islam Negeri Mataram, 2020.
- Lubis, Lubis Alfi, dan Andayani Nur Rahmah. "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) terhadap Kepuasan Nasabah Nasabah PT. Sucofindo Batam." *Business Administration* Vol. No. 2 (2017).
- Mas'wud, Ridwan. *Strategi Pemasaran Perbankan Syariah*. Labuapi Lombok Barat: Elhikam Press Lombok, 2016.
- Mastuti, dan Ririn Tri Ratnasari. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Muah, dan Masram. *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan*. Sidoarjo: Zifatama, 2014.
- Mukhtacar. *Prosedur Penelitian Pendidikan*. 1 ed. Yogyakarta: Absolute Media, 2020.

- Nuralam, Inggang Perwangsa. *Etika Pemasaran dan Kepuasan Nasabah dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Malang: UB. Press, 2017.
- Nurmalina, Weli. “Pengaruh Pelayanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus: pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Cirebon).” Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, 2012.
- Pamekas, Meki. *Playanan Prima*. Klaten: Lakeisha, 2021.
- Payadnya, I Putu Ade Andre, dan Gusti Agung Ngurah Trisna Jayantika. *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. 1 ed. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018.
- Purnomo, Rochmat Aldy, dan Puput Cahaya Ambarwati. *Analisis Statistika Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group, 2017.
- Putra, Dwi Ishak. “Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia.”
- Putri, Baiq Dona Rosa. “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Wedding Organizer Griya Manten Pagutan Mataram.” Universitas Islam Negeri Mataram, 2018.
- Ritonga, Siti Marwah. “Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty terhadap Kepuasan Nasabah PT. Sun Life Financial Indonesia Cabang Medan.” Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2019.
- Riyanto, Slamet, dan Aglis Anindhita Hetmawan. *Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksprimen*. 1 ed. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Rizal, Achmad. *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020.
- Sa’adah, Lailatus, dan Abdullah Fajarul Munir. *Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah*. Jombang: LPPM, 2021.
- Santoso, Singgah. *Mahir Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019.
- Satria, Chandra, Doly Nofiansyah, dan Nelson Mandela. “*Khozana : Journal of Islamic Economic and Banking*” 3, no. 1 (2020): 1–13.
- Shihab, Quraish. *Al-Qur’an dan Terjemahannya*. Jakarta: Oasis Terrance Resident, 2010.

Siregar, Sopiyan. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. 4 ed. Jakarta: Kencana, 2017.

Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual SPSS*. 1 ed. Jakarta: CV. Budi Utama, 2017.

Siyanto, Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. 21 ed. Bandung: Alfaberta, 2014.

Syariah, Asisten Inaktif BNI. "Surat Pemberitahuan Nasabah." www.bnisyariah.co.id.

Syariah, PT. BNI. "BNI Syariah Raih Penghargaan Terbaik di Service Quality Award (SQ Award) 2019." www.bnisyariah.co.id.

Tarjo. *Metode Penelitian*. 1 ed. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019.

Unaradjan, Dommikus Dolet. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Diedit oleh Kasdin Sihotang. 1 ed. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019.

Wahyuningsih, Nining. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat." *Al-Amwal* Vol.10, No (2018): 302.

Wulandari, Ririn, dan Fikri aulawi Rusnahafi. *Membidik Nasabah Bank Syariah*. Yogyakarta: CV. Nas Media Pustak, 2020.

Yusup, Muhamad. "Analisis Kompetensi Sumber Daya Manusia Bank Syariah terhadap Kualitas dan Prestasi Kerja." Universitas Islam Negeri Mataram, 2018.

Q.S Al-Imran [3]: 159, n.d.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 1

Hal: Pemohonan Pengisian Kuesioner

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Di Tempat

Dengan Hormat

Sehubung dengan penyelesaian studi/tugas akhir sebagai mahasiswa program Strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram, saya atas:

Nama : Wiwin Pradita
NIM : 170502008
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Saat ini, saya sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1”. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I melakukan waktu untuk mengisi seluruh pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner ini dengan tepat dan teliti agar informasi ilmiah yang akan disajikan benar-benar dapat dipertanggungjawabkan dan berguna bagi peningkatan kualitas pelayanan teller pada PT. Bank Syariah Indonesia.

Segala informasi yang diajukan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan menjaga kerahasiannya. Saya ucapkan terimakasih atas partisipasinya serta kesediaannya dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya



Wiwin Pradita
NIM. 170502008

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : Laki- laki/ Perempuan (Coret yang Benar)

Usia :

Pekerjaan anda saat ini :

B. Petunjuk Pengisian

Berilah Tanda Checklist (√) pada pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapat anda pada kolom yang tersedia.

Keterangan:

SS (5) : Sangat Setuju

S (4) : Setuju

KS (3) : Kurang Setuju

TS (2) : Tidak Setuju

STS (1) : Sangat Tidak Setuju

Kualitas Pelayanan Teller

No	Pernyataan	Pilihan Jawabah				
		5	4	3	2	1
<i>Tangibles (Buki Fisik) X1</i>						
1	Ruang tunggu pelayanan teller nyaman dan bersih.					
2	Teller memiliki peralatan lengkap di loket pelayanan nasabah					

3	Teller berpenampilan rapi dalam melayani nasabah					
Reliability (Kehandalan) X2						
4	Teller memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami oleh nasabah.					
5	Teller cermat dalam melayani nasabah.					
6	Teknis dalam pelayanan yang diberikan teller mudah dan sesuai dengan standar oprasional.					
Responsivenss (Daya Tanggap) X3						
7	Teller cepat melayani keluhan dan kritakan nasabah apabila ada complain.					
8	Teller dalam menerima dan melayani cepat dan tanggap					
9	Teller memiliki kesediaan dalam setiap transaksi yang dibutuhkan nasabah					
Assurance (Jaminan) X4						
10	Teller mempunyai kemampuan dan pengetahuan dalam melayani nasabah					

11	Teller bersikap professional dan jujur dalam melayani nasabah.					
12	Teller melayani nasabah dengan sikap meyakinkan sehingga nasabah merasa nyaman.					
Emphaty(Kepedulian) X5						
13	Teller berperilaku sopan dan ramah dalam melayani nasabah Teller memberikan perhatian individual kepada nasabah.					
14	Teller memberikan perhatian individual kepada nasabah.					
15	Teller memberikan perhatian individual kepada nasabah.					
Kepuasan Nasabah (Y)						
16	Pelayanan yang diberikan teller sudah sangat baik dan memuaskan.					
17	Saya sangat senang dengan pelayanan teller karena sangat ramah dan cepat dalam melayan.					
18	Pelayanan teller sudah sesuai dengan harapan nasabah.					
19	Fasilitas yang disediakan oleh teller sudah sangat lengkap sehingga nasabah akan menggunakan jasa teller kembali.					
20	Kondisi lingkungan fisik yang menunjang akan membuat kita					

	bersedia untuk merekomendasikan ke orang lain.					
21	Pelayanan yang diberikan teller tidak mempersulit nasabah ketika hendak bertransaksi.					



Perpustakaan UIN Mataram

Lampiran 2

No	Kualitas Pelayanan Teller X																			
	Tangibles (X1)				Reliability (X2)				Responsiveness X3				Assurance X4				Empathy X5			
	X1-1	X1-2	X1-3	Jumlah	X2-1	X2-2	X2-3	Jumlah	X3-1	X3-2	X3-3	Jumlah	X4-1	X4-2	X4-3	Jumlah	X5-1	X5-2	X5-3	Jumlah
1	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
2	4	5	5	14	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	4	14	5	4	4	13
3	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	5	15
5	4	5	5	14	4	4	4	12	5	5	4	14	5	4	4	13	5	5	5	15
6	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	4	14	5	5	4	14
7	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15	3	3	4	10
8	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
9	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14
10	5	4	4	13	3	3	3	9	4	2	3	9	4	3	4	11	4	4	4	12
11	5	5	5	15	4	5	4	13	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
12	4	5	3	12	4	4	4	12	3	3	4	10	4	3	3	10	4	4	4	12
13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
15	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	12
16	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
17	2	3	3	8	2	4	4	10	3	2	4	9	4	4	4	12	4	4	4	12
18	4	5	4	13	3	4	3	10	2	2	3	7	4	4	4	12	4	4	4	12
19	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
20	5	4	4	13	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13
21	5	5	4	14	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
22	5	5	4	14	4	4	4	12	4	3	4	11	4	3	3	10	4	4	4	12
23	3	3	3	9	3	3	3	9	2	2	4	8	3	2	3	8	3	3	3	9
24	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	3	11	3	3	4	10
25	5	5	4	14	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	4	14	4	5	5	14
26	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	3	11	5	4	4	13	4	4	5	13
27	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	5	13	5	4	4	13
28	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
29	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
30	4	4	4	12	4	4	5	13	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12
31	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
32	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
33	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
34	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9
35	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	3	4	4	11	4	4	4	12
36	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
37	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
38	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
39	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
40	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
41	2	4	3	9	5	4	5	14	5	4	5	14	5	4	4	13	5	4	4	13
42	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	3	4	11	4	4	4	12
43	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	3	12	4	4	4	12
44	1	1	2	4	2	3	3	8	3	3	3	9	2	4	4	10	3	3	3	9
45	3	3	3	9	4	4	2	10	3	2	4	9	3	3	2	8	3	3	4	10
46	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
47	3	4	4	11	5	5	4	14	5	4	4	13	5	5	5	15	5	5	5	15
48	5	5	3	13	4	4	3	11	3	2	4	9	4	3	3	10	4	3	4	11
49	4	5	5	14	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	5	13
50	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
51	4	5	4	13	4	4	4	12	3	4	4	11	4	3	3	10	3	4	4	11
52	3	2	5	10	4	3	5	12	5	5	5	15	3	4	4	11	2	5	5	12
53	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	10
54	4	5	5	14	5	5	5	15	4	3	3	10	5	3	5	13	5	4	5	14
55	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	3	10	4	4	3	11	4	4	4	12
56	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
57	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
58	3	4	4	11	3	4	4	11	3	3	4	10	4	3	4	11	4	4	4	12
59	3	4	3	10	4	4	3	11	4	3	4	11	3	4	4	11	4	4	4	12
60	5	4	5	14	4	4	4	12	4	3	4	11	4	3	4	11	4	4	3	11
61	4	4	4	12	3	4	5	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12
62	5	5	4	14	4	3	4	11	4	3	4	11	4	3	4	11	3	3	3	9

63	5	5	4	14	5	4	4	13	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12
64	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12
65	5	4	4	13	3	4	3	10	2	3	3	8	3	4	2	9	4	3	3	10
66	3	3	3	9	4	4	2	10	5	5	2	12	2	5	3	10	3	3	3	9
67	5	4	4	13	3	3	4	10	4	3	3	10	4	3	4	11	3	4	4	11
68	4	4	3	11	4	3	4	11	4	3	4	11	3	4	4	11	4	3	4	11
69	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
70	4	4	5	13	5	4	3	12	3	4	5	12	4	4	4	12	4	5	5	14
71	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
72	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
73	5	5	5	15	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12
74	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
75	4	5	5	14	5	5	4	14	4	3	5	12	5	4	4	13	4	4	4	12
76	4	5	4	13	3	4	4	11	4	5	4	13	5	4	4	13	4	5	3	12
77	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	5	14	5	5	5	15
78	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	5	14	5	5	5	15
79	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	5	14	5	5	5	15
80	4	5	4	13	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
81	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15
82	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
83	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12
84	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
85	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
Jumlah				1101				1074				1040				1055				1072

Kepuasan Nasabah Y						
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Jumlah
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	5	4	26
4	4	4	4	5	4	25
4	4	3	4	4	3	22
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	4	5	29
4	4	4	3	4	4	23
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	4	4	20
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	4	4	3	22
3	3	4	4	5	4	23
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	3	5	4	24
4	4	4	4	3	4	23
2	2	3	3	3	3	16
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	5	4	5	26
4	4	3	3	4	5	23
4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	5	26
4	4	3	4	3	4	22
4	5	4	4	3	4	24
4	3	4	3	3	4	21
3	3	3	4	3	3	19
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	4	4	5	26
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	3	4	4	23

3	3	4	4	4	4	22
3	3	3	2	3	3	17
4	4	3	4	4	4	23
4	3	3	4	3	3	20
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	4	4	3	21
3	4	4	3	4	4	22
4	3	4	3	4	3	21
4	3	4	3	4	4	22
4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
2	3	2	2	3	2	14
3	2	3	3	5	5	21
4	4	3	4	3	4	22
4	4	3	3	4	3	21
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	3	3	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	4	5	28
4	4	3	3	3	4	21
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	5	5	29
5	5	5	4	4	5	28
4	4	5	5	5	4	27
3	3	3	3	3	4	19
5	5	5	5	5	5	30
Jumlah						2111

Lampiran 3

Uji Validitas
Kualitas Pelayanan Teller

1. Variabel Tangibles

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	T.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.766**	.669**	.918**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000
	N	85	85	85	85
X1.2	Pearson Correlation	.766**	1	.654**	.903**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000
	N	85	85	85	85
X1.3	Pearson Correlation	.669**	.654**	1	.858**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000
	N	85	85	85	85
T.X1	Pearson Correlation	.918**	.903**	.858**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	
	N	85	85	85	85

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

2. Variabel Reliability

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	T.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.768**	.620**	.895**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000
	N	85	85	85	85
X2.2	Pearson Correlation	.768**	1	.685**	.909**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000
	N	85	85	85	85
X2.3	Pearson Correlation	.620**	.685**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000
	N	85	85	85	85
T.X2	Pearson Correlation	.895**	.909**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	
	N	85	85	85	85

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

3. Variabel *Responsiveness*

Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	T.X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.792**	.566**	.909**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000
	N	85	85	85	85
X3.2	Pearson Correlation	.792**	1	.548**	.915**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000
	N	85	85	85	85
X3.3	Pearson Correlation	.566**	.548**	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000
	N	85	85	85	85
T.X3	Pearson Correlation	.909**	.915**	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	
	N	85	85	85	85

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

4. Variabel Assurance

Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	T.X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.565**	.681**	.865**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000
	N	85	85	85	85
X4.2	Pearson Correlation	.565**	1	.642**	.847**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000
	N	85	85	85	85
X4.3	Pearson Correlation	.681**	.642**	1	.891**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000
	N	85	85	85	85
t.X4	Pearson Correlation	.865**	.847**	.891**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	
	N	85	85	85	85

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

5. Variabel *Empahty*

Correlations					
		x5.1	x5.2	x5.3	t.x5
X5.1	Pearson Correlation	1	.728**	.665**	.885**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000
	N	85	85	85	85
X5.2	Pearson Correlation	.728**	1	.798**	.930**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000
	N	85	85	85	85
X5.3	Pearson Correlation	.665**	.798**	1	.902**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000
	N	85	85	85	85
T.X5	Pearson Correlation	.885**	.930**	.902**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	
	N	85	85	85	85

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

**Uji validitas
Kepuasan nasabah (Y)**

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	y5	y6	t.y
Y1	Pearson Correlation	1	.851**	.814**	.784**	.638**	.718**	.906**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y2	Pearson Correlation	.851**	1	.787**	.758**	.552**	.708**	.880**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y3	Pearson Correlation	.814**	.787**	1	.832**	.742**	.784**	.934**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y4	Pearson Correlation	.784**	.758**	.832**	1	.676**	.736**	.903**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y5	Pearson Correlation	.638**	.552**	.742**	.676**	1	.702**	.809**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Y6	Pearson Correlation	.718**	.708**	.784**	.736**	.702**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
T.Y	Pearson Correlation	.906**	.880**	.934**	.903**	.809**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85

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

Lampiran 4

**Uji Reliabilitas SPSS
Kualitas Pelayanan Teller (X)**

Tangibles (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.872	3

Reliability (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.866	3

Responsiveness (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.839	3

Assurance (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.836	3

Emphaty(X5)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.890	3

**Uji Reliabilitas SPSS
Kepuasan Nasabah (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.944	6

Lampiran 5 Dokumentasi







Mataram, 04 Agustus 2021

Nomor : 01/ -03/18042
 Hal : Persetujuan Izin Observasi Penelitian
 Lamp : -

Kepada
 Universitas Islam Negeri Mataram
 Jl. Pendidikan No. 35 Mataram

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Webarokatuh

"Semoga bapak/ibu beserta seluruh staff dalam keadaan sehat dan selalu dalam lindungan Allah SWT"

Menindak lanjuti surat permohonan saudara No.1244/Un.12/FEBI/PP.00.9/07/2021 mengenai permohonan izin observasi penelitian untuk keperluan penyelesaian tugas skripsi, dengan ini kami sampaikan persetujuan untuk melaksanakan observasi penelitian skripsi dengan rincian sebagai berikut :

Nama : Wiwin Pradita
 NIM : 170502008
 Jurusan : Perbankan Syariah
 Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1.

Hak Peneliti :

- Mendapatkan data-data yang diperlukan terkait penelitian tersebut selama mendapatkan izin Bank Syariah Indonesia.

Kewajiban peneliti :

1. Memiliki rekening Bank Syariah Indonesia
2. Menunjukkan penampilan dan priaku yang sesuai dengan aturan perusahaan selama berada dilingkungan Bank Syariah Indonesia
3. Merahasiakan data dan informasi yang diperoleh dari Bank Syariah Indonesia, kecuali untuk tujuan akademik
4. Melaporkan hasil Penelitian ke Bank Syariah Indonesia
5. Agar menyampaikan surat pernyataan untuk tidak mempublikasikan hasil penelitian di Bank Syariah Indonesia

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama saudara kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Webarokatuh

PT. Bank Syariah Indonesia
 KC Mataram Pejanggik 1

Farhan
 Branch Office and Service Manager

PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Mataram Pejanggik 1
 Jl. Pejanggik No. 23 Mataram
 Telp: (0370) 644622 Fax : (0370) 622246
 website : www.bankbsi.co.id

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

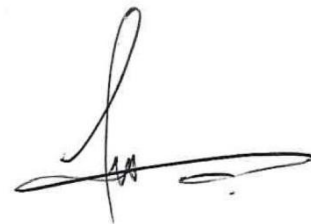
Nama : Wiwin Pradita
Tempat Tanggal Lahir : Lombok Tengah, 31 Desember 1998
Alamat Rumah : Montong Buak Desa Darmaji Kecamatan Kopang
Kabupaten Lombok Tengah
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat Email : 170502008@mhs.uinmataram.ac.id
No. HP : 081996531002

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Baiturrahman
2. SDN Montong Buak, Tahun Lulus 2011
3. SMPN 2 Kopang, Tahun Lulus 2014
4. SMAN 1 Praya Tengah, Tahun Lulus 2017

Perpustakaan UIN Mataram

Mataram, 27 Juli 2021



Wiwin Pradita