ANALISIS PENGARUH PERANAN *TELLER* DAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI BRANCH OFFICE PADANG PANJANG

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi S1 Perbankan Syariah

Oleh:

ASTARI FAUZI

NIM :3316.141

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BUKITTINGGI

2020 M / 1441 H

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul **"ANALISIS PENGARUH PERANAN *TELLER* DAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI BRANCH OFFICE PADANG PANJANG",** yang disusun oleh **ASTARI FAUZI NIM 3316.141** Program Studi S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi tahun akademik 2020, memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan kesidang Munaqashah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 6 Juni 2020

Pembimbing



H. RAYMOND DANTES, Lc., M.Ag
NIP 19760527 200312 1003

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ASTARI FAUZI

NIM : 3316.141

Program Studi : S1 Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah mengikuti semua mata kuliah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sesuai Program Studi yang saya pilih. Dan semua mata kuliah tersebut telah LULUS sebagai persyaratan mengikuti ujian Skripsi.

Apabila dikemudian hari ternyata ada mata kuliah yang belum Lulus, maka saya siap menerima sanksi dan ujian skripsi saya dinyatakan batal/gugur.

Demikianlah pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 06 Juni 2020

Saya yang menyatakan

ASTARI FAUZI

NIM. 3316.141

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: ASTARI FAUZI
NIM	: 3316.141
Tempat/ Tanggal Lahir	: Pangkalan Kerinci/ 03 November 1997
Fakultas/ Jurusan	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/ S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi	: Analisis Pengaruh Peranan Teller dan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa karya ilmiah (skripsi) saya dengan judul di atas adalah benar asli karya penulis. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri, maka penulis bersedia diproses sesuai hokum yang berlaku dengan gelar keserjanaan penulis dicopot hingga batas waktu ditentukan.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 06 Juni 2020

Saya yang menyatakan

ASTARI FAUZI
NIM. 3316.141

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alaamiin, atas kehadirat dan rahmat Allah SWT yang telah memberikan kekuatan jasmani dan rohani sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepasa Nabi Muhammad SAW, sang pembawa jalan kebenaran. Penentram jiwa dalam menata kehidupan, penyejuk hati, keselamatan bagi manusia yang mengikuti ajaran-Nya,

Skripsi yang berjudul **"Analisis Pengaruh Peranan *Teller* dan *Customer Service* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang"** ini disusun sebagai salah satu syarat penyelesaian studi pada prodi S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, bantuan, dan semangat yang berharga dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tak teringga kepada Ayahanda **Fauzi Rizal A.Md** dan Ibunda **Nofriyanti** yang selalu menyayangi, menyemangati, dan menghantarkan penulis kejenjang pendidikan hingga saat ini, kepada Kakanda **Arrum Lazuardi S.Si** yang

selalu memberikan motivasi, dorongan, dan semangat kepada penulis, serta Adinda **Luthfiah Fauzi** yang selalu membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini dan selalu memberikan semangat kepada penulis hingga tahap akhir.

Atas segala bantuan, semangat, bimbingan, dan sokongan dalam penyelesaian skripsi ini penulis juga ucapkan terima kasih kepada :

1. **Ibu Dr. Ridha Ahida, M.Hum** selaku Rektor IAIN Bukittinggi beserta bapak Wakil Rektor yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi Strata 1 di IAIN Bukittinggi.
2. **Bapak Dr. Iiz Izmuddin, MA** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bukittinggi dan selaku dosen Penasehat Akademik (PA) yang telah membimbing dan memberi nasehat kepada penulis.
3. **Ibu Sandra Dewi, SE., MM** selaku ketua prodi S1 Perbankan Syariah IAIN Bukittinggi.
4. **Bapak H. Raymond Dantes Lc., M.Ag** selaku Pembimbing yang dengan sabra telah berkenan meluangkan waktu di tengah-tengah kesibukannya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan hingga akhir penulisan ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen IAIN Bukittinggi serta karyawan dan karyawati yang telah membekali dan memberikan berbagai ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat melanjutkan karya ilmiah dalam bentuk skripsi ini.
6. **Bapak Ii Iswandi** selaku Branch Manager Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang yang telah membantu dan memudahkan penulis dalam penelitian.

7. **Ibu Fabiola** selaku praktisi mahasiswa magang pada Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.
8. **Bapak Rezy Azerya** selaku Customer Service pada Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang yang telah membantu, membimbing, dan memudahkan penulis dalam penelitian.
9. Karyawan dan karyawati Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang yang telah membantu dalam memberikan ilmu kepada penulis dan informasi-informasi tentang perbankan selama magang dan penelitian berlangsung.
10. **Kakanda Alzukhri SE** dan seluruh **Senior PS'15 kelas G**, senior yang selalu memberikan arahan kepada penulis sejak Magang, KKN, Seminar Proposal, Ujian Komprehensif hingga penulisan skripsi ini selesai.
11. **Teman-teman PS'16 D**, yang penuh canda tawa, selalu penulis rindukan, dan penuh kekompakan dibandingkan dengan kelas lainnya : Debi Septia N, Mediawati Fahri, Anisa April Y, Tsurayya Nurul N, Imam Syafe'i, Zulkifli, Listavia, Novela, Rovita Wulandari, Novri Adha P, Yosi Susanti, Aprillia Annisa R, Fatmawati, Yulia Mustika, Bismi Puji, Yahdi Miftahudin, Siska Putri V, Popi Mardianis, Nico Lenda, Siskamawati, Yogi Anisawa PP, Mega Dian A, Arni Mardiah, Husin Asril, Hasan Asril, Nelvi Rahmi, Reni Saputri, Indah Permata S, Yulia Nelfi, Repita, Irna Triani L, Vika Astriana MS.

Akhirnya penulis memohonkan do'a kepada Allah SWT semoga bantuan baik dalam bentuk motivasi, arahan, bimbingan serta sumbangan fikiran senantiasa menjadi amal ibadah disisi Allah SWT dan dibalas dengan pahala yang berlipat ganda. *Aamiin Yaa Rabbal 'Alaamiin.*

Penulis menyadari bawa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan masukan dari kesempurnaan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis sajikan karya ilmiah dalam bentuk skripsi ini dengan harapan dapat bermanfaat bagi kita semua.

Bukittinggi, 02 Juni 2020

Penulis

ASTARI FAUZI
NIM. 3316.141

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **"ANALISIS PENGARUH PERANAN *TELLER* DAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP LOYALIAS NASABAH PADA PT. BANK SYARIAH MANDIRI BRANCH OFFICE PADANG PANJANG"** yang disusun oleh **ASTARI FAUZI NIM 3316.141**, Jurusan S1 Perbankan Syaraiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan persaingan di dunia perbankan dalam merekrut dan mempertahankan nasabah. Mempertahankan nasabah agar menjadi nasabah yang loyal terhadap banknya bukanlah hal yang mudah, untuk itu perlu adanya peran dari *teller* dan *customer service* selaku pelaksana pelayanan nasabah sehingga mampu menciptakan pelayanan yang dapat memuaskan nasabah dan berkualitas agar terciptanya nasabah yang loyalitas. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Peranan *Tellar* dan *Customer Service* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri *Branch Office* Padang Panjang.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data observasi dan penyebaran kuesioner (angket). Sedangkan teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linear berganda yaitu $Y = a+b_1X_1+b_2X_2$, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas,autokorelasi), uji hipotesis (uji T dan uji F), dan koefisien determinasi.

Hasil analisis yang dilakukan menggunakan *software SPSS Versi 17.0* dengan hasil output yang menunjukkan bahwa secara nyata peranan *teller* dan *customer service* terhadap loyalitas nasabah dapat dianalisis dengan nilai $Y = 34{,}253 - 0{,}189X_1 + 0{,}450X_2$. Artinya, -0,189 menunjukkan variabel peranan *teller* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dan 0,450 menunjukkan variabel *customer service* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Dan nilai signifikannya yaitu (0,001< 0,05) menjelaskan bawa secara bersamaan peranan *teller* dan *customer service* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, dan apabila diuji secara parsialnya peranan *teller* (0,118>0,05) tidak berpengaruh positif dan peranan *customer service* (0,001<0,05) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci : Peranan *Teller*, Peranan *Customer Service*, Loyalitas Nasabah.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

KATA PENGANTAR ..... **I**

ABSTRAK ..... **V**

DAFTAR ISI ..... **VI**

DAFTAR TABEL ..... **XI**

DAFTAR GAMBAR ..... **XII**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 7
C. Batasan Masalah 7
D. Rumusan Masalah 8
E. Tujuan Penelitian 8
F. Manfaat Penelitian 8
G. Penjelasan Judul 8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Bank Syariah
   1. Pengertian Bank Syariah 11
   2. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia 14
   3. Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional 15
B. Loyalitas
   1. Pengertian Loyalitas 16
   2. Karakteristik Loyalitas Nasabah 17
   3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah 18
   4. Bentuk Loyalitas Nasabah 19
   5. Indikator Loyalitas Nasabah 20

6. Program Loyalitas Pelanggan Sebagai Upaya Mempertahankan Pelanggan 21
C. Teller dan Customer Service
1. Teller 22
2. Customer Service 23
D. Landasan Syariah
1. Loyalitas Nasabah (Pelanggan) dalam Islam 26
2. Peranan Pelayanan Teller dan Customer Service 27
E. Kajian Terdahulu 29
F. Kerangka Pemikiran 33
G. Hipotesis 34
BAB III METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian 35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 35
C. Populasi dan Sampel 36
D. Jenis dan Sumber Data
1. Data Primer 37
2. Data Sekunder 38
E. Teknik Pengumpulan Data
1. Observasi 38
2. Kuesioner 39
F. Variabel Penelitian 39
G. Instrumen Penelitian 41
H. Teknik Analisi Data
1. Uji Validitas 45
2. Uji Reliabilitas 46
3. Uji Asumsi Klasik
a. Uji Normalitas 47
b. Uji Multikolinearitas 47
c. Uji Heterokedastisitas 48
d. Uji Autokeralasi 49

e. Uji Hipotesis
1) Uji F 49
2) Uji T 51
f. Analisis Regresi Linear Berganda 52
g. Koefisien Determinasi 53
4. Analisis Deskriptif 54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang 55
2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang 58
3. Moto, Slogan, Tagline, dan Logo PT. Bank Syariah Mandiri 60
4. Profil PT. Bank Syariah Mandiri 62
5. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang 63
6. Produk-produk dan Jasa PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang 65
B. Karakteristik Responden
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 74
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia 75
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 76
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan 76
5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan 77
6. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah 78
C. Deskripsi Jawaban Responden
1. Deskripsi Variabel Peranan Teller 79
2. Deskripsi Variabel Peranan Customer Service 81
3. Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabah 82
D. Hasil Uji Instrumen Penelitian
1. Uji Validitas 83

2. Uji Reliabilitas 86
3. Uji Asumsi Klasik
a. Uji Normalitas 86
b. Uji Multikolinearitas 88
c. Uji Heterokedastisitas 89
d. Uji Autokorelasi 91
e. Uji Hipotesis
1) Uji F 92
2) Uji T 93
f. Analisis Regresi Linear Berganda 95
g. Koefisien Determinasi 97
4. Analisis Penulis
a. Pengaruh Peranan Teller (X_1) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y) 98
b. Pengaruh Peranan Customer Service (X_2) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y) 100
c. Pengaruh Peranan Teller (X_1) dan Peranan Customer Service (X_2) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y) 102

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 104
B. Saran 105

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

1.1 Jumlah Seluruh Nasabah Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang Tahun 2015-2019 4
1.2 Perkembangan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang 6
2.1 Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional 15
3.1 Kriteria Pembobotan Butiran Pertanyaan 39
3.2 Instrumen Penelitian 41
4.1 Karakteristik Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamani 74
4.2 Karakteristik Nasabah Berdasarkan Usia 75
4.3 Karakteristik Nasabah Bersadarkan Data Pendidikan Terakhir 76
4.4 Karakteristik Nasabah Berdasarkan Data Pekerjaan 76
4.5 Karakteristik Nasabah Berdasarkan Data Pendapatan Perbulan 77
4.6 Karakteristik Nasabah Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah 78
4.7 Hasil Statistik Deskriptif Peranan Teller 80
4.8 Hasil Statistik Deskriptif Peranan Customer Service 81
4.9 Hasil Statistik Deskriptif Loyalitas Nasabah 82
4.10 Hasil Uji Validitas Peranan Teller 84
4.11 Hasil Uji Validitas Peranan Customer Service 84
4.12 Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah 85
4.13 Hasil Uji Reliabilitas 86
4.14 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov 88
4.15 Hasil Uji Multikolinearitas 89
4.16 Hasil Uji Autokorelasi 90
4.17 Uji F (Uji Simultan) 93
4.18 Uji T (Uji Parsial) 94
4.19 Analisis Regresi Linear Berganda 95
4.20 Koefisien Determinasi 97

DAFTAR GAMBAR

1.1 Kerangka Pemikiran 33

4.1 Uji Normalitas 87

4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas 90

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan dunia perbankan semakin pesat dan modern baik dari segi produk, kualitas pelayanan dan teknologi yang dimiliki. Perbankan semakin mendominasi perkembangan ekonomi dan bisnis suatu negara, tidak hanya negara maju tapi juga di negara berkembang. Bank merupakan salah satu badan penyedia dana pembangunan, antara lain melalui penyaluran kredit investasi.

Menurut Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.[1] Dan menurut UU No 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa majelis ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan, maslahah, universalisme, dan tidak mengandung gharar, maysir, riba, zhalim, dan objek yang haram.[2]

[1] Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hal 24
[2] Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2015), hal 5

Sebuah Bank Syariah sudah selayaknya memiliki lingkungan kerja yang sejalan dengan syariah. Dalam hal etika, misalnya *amanah* dan *shiddiq,* harus melandasi setiap karyawan sehingga tercerminkan integritas eksekutif muslim yang baik. Disamping itu, karyawan Bank Syariah harus *skilfull* dan professional *(fathanah)*, dan mampu melakukan tugas secara *team-work* dimana informasi merata di seluruh fungsional organisasi *(tablig)*. Selain itu cara berpakaian dan tingkah laku dari para karyawan merupakan cerminan bahwa mereka bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang membawa nama besar Islam. Demikian juga dalam menghadapi nasabah, akhlak harus senantiasa terjaga. Nabi Muhammad SAW mengatakan bahwa senyum adalah sedekah.[3]

Kepuasan nasabah merupakan hal terpenting yang harus diwujudkan suatu bank sehingga nasabah yang lama akan tetap bertahan dan nasabah baru akan datang melalui rekomendasi atau cerita pengalaman yang menyenangkan dari nasabah lama. Mempertahankan nasabah yang sudah ada dan mendapatkan nasabah baru membutukan kreatifitas dalam pemberian pelayanan. Kreatifitas memungkinkan organisasi jasa menangani dan memecahkan masalah-masalah yang sedang dihadapi maupun yang akan dihadapi dalam praktek bisnis sehari-hari. Jika nasabah sudah merasa nyaman dengan bank yang dipilihnya untuk memenuhi berbagai kebutuhan, maka kesetiaan nasabah akan tercipta dengan sendirinya. Kesetiaan diperoleh seiring dengan kepuasan yang diterima nasabah. Kesetiaan datang karena

[3] Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik.* Jakarta: Gema Insani, 2001), hal 34

adanya rasa puas yang dirasakan nasabah atas pelayanan yang diterima sangat baik dan itu terus dilakukan secara konsisten, maka dari itu kesetiaan nasabah terhadap bank sangat perlu dijaga. Kesetiaan nasabah inilah yang dimaksud dengan loyalitas nasabah.

Loyalitas nasabah sebagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis saat ini telah menjadi tujuan strategis yang paling penting dari perusahaan, karena nasabah yang loyal dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Bagi perusahaan perbankan, loyalitas nasabah adalah puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan. Nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menjadi penyebar kabar baik yang selalu menyebarkan kebaikan mengenai produk perbankan yang dikonsumsinya. Mereka memiliki *kredibilatas* yang tinggi, karena tidak dibayar oleh pihak manapun untuk merekomendasikan produk atau merek perbankan tersebut.

Mempertahankan nasabah yang loyal menjadi prioritas yang utama dari pada mendapatkan nasabah baru, karena untuk merekrut atau mendapatkan nasabah yang baru bukanlah hal yang mudah karena akan memerlukan biaya yang banyak, sehingga perusahaan akan rugi apabila melepaskan nasabah.[4]

Hal inilah yang membuat Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang berusaha meraih kepercayaan masyarakat melalui inovasi produk dan jasa perbankan, peningkatan kualitas pelayanan, implementasi tata kelola perusahaan yang dipadu dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia

[4] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andy, 2005), hal 295.

menjadi fokus Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang pada saat ini. Adapun salah satu Misi dari Bank Syariah Mandiri itu sendiri ialah *"meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah"* merupakan upaya menuju ke arah pelayanan yang dapat memuaskan nasabah agar terciptanya nasabah yang loyal. Dengan demikian pelaksanaan pelayanan Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang kepada nasabah harus dikelola secara profesional dan konsisten yang ditunjang dengan teknologi yang canggih dan sumber daya manusia yang handal.

Dilihat dari perkembangan 5 tahun terakhir, bentuk pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang memberikan dampak langsung kepada nasabahnya, dalam bentuk peningkatan jumlah nasabah. Adapun gambarannya terdapat pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1
Jumlah Seluruh Nasabah Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang Tahun 2015-2019

Tahun	Jumlah Nasabah	Naik atau Turun	
		Σ	%
2015	2.574	-	-
2016	4.711	2.137	83,02 %
2017	5.657	946	20,08 %
2018	6.747	1.090	19,26%
2019	7.776	1.029	15,25 %

Sumber: BSM Branch Office Padang Panjang

Dari tabel di atas, menggambarkan peningkatan dan penurunan nasabah pembukaan rekening di Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang. Pada dasarnya pelayanan yang diberikan oleh teller dan customer service akan membawa dampak peningkatan pada jumlah nasabah, nasabah yang mendapatkan pelayanan baik juga memuaskan, akan mendapati kepuasan bagi nasabahnya sehingga terciptanya nasabah yang loyal.

Dapat dilihat pada tabel tersebut persentase perkembangan dari tahun ke tahun tidak menunjukkan kenaikkan yang signifikan. Dapat dilihat pada tahun 2015 jumlah seluruh nasabah pada Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang mencapai 2.574 orang, dan ditahun 2016 jumlah seluruh nasabah mencapai 4.711 orang dengan persentase kenaikan 83,02%, begitu juga dengan tahun 2017 jumlah seluruh nasabah 5.657 orang dengan persentase kenaikan yaitu 20,08%, dan pada tahun 2018 jumlah seluruh nasabah yaitu 6.747 orang dengan persentase kenaikan 19,26%, sedangkan pada tahun 2019 jumlah seluruh nasabah mencapai 7.776 orang dengan persentase kenaikan 15,25%. Jumlah seluruh nasabah pada Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang mengalami peningkatan, tetapi persentase kenaikannya tidak signifikan terdapat penurunan pada taun 2017 yaitu dari 83,02% menjadi 20,08%.

Oleh karena itu penulis ingin melihat apakah variabel Peranan teller dan customer service berdampak terhadap kenaikan dan penurunan jumlah nasabah yang nantinya berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Peningkatan jumlah nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang tentunya juga memberikan dampak peningkatan Dana Pihak Ketiga (DPK) pada bank tersebut. Yang mana peningkatan pada Dana Pihak Ketiga tersebut dicantumkan pada grafik berikut :

Tabel 1.2
Perkembangan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang
(Dalam Miliar Rupiah)

Tahun	Jumlah DPK	Naik atau Turun	
		Σ	%
2015	36	-	-
2016	38	2	5,56 %
2017	41	3	7,90 %
2018	49	8	19,51 %
2019	54	5	10,20 %

Sumber: BSM Branch Office Padang Panjang

Dilihat pada pertumbuhan tabel di atas, DPK mengalami peningkatan pada jumlah tetapi tingkat kenaikannya tidak signifikan. Yang mana seiring dengan bertambahnya nasabah membawakan dampak yang bagus pada pertumbuhan dana pihak ketiga. Ditahun 2015 jumlah DPK mencapai 36 Miliar, ditahun 2016 jumlah DPK mencapai 38 Miliar dengan persentase 5.56%, peningkatan dari tahun dari 2015 hingga tahun 2016 memiliki kenaikan yang tipis. Pada tahun 2017 jumlah DPK mencapai 41 Miliar dengan persentase 7.90% dan ditahun 2018 juga 2019 mencapai 49 Miliar dan 54 Miliar dengan persentase kenaikan mencapai 19.51% dan 10.20%. Kaniakan DPK dari tahun 2015 hingga 2019 mengalami kenaikan yang tidak

signifikan, terlihat jelas pada tahun 2018 hingga 2019 dengan penurunan selisih kenaikan DPK tersebut.

Berdasarkan keterangan diatas, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan menuangkannya dalam skripsi yang berjudul: ***"Analisis Pengaruh Peranan Teller dan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang".***

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah terkait penelitian ini yaitu :

1. Terjadinya peningkatan jumlah nasabah yang semakin menurun.
2. Persentase kenaikan jumlah nasabah pada tahun 2016 hingga 2019 yang tidak signifikan dimungkinkan berhubungan dengan peranan teller dan customer service yang mempengaruhi loyalitas nasabah.
3. Kenaikan Dana Pihak Ketiga yang tidak tetap.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah : Pengaruh peranan teller dan customer service terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

D. Rumusan Masalah

Agar permasalahan ini bisa dikaji dengan baik dan tepat sasaran, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh peranan teller dan customer service terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh peranan teller dan customer service terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

F. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti menambah ilmu dan pengetahuan serta informasi yang digunakan dalam penulisan penelitian ini.

2. Bagi Praktisi

Bagi Praktisi adalah untuk memperluas penelitian tentang perbankan syariah, khususnya penelitian tentang analisis pengaruh peranan teller dan customer service terhadap loyalitas nasabah.

G. Penjelasan Judul

Sebelum melangkah lebih jauh dalam membahas proposal skripsi ini dan menjembatani pemikiran penulis dengan pembaca agar terdapat persamaan pemahaman dalam memahami skripsi ini, maka penulis akan menjelaskan istilah-istilah yang akan ditemui dalam skripsi ini.

Pengaruh : pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.[5]

Teller : petugas bank yang bertanggung jawab dalam memberikan jasa layanan terhadap para nasabah atas transaksi tunai maupun non tunai.[6]

Customer Service : petugas bank yang bertanggung jawab atas pelaksanaan fungsi pembukaan rekening, penutupan rekening, pencairan deposito, serta penyediaan informasi kepada nasabah.[7]

Loyalitas Nasabah : sikap dari nasabah dalam menentukan pilihannya tersebut juga untuk menentukan pilihannya untuk tetap atau tidak berlanjut dalam menggunakan produk atau jasa dari perusahaan.[8]

---

[5] Arifandi Shafitra, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Baznas Terhadap Kepuasan Muzakki Dalam Membayar Zakat (Studi Kasus BAZNAS Kabupaten Solok),* IAIN Bukittinggi, 2019, hal 12.

[6] Dewi Reni dan Siri Asmawati, *Kualitas Pelayanan Frontliner dan Kepuasan Nasabah, STES Islamic Village,* 2016, Vol 7 No 2, hal 12.

[7] Dewi Reni dan Siri Asmawati, *Kualitas Pelayanan Frontliner dan Kepuasan Nasabah, STES Islamic Village,…* hal 11.

[8] Riska Hapsari, *Analisis Pelayanan Bank dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ungaran,* IAIN Salatiga, 2015, hal 25.

Jadi maksud judul diatas secara keseluruhan adalah bagaimana pengaruh peranan *teller* dan *customer service* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bank Syariah

1. Pengertian Bank Syariah

Kata bank berasal dari bahasa Italia *banque* atau *banca* yang berarti bangku. Para bankir *forence* pada masana *reinaissans* melakukan transaksi mereka dengan duduk dibelakang mejapertukaran uang, berbeda dengan pekerjaan kebanyakan orang yang tidak memungkinkan mereka untuk duduk sambil bekerja.[9]

Pengertian bank pada awal dikenalnya adalah meja tempat menukar uang. Lalu pengertian berkembang tempat menyimpan uang dan seterusnya. Pengertian ini tidaklah salah, karena pengertian pada saat itu sesuai dengan kegiatan bank pada saat itu. Namun semakin modernnya perkembangan dunia perbankan, maka pengertian bank pun berubah pula. Secara sederhana bank diartikan sebagai *lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.*

Kemudian pengertian bank menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 bank adalah *badan uasaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke*

[9] Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: RajAwali Pers, 2013), hal 24

masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Bagi bank yang melakukan aktifitasnya berdasarkan prinsip syariah tidak dikenal istilah bunga karena bank syariah dikenal sebagai bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga atau biasa dengan bank tanpa bunga. Bank syariah merupakan lembaga keuangan atau perbankan yang operasi dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW. Dengan kata lain bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa lainnya dalam lalulintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinspi syariah Islam.[10]

Bank syariah atau Islamic banking adalah bank yang menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan landasan syariah Islam. Hal ini merujuk kepada Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah dikatakan bahwa bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa majelis ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan, kemaslahatan, universalisme, serta tidak mengandung unsur-unsur yang diharamkan dan dilarang dalam agama Islam.[11]

Fungsi bank syariah, yaitu :

[10] Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah,* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), hal 2.

[11] Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan,* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2015), hal 17.

a) Penghimpun dana. Fungsi bank syariah mirip dengan bank konvensional, bank syariah memiliki fungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat, perbedaan keduanya adalah jika bank konvensional penabung akan mendapatkan jasa dalam bentuk bunga sedangkan bank syariah penabung akan mendapatkan balas jasa dalam bentuk bagi hasil.
b) Penyalur dana. Yaitu dana yang telah dihimpun atau dikumpulkan oleh bank syariah dari nasabah, selanjutnya akan disalurkan kembali kepada nasabah lain dengan system bagi hasil.
c) Memberikan pelayanan jasa bank. Dalam kapasitas ini, bank syariah mempunyai fungsi untuk memberikan pelayanan seperti jasa transfer, pemindah buku, jasa tarik tunai dan jasa perbankan lainnya.

Tujuan bank syariah, yaitu :

Berdasarkan *Handbook of Islamic Banking* sebagaimana dikutip oleh Dedi Rainer, tujuan bank syariah adalah sebagai penyedia fasilitas keuangan dengan cara mengusahakan istrumen-instrumen keuangan yang sepadan dengan ketentuan dan norma syariah. Sangat berbeda dengan bank konvensional, pada bank syariah tidak mempunyai tujuan untuk memaksimalkan keuntungannya seperti halnya pada perbankan yang berdasarkan bunga, tetapi tujuan bank

syariah adalah untuk memberikan keuntungan sosial ekonomi untuk orang-orang muslim.[12]

2. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia

Pendirian bank syariah diawali dengan berdirinya tiga Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di Bandung pada tahun 1991 dan PT BPRS Heraukat di Nangroe Aceh Darussalam. Pendirian bank syariah di Indonesia diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui lokakarya "Bunga Bank dan Perbankan" di Cisarua, Bogor, 18-20 Agustus 1990. Hasil ini dibahas dalam Munas IV MUI yang kemudian dibentuklah tim kerja untuk mendirikan bank syariah di Indonesia sehingga berdirilah PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991 dan beroperasi pada tahun 1992.

BMI merupakan bank syariah yang pertama didirikan di Indonesia, walaupun perkembangannya agak lambat bila dibandingkan dengan negara-negara lainnya. Bila pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit bank syariah, pada tahun 2005, jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, yaitu 3 bank umum syariah dan 17 unit syariah. Sementara itu jumlah BPRS hingga akhir tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah.[13]

3. Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

[12] Dedi Rainer, "*Pengertian Bank Syariah, Sejarah, Fungsi, Tujuan, Ciri, Jenis, Produk Terlengkap"* Artikel, 7 September 2017 diakses pada 29 November 2019.

[13] Dr. Amir Mahmud dan Rukmana, *Bank Syariah Teori, Kebijakan, Dan Studi Empiris di Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hal 20.

Secara garis besar perbandingan bank syariah dengan bank konvensional dapat dilihat pada Tabel2.1 dibawah ini:[14]

Tabel 2.1

Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional

Aspek	Bank Syariah	Bank Konvensional
Legalitas	Akad syariah	Akad konvensional
Struktur Organisasi	Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah	Tidak terdapat dewan sejenis
Bisnis dan Usaha yang dibiayai	Melakukan investasi-investasi yang halal saja Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa Berorientasi pada keuntungan (*profit oriented)*, kemakmuran dan kebahagiaan dunia akhirat	Investasi yang halal dan haram profit oriented Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kreditor-debitur Memakai perangkat hubungan.
Lingkungan Kerja	Islam	Non Islam

Sumber: BSM Branch Office Padang Panjang

[14] Dr. Amir Mahmud dan Rukmana, *Bank Syariah Teori Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia, ...* hal 12.

B. Loyalitas

1. Pengertian Loyalitas

Secara umum loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan yang diberikan atau ditujukan kepada seseorang atau lembaga, yang di dalamnya terdapat rasa cinta dan tanggungjawab untuk berusaha memberikan pelayanan dan perilaku terbaik. Loyalitas adalah tekad dan kesanggupan individu untuk mentaati, melaksanakan, peraturan-peraturan dengan penuh kesadaran dan sikap tanggungjawab.[15]

Loyalitas berasal dari kata "loyal" yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi subuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka.

Menurut Kotler sebagaimana dikutip oleh Zulkarnain, konsumen yang loyal tidak diukur dari berapa banyak dia membeli, tapi dari berapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk merekomendasikan orang untuk membeli. Dan menurut Tjiptono sebagaimana dikutip oleh Zulkarnain, loyalitas pelanggan dapat didefenisikan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan

[15] Moh. Fahmi, *Hubungan gaya kepemimpinan Transformasional dengan loyalitas Karyawan,* dalam Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 2014, http://digilib.uinsby.ac.id/394/3/Bab%202.pdf, diakses pada 31 Januari 2020, 19:53 WIB.

tercermin dalam pembelian yang konsisten. Loyalitas adalah di mana konsumen bersikap positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) yang diikuti dengan pola pembelian ulang uang konsisten.

Dari beberapa defenisi yang diuraikan di atas dapat diambil sutu kesimpulan bahwa loyalitas pelanggan dapat didefenisikan sebagai suatu perilaku pembelian yang positif ditunjukkan pelanggan terhadap perusahaan, merek, toko, pemasok yang dilakukan secara teratur, konsisten dan berkesinambungan serta berulang-ulang dalam kurun waktu yang sama.[16]

2. Karakteristik Loyalitas Nasabah

Nasabah yang loyal merupakan asset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana diungkapkan Griffin, pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:[17]

a) Pembelian berulang nasabah merasa perlu menabung secara teratur dengan menggunakan berbagai produk yang ditawarkan dan memiliki kepercayaan untuk menggunakan produk bank setiap kebutuhan dana.
b) Penolakan terhadap produk lain nasabah memiliki hubungan emosional yang kuat sehingga tidak berpengaruh terhadap ajakan atau tawaran dari bank lain.

[16] Zulkarnain, *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual,* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hal 139.

[17] Jill Griffin, *Customer Loyalty "Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan",* (Jakarta: Erlangga, 2005), hal 31.

c) Tidak terpengaruh oleh produk lain nasabah memiliki kepercayaan yang besar terhadap bank sehingga tidak ingin berpindah ke bank lain.

d) Penganjuran pada orang lain nasabah mampu dan mau menjadi sumber informasi kepada calon nasabah lain.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Ada beberapa factor yang mempengaruhi loyalitas nasabah manurut Zikmund sebagaimana dikutip oleh Rizki Hartawan, yaitu:

a) Ikatan, yaitu bagaimana perusahaan menciptakan hubungan baik dengan nasabah dengan proses penciptaan kesadaran terhadap produk jasa yang ditawarkan.

b) Kepercayaan, yaitu bagaimana nasabah mempercayai suatu produk jasa sehingga menggunakan produk tersebut secara berulang.

c) Kepuasan, yaitu bagaimana nasabah mendapatkan sebuah proses yang memuaskan tehadap produk jasa digunakan dalam setiap proses transaksi tersebut.[18]

[18] Rizki Hartawan, Skripsi *"Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Safir Kota Bengkulu"*, (Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri, 2016), hal 15

4. Bentuk Loyalitas Nasabah

Bentuk-bentuk loyalitas nasabah dapat dilihat sebagai berikut:[19]

a) *Cognitive Loyalty*

Loyalitas pada level ini berdsarkan pada teori semata, konsumen berdasarkan informasi yang diterima memperbandingkan produk atau jasa yang satu dengan yang lainnya dengan peilihan keputusan pada informasi yang paling menarik bagi konsumen. Tingkat loyalitas pada saat ini sangat labil dan konsumen sangat mudah berpindah.

b) *Afective Loyalty*

Loyalitas yang berdasarkan kecenderungan dan sangat bergantung pada tingkat kepuasan dan ketidakpuasan berdasarkan pengalaman konsumen menggunakan produk atau jasa. Loyalitas pada tahap ini lebih tinggi tingkatannya dibandingkan *Cognitive* karena pengalaman yang terekam dalam bentuk konsumen.

c) *Conative Loyalty*

Konsumen menjadi berkomitmen karena percaya dan benar-benar berkeinginan membeli dan membeli kembali atau bias menjadi loyal.

[19] Zulkarnain, *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*, ... hal 138.

d) *Action Loyalty*

Pada tingkat ini intensitas pembelian konsumen menjadikan motivasi konsumen untuk secara terus menerus membeli dan menjadi kebiasaan membeli produk atau jasa.[20]

5. Indikator Loyalitas Nasabah

Menurut Hidayat sebagaimana dikutip oleh Zulkarnain, loyalitas nasabah merupakan komitmen seorang nasabah terhadap suatu pasar berdasarkan sikap positif dan tercermin dalam pentransaksian ulang secara konsisten. Indikator dari loyalitas nasabah tersebut adalah :

a) *Trust*, merupakan tanggapan kepercayaan nasabah.
b) *Emotion cost,* merupakan tanggapan nasabah tentang beban yang diterima ketika terjadi perubahan.
c) *Switching cost,* merupakan tanggapan nasabah tentang beban yang diterima ketika terjadi perubahan.
d) *Word of mouth,*merupakan prilaku publisitas yang dilakukan nasabah.
e) *Cooperation,* merupakan perilaku nasabah yang menunjukkan sikap bekerjasama.[21]

[20] Zulkarnain, *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual,,...*hal 139.
[21] Aziz Alimun Rahmat, *Meode Penelitian Keperawatan dan Tekhnik Analisis Data*, (Jakarta: Salemba Medika, 2009), Hal 103.

6. Program Loyalitas Pelanggan Sebagai Upaya Mempertahankan Pelanggan.

Pada masa lalu perusahaan memberikan penghargaan kepada nasabahnya yang loyal/setia dengan memberika pelayanan yang lebih baik bahkan dengan memberikan potongan harga. Namun, program penghargaan/apresiasi loyalitas *(loyality reward),* kini menjadi suatu strategi yang banyak dilakukan perusahaan. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan tingkat pelanggan dengan berusaha untuk meningkatkan kepuasan dan nilai kepada pelanggan tertentu.

Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja keuangan perusahaan jangka panjang.

Untuk menentukan keberhasilan program ini, perusahaan harus mampu menghitung pengaruh program ini terhadap perilaku pembelian pelanggan pada masa mendatang. Artinya, jika dilihat dari sisa keuangan, program ini memberikan keuntungan dibandingkan dengan investasi yang dibutuhkan. Sayangnya, tidak ada riset yang melihat pengaruh program ini terhadap perilaku pembelian pelanggan dimasa mendatang, serta hasil secara finansial.[22]

[22] Rambat lopiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa:Berbasis Kompetensi Edisi* 3, (Jakarta: alemba Empat, 2013), Hal 233-234.

C. Teller dan Customer Service

1. Teller

Teller merupakan petugas bank yang pekerjaan sehari-harinya berhubungan langsung dengan nasabah dan masyarakat umum. Teller juga merupakan petugas bank yang betanggungjawab untuk menerima simpanan, mencairkan cek, dan memberikan jasa pelayanan kepada masyarakat, tanda tangan teller diperlukan sebagai tanda sah suatu dokumen transaksi pada lembaga kauangan. Adapun fungsi seorang teller adalah memberikan layanan perbankan bagi nasabah atau calon nasabah di sebuah bank. Fungsi teller menjadi sangat krusial karena setiap hari berhadapan langsung dengan nasabah, hal ini tentunya harus ditunjang penampilan yang sempurna setiap saat bagi semua teller bank.[23]

Standar pelayanan teller telah diatur dalam standar operasional pada banknya, sebagai pedoman bagi teller dalam menjalankan sistem pelayanan kepada nasabah. Adapun standar pelayanan teller yaitu:

a) *Attitude* : *Attitude* atau sikap teller saat melayani nasabah dimulai dari waktu tunggu 30 detik, waktu antri 5 menit, berdiri dan memanggil nomor antrian, tersenyum, mengucapkan salam, memperkenalkan diri, menawarkan bantuan, meminta nomor antrian nasabah, menanyakan nama nasabah, berdiri dan duduk saat pengimputan, nada

[23] Anggun Yustia Arinda, *Optimalisasi Pelayanan Nasabah Berdasarkan Queuning System Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Teluk Betung Bandar Lampung*, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan,2018), Hal 34.

bicara sopan, ramah, dan antusias, fokus terhadap nasabah dan transaksi juga tidak mengerjakan hal lainnya, menyebutkan nama nasabah dengan sopan, mengucapkan terima kasih diakhir melayani, mengucapkan salam setelah melayani nasabah dan berdiri.

b) *Skill* : merupakan kemampuan teller saat melayani nasabah harus memenuhi standar layanan yaitu waktu transaksi 1,5 menit, ketelitian saat melayani nasabah, menggunakan dua tangan saat mengambil uang atau kertas pembayaran, mengajak nasabah untuk menyaksikan menghitung uang, maksimal instrupsi teller 2 kali, dan konfirmasi transaksi.

c) Penampilan : penampilan teller yang menarik dan tidak menor, meja yang rapi, memakai *ID Card* sesuai papan nama, dan menggunakan pakaian sesuai ketentuan.[24]

2. Customer Service

Dalam ilmu manajemen customer service dapat dikatakan sebagai ilmu dan dapat juga dikatakan sebagai seni. Dikatakan sebagai ilmu karena customer service termasuk dalam bagian pemasaran dan lebih dekat kepada penjualan juga customer service dapat dipelajari, diajarkan dan dipraktekkan. Sedangkan customer service dikatakan sebagai seni dikarenakan customer service sangat

[24] SOP Teller Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

membutuhkan unsur kreatifitas, inisiatif dan keterampilan saat berhubungan atau berkomunikasi dengan orang lain.

Jadi, customer service adalah ilmu dan seni tentang melayani pelanggan sebagai ujung tombak perusahaan yang berada digaris paling depan dan bertugas melayani pelanggan atau nasabah pada suatu perusahaan atau bank.[25] Adapun fungsi dari seorang customer service adalah melayani nasabah dalam memberikan informasi kepada nasabah tentang produk-produk, jasa dan persyaratan-persyaratan yang terkandung dari setiap jenis produk bank.

Standar pelayanan customer service telah diatur dalam standard operasional pada banknya, sebagai pedoman bagi customer service dalam menjalankan sistem pelayanan kepada nasabah. Adapun standard pelayanan customer service yaitu:

a) *Attitude* : *Attitude* atau sikap customer service dalam hal ini harus memenuhi standar operasional prosdur yang sudah ada dari pusat yaitu dengan waktu tunggu 1 menit, customer service berdiri di samping meja dan memanggil nomor antrian nasabah, customer service memberikan senyuman pada nasabah dan mengucapkan salam, mempersilahkan nasabah duduk, meminta nomor antrian kepada nasabah, lalu customer service menanyakan nama nasabah, setelah semuanya dilakukan selama melayani

[25] Parasuraman, Zeithml dan LL Berry, *SERVEQUAL: A Multiple Item Scale For Meansuring Consumer Perseption of Servic e Jurnal of Retailing* (1998), hal 4 -5

nasabah dan diakhir transaksi atau saat transaksi selesai customer service mengucapkan terima kasih, mengucapkan salam, dan customer service berdiri di samping meja setelah nasabah pergi.

b) *Skill* : kemampuan customer service saat melayani nasabah sangat penting dan ada standar pelayanan seperti, customer service menanggapi permintaan pembukaan rekening nasabah, menggali kebutuhan nasabah, menjelaskan fitur dan *benefit* produk tabungan setelah nasabah memutuskan pilihan, menjelaskan fitur *Mobile* Syariah Mandiri dan fitur-fitur lainnya.

c) Penampilan : penampilan customer service juga bagian penting dalam proses pelayanan, customer service haruslah berpakaian rapi dan tidak mencolok, tempat kerja yang bersih dan rapi, harus memakai *ID Card* yang sesuai dengan papan nama, wajah yang *fresh*, dan *energic,* juga intonasi berbicara jelas dan dapat dipahami oleh nasabah.[26]

D. Landasan Syariah

1. Loyalitas Nasabah (Pelanggan) dalam Islam

Q.S Al-Hujuraat : 15

[26] SOP Customer Service Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang

إِنَّمَا ٱلْمُؤْمِنُونَ ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ بِٱللَّهِ وَرَسُولِهِۦ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُواْ وَجَٰهَدُواْ بِأَمْوَٰلِهِمْ وَأَنفُسِهِمْ فِى

سَبِيلِ ٱللَّهِ ۚ أُوْلَٰٓئِكَ هُمُ ٱلصَّٰدِقُونَ (١٥)

Artinya : Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu hanyalah orang-orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah. Mereka itulah orang-orang yang benar.

Kandungan dari surat Al-Hujurat 15 yaitu orang-orang yang meyakini dan mempercayai Allah SWT dan Rasulullah adalah golongan orang-orang yang beriman. Merekalah orang yang tidak pernah ragu akan memperjuangkan agamanya, keyakinannya. Orang yang tidak pernah ragu inilah merupakan orang-orang yang beriman dan selalu siap untuk mempertaruhkan nyawanya di jalan kebajikan (berjihad), dan tidak pernah ragu akan memberikan hartanya kepada yang membutuhkan di jalan kebajikan.

Sifat tidak pernah ragu inilah yang dikaitkan kedalam loyalitas konsumen, konsumen yang sudah loyal terhadap suatu produk akan selalu melakukan pembelian apabila produk yang ia pakai dikritisi orang lain serta tidak akan berpengaruh pada produk yang ditawarkan sainpeg sehebat apapun rayuan yang dipakai untuk merayu konsumen yang sudah ada untuk memakai produk yang ditawarkan. Disamping itu konsumen yang loyal

akan rela berkorban dengan mengeluarkan biaya dan tenaga yang ada ia miliki demi mendapatkan produk tersebut.[27]

2. Peranan Pelayanan Teller dan Customer Service

Q.S Ali-Imraan : 159

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ

عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ

ٱلْمُتَوَكِّلِينَ (١٥٩)

Artinya : Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembutterhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.

Kandungan dari surat Ali-Imraan ayat 159 yaitu pentingnya bersikap lemah lembut dan tidak berkeras hati. Karena allah SWT mencintai hambaNya yang bersikap lemah lembut dan bertutur kata yang baik. Juga diajurkan melaksanakan musyawarah dalam suatu urusan, dalam bermusyawarah haryslah berlaku lemah lembut dan toleransi.

[27] http://elsimh-frb11.web.unair.ac.id/artikel_detail:Syariah-Marketing-Perencanaan-dan-Strategi-Pemasaran-Berdasarkan-Syariah-Value// Diakses pada 30 Januari 2020, pukul 11.30 WIB.

Adapun hubungan surat Ali-Imraan:159 ini dengan peranan Teller dan Customer service adalah, perlunya seorang teller dan customer service bersikap lemah lembut dan bertutur kata yang baik. Sebab, sebagai petugas bank yang berhubungan langsung dengan nasabah lemah lembut dan bertutur kata baik diutamakan dalam melayani nasabah. Seorang petugas bank harus memiliki etika yang baik, apabila terdapat permasalahan dengan nasabah petugas bank dapat menyampaikan dan menjelaskan dengan baik kepada nasabah dengan menggunakan tatabahasa yang mudah dipahami oleh nasabah dan bermusyawarah dengan nasabah agar masalah dapat terselesaikan dengan baik.

E. Kajian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini, ada beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan diantaranya:

1. Skripsi dengan judul **"Peranan *Customer Service* Dalam meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT. BPRS Safir Bengkulu".** Skripsi ini ditulis oleh **Yulia Ellawati (2017)**. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa peran customer service pada PT. BPRS Safir Bengkulu yaitu melayani nasabah dan memberikan informasi dengan menggunakan SOP (Standar Operasional Prosedur). Secara tidak langsung customer service pada PT. BPRS Safir juga berperan untuk menarik nasabah baru, dan mempertahankan nasabah lama dengan cara menjaga komunikasi tetap lancer serta selalu menjaga silaturahmi dengan nasabah. Dan peranan customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah yaitu membuat kesan yang baik kedapa nasabah, berpakaian rapi, berbicara sopan, menjaga komunikasi kepada nasabah, selalu bersilaturahmi dengan nasabah baik keadaan suka maupun duka.[28]
2. Skripsi dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Cabang Panglima Polim Jakarta Selatan".** Skripsi ini ditulis oleh **Jenny Prawira (2016).** Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa

[28] Yulia Ellawati,"*Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu",* IAIN Bengkulu, 2017.

kualitas pelayanan *fronliner* secara keseluruhan sebesar 3,82 yang artinya kualitas pelayanan dapat dinilai baik. Loyalitas nasabah secara keseluruhan 3,40 artinya loyalitas nasabah dapat dinilai cukup tinggi. Adapun pengaruh kualitas pelayanan *fronliner* terhadap loyalitas nasabah tinggi terlihat dari R Square sebesar 0,788. t hitung > t tabel = 18,994 > 1.985. Artinya, kualitas pelayanan *fronliner* berpengaruh tinggi terhadap loyalitas sebesar 78,8%.[29]

3. Skripsi yang berjudul **" Peranan Dan Fungsi Frontliner Dalam Memberikan Pelayanan Terbaik Bagi Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Tebing Tinggi)".** Skripsi ini ditulis oleh **Ariska Dwi Chairunisyah (2018)**. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa peran dan fungsi *frontliner* dalam memberikan pelayanan terbaik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standart yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki. Pelayanan berkualitas akan berkualitas jika setiap petugas *customer service* dan *teller* dibekali oleh pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang pekerjaan yang akan dihadapinya. Termasuk kemampuannya menguasai pengetahuan

[29] Jenny Prawira, *" Pengaruh Kualitas Pelayanan Fronliner Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Cabang Panglima Polim Jakarta Selatan",* UIN Syarifhidayatullah, 2016.

tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank dan produk yang ditawarkannya. [30]

4. Jurnal dengan judul **"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal wat Tamwil".** Jurnal ini ditulis oleh **Rini Dwiyani Hadiwidjaja (2017).** Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan termasuk dalam kategori baik dan tinggi. Namun loyalitas nasabah dalam kategori sedang. Upaya meningkatkan, loyalitas nasabah dengan memanfaatkan pelayanan di BMT Pamulang, pimpinan dan pihak terkait perlu memperlihatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah karena kualitas pelayanan berpengaruh positif dan nyata terhadap loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah juga dapat menjadi sarana promosi bagi BMT di Pamulang melalui pemahaman sikap dan perilaku nasabah sebagi pelanggang jasa.[31]
5. Jurnal dengan judul **"Pengaruh Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI".** Jurnal ini ditulis oleh **Kokoh Pribadi, Dr. Dewi K Soedarsono, Refi Rifaldi W.g.st, Mba (2013).** Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh kuat dari customer service terhadap loyalitas nasabah.[32]

---

[30] Ariska Dwi Chairunisyah, *"Peran dan Fungsi Frontliner Dalam Memberikan Pelayanan Terbaik Bagi Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Tebing Tinggi)"*, UIN Sumatera Utara, 2018.

[31] Rini Dwiyani Hadiwidjaja, *"Analisis Pengaruh Kulitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal wat Tamwil"*, Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka, 2017.

[32] Kokoh Pribadi, dkk, *"Pengaruh Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI",* Universitas Telkom, 2013.

6. Jurnal dengan judul **" Peran Pelayanan Teller dan Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado".** Jurnal ini ditulis oleh **Vinny Ribka Bolang, James D.D Massie, Agus Supandi Soegoto (2015).** Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan berada pada kategori baik dan sangat baik melalui keramahan, cara berbicara dan kesiapan para teller dan customer service untuk melayanai nasabah sehingga menciptakan suasana yang nyaman dalam proses transaksi di bank BRI Unit Karombasan. Namun demikian masi terdapat beberapa kekurangan, seperti adanya ketidak nyamanan akibat perbaikan fasilitas dari kantor kas yang sebenarnya bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan konsumen. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan teller dan customer service sebaiknya pimpinan bank memberikan kesempatan untuk mengikuti pelatihan dan karyawan sebaiknya berhati-hati melaksanakan transaksi sehingga dapat meminimalisir potensi kerugian yang akan terjadi.[33]

Pada penelitian ini, penulis meneliti tentang bagaimana peranan dari *Teller* dan *Customer Service* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang, bedanya dari penelitian sebelumnya adalah para peneliti terdahulu membahas pengaruh kualitas pelayanan frontliner serta peran dan fungsi frontliner dalam memberikan pelayanan

[33] Vinny Ribka Bolang, dkk,*"Peran Pelayanan Teller dan Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado",* Universitas Sam Ratulangi, 2015.

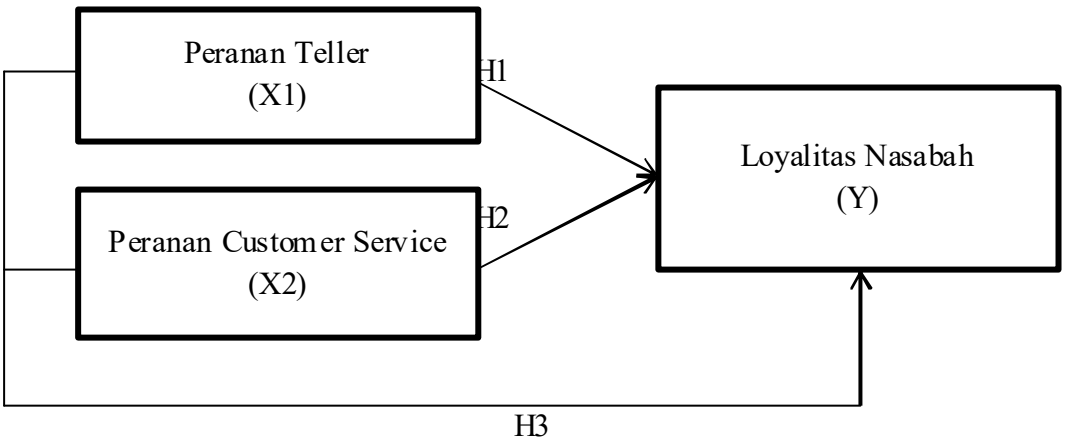
terbaik terhadap loyalitas nasabah. Terdapat perbedaan pada subjek yang mempengaruhi dalam loyalitas nasabah dan tempat penelitian berlangsung. Dan objek yang dijadikan dalam penelitian ini adalah nasabah dari Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

F. Kerangka Pemikiran

Untuk melihat pengaruh peranan teller dan customer service terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang sebagai berikut :

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran



G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Jawaban sementara ini baru hanya berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui

pengmpulan data penelitian.[34] Jadi hipotesis di dalam penelitian berarti jawaban sementara penelitian, patokan duga atau dalil sementara yang kebenarannya akan dibuktikan dalam penelitian tersebut. Setelah melalui pembuktian dari hasil penelitian, maka hipotesis ini dalam benar atau salah, dapat diterima atau ditolak.

Berdasarkan jawaban sementara peneliti, dari uraian yang telah dijelaskan diatas maka dapat dikemukakan dengan hipotesis yaitu:

$H0_1$: Peranan *Teller* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

$H1_1$: Peranan *Teller* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

$H0_2$: Peranan *Customer Service* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

$H1_2$: Peranan *Customer Service* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

$H0_3$: Peranan *Teller* dan *Customer Service* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

$H1_3$: Peranan *Teller* dan *Customer Service* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

[34] Anata Wikrama Tungga, *"Metodologi Penelitian Bisnis",* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal 35.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) yang bersifat deskriptif, yaitu pendekatan yang dilakukan dengan cara menggambarkan kejadian yang terjadi di lapangan atau penelitian yang mencoba menggambarkan, menunjukkan, menafsirkan, suatu fenomena yang berkembang pada masa sekarang.

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan analisis menggunakan statistic serta angket untuk mendeskripsikan data yang diperoleh penulis dari responden untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan terperinci tentang analisis pengaruh peranan Teller dan Customer Service terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang yang beralamat di jalan Soekarno-Hatta No. 5 C-D Padang Panjang kode pos 27116.

b. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan terhitung sejak bulan November 2019 sampai penelitian ini selesai.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.[35] Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada tahun 2019 di PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang yang berjumlah sebanyak **7.776 Orang**. Tujuan untuk ditetapkannya populasi adalah untuk menghindari kesalahan generalisasi kesimpulan.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi, mengingat banyaknya populasi dan tidak memungkinkan dapat diteliti secara keseluruhan juga menimbang waktu dan biaya yang akan dikeluarkan maka penulis menggunakan rumus *slovin* untuk mendapatkan responden yang akan diteliti.

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

$$= \frac{7776}{7778\ (0.1)^2 + 1}$$

$$= 98{,}73$$

[35] Masri Singarimbun dan Sofian Efendi, *Metode Penelitian Survei,* (LP3ES, 1995), cet ke-2, hal 3

= **99 Orang** *(hasil pembulatan)*

Keterangan : n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = standard error (10%= 0.1)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang diteliti berjumlah 99 orang nasabah dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* yaitu teknik pengumpulan sampel dengan memilih respon secara kebetulan dan cocok sebagai sumber data dengan berbagai pertimbangan.

D. Jenis dan Sumber Data

Data merupakan salah satu unsur yang penting dalam menyusun laporan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Data primer

Data primer yakni data yang diperoleh langsung dari lapangan yang diperoleh melalui pengamatan dan wawancara.[36] Data primer dalam penelitian ini berupa informasi yang diperoleh dari Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

[36] Nirwa, *Strategi Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Batua Raya (Pendekatan Manajemen Islam),* UIN Allaudin Makassar, 2018, hal 41.

b. Data sekunder

Data sekunder yaitu jenis data dalam bentuk yang sudah jadi melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan diberbagai organisasi atau perusahaan, termasuk majalah, jurnal, dan lembaga lainnya yang berkaitan dengan masalah yang penulis teliti.[37]

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan dengan beberapa cara, antara lain :

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.[38] Observasi adalah alat pengumpulan data mempunyai ciri yang lebih spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi langsung memberikan sumbangan yang sangat penting sekali dalam penelitian deskriptif. Jenis-jenis informasi tertentu dapat diperoleh melalui pengamatan langsung oleh peneliti.[39] Yaitu pengumpulan data secara langsung dari objek penelitian melalui pengamatan, dicatat dan direduksi kemudian disajikan secara sistematis untuk menggambarkan objek yang diteliti. Hasil observasi ini berguna untuk menguatkan data yang diperoleh dari bertanya sepintas dan meminta data awal pendukung kepada pihak bank terkait.

---

[37] Supranto, *Metode Ramalan Kuantitatif,* (Jakarta: Rineka Cipta, 1993), Cet. Ke-1, hal 8.

[38] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi,* (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), hal 94

[39] Sanafiyah Faisal, *Metode Penelitian Pendidikan,* (Surabaya: Usaha Nasional, 2004), hal 28

b. Kuesioner

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara membagikan sejumlah kuesioner kepada pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian.[40] Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Dalam pengumpulan data dengan menggunakan teknik kuesioner ini, peneliti memberikan pertanyaan untuk masing-masing variabel. Adapun skor dari masing-masing alternatif jawaban ini diberikan skor dengan menggunakan pengukuran Ordinal, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Kriteria Pembobotan Butir Pertanyaan

Kriteria	Simbol	Bobot
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

[40] Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif,* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), hal 117

F. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh seorang peneliti dengan tujuan untuk dipelajari sehingga didapatkan informasi mengenai hal tersebut dan ditariklah sebuah kesimpulan.

Dalam penelitian ini penulis menetapkan dua macam variabel yaitu Variabel Bebas X (Independen Variabel) dan Variabel Terikat Y (Dependen Variabel).

a. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya varibel terikat.[41] Penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel bebas, yaitu:

X_1: Peranan Teller

X_2: Peranan Customer Service

b. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang diakibatkan suatu yang dipengaruhi oleh variabel bebas.[42] Yang menjadi variabel Y dalam penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah.

[41] Sugiyono, *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)"*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal 64.

[42] Bambang Prasetya, *"Metode Penelitian Kuantitatif"*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal 68.

G. Instrumen Penelitian

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Pernyataan	Item
1.	Peranan *Teller* (X_1)	1. Penampilan	1. Teller berdiri dengan wajah tersenyum menunggu hingga nasabah datang menuju counter, dan mempersilahkan nasabah menuju counter teller. 2. Teller berpakaian rapi dan bersih, juga berpenampilan menarik dan tidak mencolok. 3. Teller mengucapkan greeting (salam) dengan sopan kepada nasabah.	1-10
		2. *Attitude*	4. Teller meminta nomor antrian dan slip transaksi yang dibawa nasabah dengan sopan. 5. Teller memeriksa slip transaksi yang dibawa nasabah, dan meminta nasabah untuk mengisi kelengkapan apabila tidak terisi lengkap oleh nasabah. 6. Teller meminta data dan kelengkapan nasabah seperti KTP, ATM, dan lainnya	

			dengan sopan.	
		3. *Skill*	7. Teller meminta uang kepada nasabah dan meminta ijin untuk menghitung di depan nasabah dengan sopan. 8. Teller meminta ijin kepada nasabah untuk memproses transaksi dan meminta nasabah untuk menunggu dengan sopan. 9. Teller memberikan form bukti transaksi dan menunjukkan hasil validasi kepada nasabah dan meminta nasabah untuk menandatanganinya. 10. Teller mengucapkan terima kasih dan greeting (salam) penutup kepada nasabah dengan sopan.	
2.	Peranan *Customer Service* (X_2)	1. Penampilan	1. Customer Service berdiri dengan wajah tersenyum disamping meja Customer Service dan menunggu hingga nasabah datang menuju meja Customer Service, dan mempersilahkan nasabah duduk. 2. Customer Service berpakaian rapi dan bersih, juga berpenampilan menarik dan tidak mencolok. 3. Customer Service mengucapkan greeting	11-20

			(salam) dengan sopan kepada nasabah, dan memperkenalkan diri kepada nasabah.	
		2. *Attitude*	4. Customer Service bersikap ramah kepada nasabah ketika melakukan aktifitas. 5. Customer Service meminta nomor antrian dan menanyakan tujuan nasabah dan keluhan nasabah. 6. Dalam berkonsultasi, Customer Service menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah.	
		3. *Skill*	7. Customer Service sangat ahli dan dapat mengetahui dengan cepat maksud dan pemahaman nasabah. 8. Customer service memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah. 9. Teller memberikan informasi-informasi kepada nasabah dengan sopan. 10. Customer Service mengucapkan terima kasih dan greeting (salam) penutup kepada nasabah dengan sopan.	
3.	Loyalitas Nasabah	*1. Trust*	1. Nasabah dapat mengerti dengan baik penyampaian dari Teller dan Customer	21-30

	(Y)		Service 2. Nasabah mendapatkan pelayanan yang baik dari Teller dan Customer Service	
		2. Emotion Commitment	3. Nasabah akan terus menggunakan produk secara berkelanjutan di BSM Branch Office Padang Panjang. 4. Nasabah akan terus bertransaksi di BSM Branch Office Padang Panjang karena nasabah merasa puas dan nyaman dalam setiap transaksinya. 5. Nasabah menggunakan beberapa produk yang ditawarkan oleh BSM Branch Office Padang Panjang.	
		3. *Switching Cost*	6. Nasabah merasakan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Teller dan Customer Service. 7. Nasabah tidak akan tergiur dengan promosi dari bank pesaing.	
		4. *Word of Mouth*	8. Nasabah kerap menceritakan kepada orang lain kemudahan dan pelayanan yang diberikan di BSM Branch Office Padang Panjang.	

			9. Nasabah menyarankan kepada teman dan saudara untuk menjadi nasabah di BSM Branch Office Padang Panjang.	
		5. *Cooperation*	10. Nasabah dapat bekerjasama dengan BSM Branch Office Padang Panjang sesuai dengan ketentuan dan aturan yang berlaku di BSM Branch Office Padang Panjang.	

H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mencari, menyusun secara sistematis sehingga mudah dipahami dan dapat diambil kesimpulan pada sata yang didapat. Teknik analisis data yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Menggunakan $\alpha = 0.05$ (5%) diketahui $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka status kuesioner adalah gugur. Rumus uji validitas ditunjukkan sebagai berikut:

Rumus 1.1

Validitas

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(N \sum X)^2 - (\sum X)^2\}\{(N \sum Y)^2 - (\sum Y)^2}}$$

Dimana:

r_{xy} =koefisien korelasi

Y =jumlah skor

X =skor butir item

N =jumlah data

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat keandalan suatu instrument. Instrument yang reliable akan menunjukkan bahwa instrument tersebut akan mampu mengungkapkan data yang dapat dipercaya (dapat diandalkan). Uji reliabilitas dalam penelitian ini diolah kedalam SPSS. Untuk menguji reabilitas digunakan teknik *croancboach alpa* adalah sebagai berikut :

Rumus 1.2

Reabilitas

$$r_1 = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2}\right]$$

Dimana:

r = reliabilitas instrument
k = banyak butir pertanyaan
$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir
Σt^2 = varians total

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Uji ini menginginkan model yang dihasilkan mempunyai nilai residual yang menyebar normal atau dengan kata lain untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data.[43]

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Multikolinearitas di dalam model regresi dapat dideteksi dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), yaitu:

1) Jika nilai *tolerance* > 0.10 dan VIF < 10, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.

[43] Yudi Mahadianto dan Adi Setiawan, *Analisis Parametrik Dependensi dengan Program SPSS untuk Pengolahan Data Tugas Akhir, Skripsi dan Tesis,* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), hal. 57-63

2) Jika nilai *tolerance* < 0.10 dan VIF > 10, maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinearitas pada penelitian tersebut.

VIF (*Variance Inflation Factor*) adalah suatu estimasi berapa besar multikolinearitas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinearitas telah menaikkan sedikit varian pada koefisien estimasi. Akibatnya menurunkan nilai t.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain berbeda disebut Heterokedastisitas. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut Homokedastisidas.

Heterokedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman, yaitu mengkorelasi antara absolute residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan dalam model regresi tersebut

mengandung Heterokedastisitas dan sebaliknya jika signifikansi lebih besar dari 0,05 berari Homoskedastisitas.

d) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi diantara data pengamatan, dimana munculnya data tidak dipengaruhi oleh data yang sebelumnya. Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Masalah Autokorelasi sering terjadi pada data *time series* (data runtun waktu).

e) Uji Hipotesis

1) Uji F

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas ($X1, X_2$) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).[44]

Penggunaan tingkat signifikansinya beragam tergantung keinginan peneliti, yaitu: 0.01 (1%) : 0.05 (5%) dan 0.10 (10%). Rumus yang digunakan dalam uji F yaitu :

Rumus 1.5

Uji F

$$F = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(N-k)}$$

Dimana:

[44] Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015), hal 162.

R^2 = koefisien determinasi

k = jumlah variabel independent

N = jumlah sampel

Untuk menentukan kesimpulan dengan menggunakan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} , maka menggunakan kriteria sebagai berikut :

a. H_0 diterima jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ H_1 ditolak, artinya variabel independent secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen.

b. H_0 ditolak jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ H_1 diterima, artinya variabel independent secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

c. Jika signifikansi > 0.05, maka H_0 diterima, jika signifikansi < 0.05 maka H_0 ditolak.

2) Uji T

Uji T adalah pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidak perbedaan yang meyakinkan dari dua mean sampel.[45] Uji T digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara individu atau sendiri-sendiri, dengan rumus :

Rumus 1.6

[45] Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hal 146.

Uji T

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

r = besarnya korelasi

n = jumlah data

Dari hasil yang diperoleh melalui perhitungan akan dibandingkan dengan t_{tabel}, dengan krteria:

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka koefisien korelasi signifikan, hipotesis diterima

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka koefisien korelasi tidak signifikan, hipotesis ditolak tingkat kepercayaan $\alpha = 0{,}05$.

f) Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi Linear Berganda adalah regresi dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga, dan seterusnya variabel bebas (X1, X2, X3,…,Xn) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linear. Model analisis ini dipilih karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel tidak bebas. Adapun bentuk persamaannya adalah sebagai berikut:[46]

Rumus 1.4

Persamaan Regresi Linear Berganda

[46] Ali Mauludi, *"Teknik Memahami Statistika 2",* (Jakarta: Alim's Publishing, 2012), hal 84.

$$Y = a_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y	= Loyalitas Nasabah
a_0	= Konstanta
b_1, b_2	= Koefisien regresi
X_1	= Teller
X_2	= Customer Service
e	= Error Term (Variabel Pengganggu atau Residual

g) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengetahui signifikasi variabel maka harus dicari koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinan menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin baik kemampuan varibel independen menerangkan varibel dependen, jika determinasi semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang di teliti terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika determinasi (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil. Hal ini berarti model yang di gunakan tidak kuat menerangkan pengaruh variabel dependen.

4. Analisis Deskriptif

Setelah data terkumpul kemudian peneliti menganalisa data dengan teknik analisa deskriptif, data yang diperoleh dituangkan dalam bentuk angka, bilangan, atau statistik. Peneliti melakukan analisis data dengan memberikan pemaparan gambaran situasi yang diteliti, ditabulasi, dan kemudian dipresentase.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang

1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang

Krisis moneter dan ekonomi sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis politik nasional telah membawa dampak besar dalam perekonomian nasional. Krisis tersebut telah mengakibatkan perbankan Indonesia yang di domisili oleh bank-bank konvensional mengalami kesulitan yang sangat parah. Keadaan tersebut menyebabkan pemerintah Indonesia terpaksa mengambil tindakan untuk merestrukturasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia. Lahirnya Undang-undang no 10 tahun 1998, tentang perubahan atas undang undang No 7 tahun 1992 tentang perbankan, pada bulan November 1998 telah memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia. Undang-undang tersebut memungkinkan bank beroperasi sepenuhnya secara syariah atau membuka cabang khusus syariah.

PT. Bank Susila Bakti yang dimiliki oleh yayasan kesejahteraan pegawai, PT. Bank Dagang Negara, dan PT. Bank Mahkota Prestasi berupaya keluar dari krisis 1997-1998 dengan berbagai macam cara mulai dari langkag-langkah menuju merger sampai pada akhirnya memilih konversi menjadi bank syariah dengan suntikan modal dari pemilik dengan terjadinya merger

empat bank yaitu: Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bank Bapindo kedalam PT. Bank Mandiri (persero) pada tanggal 31 Juli 1999, rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi bank syariah (dengan nama Bank Syariah Sakinah) diambil alih oleh PT. Bank Mandiri (persero).

PT. Bank Mandiri (persero) selaku pemilik baru mendukung sepenuhnya dan melanjutkan rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi bank syariah sejalan dengan keinginan Bank Mandiri (Persero) untuk membentuk unit syariah, langkah awal dengan mengubah anggaran dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Sakinah berdasarkan akta notaris Ny. Macharani M.S, SH, No 29 pada tanggal 19 Mei 1999. Kemudian melalui akta-akta nomor 23 Tanggal 8 September 1999 Notaris: Sujibto, SH. Nama PT. Bank Syariah Sakinah diubah menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.

Pada tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia melalui surat keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 1/24/KEP.BI/1999 telah memberikan izin peubahan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah kepada PT. Bank Susila Bakti. Selanjutnya dengan surat keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999 Tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia telah menyetujui perubahan nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.

Senin pada tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 01 November 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT. Bank Syariah Mandiri. Kelahiran

Bank Syariah Mandiri merupakan buah usaha bersama dari para perintis bank syariah di PT. Bank Susila Bakti dan manajemen PT. Bank Mandiri yang memandang pentingnya kehadiran bank syariah dilingkungan PT. Bank Syariah Mandiri (persero). PT. Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan PT. Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan syariah Indonesia.

PT. Bank Syariah Mandiri hadir bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebh baik, PT. Bank Syariah Mandiri merupakan bank yang mewujudkan suatu perkembangan ekonomi bersama masyarakat yang berlandaskan syariah juga berorientasi mencari laba untuk anggota dan lingkungan dalam perusahaan. PT. Bank Syariah mandiri memiliki cabang di setiap provinsi, baik itu berupa kantor cabang, kantor cabang pembantu, maupun kantor kas yang siap melayani nasabah Bank Syariah Mandiri yang tersebar di setiap daerah.

Di provinsi Sumatera Barat, PT. Bank Syariah Mandiri memiliki 3 kantor cabang, 16 kantor cabang pembantu, dan 4 kantor kas. Sedangkan untuk PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang berdiri pada 01 november 2009 di jalan Soekarno-Hatta No. 5 C-D, Padang Panjang.[47]

2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang

a. Visi Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang

[47] Sumber data primer Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

Adapun visi Bank Syariah Mandiri *Branch Office* padang panjang adalah *"Bank Syariah Terdepan dan Modern"* (The Leading & Modern Syari'ah Bank).

Menjadi bank syariah yang selalu unggul diantara pelaku industri perbankan di Indonesia pada segmen konsumen mikro, SME, *Commererci*al dan *Corporate*. Kemudian menjadikan bank syariah dengan system layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang

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

Dalam rangka mewujudkan Visi dan Misi perusahaan, insan-insan BSM perlu mengembangkan *(Share)* untuk BSM dengan nilai-nilai yang relative seragam. Insan-insan BSM telah menggali dan menyepakai nilai-nilai dimaksud, yang kemudian disebut BSM *Shared Values*. BSM Shared Values

adalah ETHIC (*Excellent, Team Work, Humanity, Integrity, dan Customers Focus*).

1) *Excellent*. Berupaya mencapai kesempurnaan melalui perbaikan yang terpadu dan berkesinambungan.
2) *Team Work*. Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi.
3) *Humanity*. Menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan yang religious.
4) *Integrity*. Memahami dan menaati kode etik profesi dan berpikir serta berprilaku terpuji.
5) *Customer Focus*. Memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan (eksternal dan internal) untuk menjadikan BSM sebagai mitra yang terpercaya dan menguntungkan.[48]

[48] Sumber data primer Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

3. Moto, Slogan, Tagline, dan Logo PT. Bank Syariah Mandiri

a. Moto Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang

Moto Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang adalah : BSM Mengalir Berkah

b. Slogan Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang

Slogan Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang adalah : Ada berkah disetiap transaksi

c. Tagline Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang

Tagline Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang adalah : Terdepan, Modern, dan Menentramkan.

Terdepan : Adalah komitmen BSM untuk selalu menjadi bank syariah yang terbaik dan terbesar.

Modern : Adalah komitmen BSM untuk terus berinovasi baik dari sisi produk layanan, teknologi, dan sumber daya manusia yang professional sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan perbankan syariah.

Menentramkan : adalah komitmen BSM untuk memberikan rasa aman dan nyaman dalam melakukan aktivitas perbankan sesuai dengan prinsip syariah bagi seluruh stakeholder.

d. Logo Bank Syariah Mandiri :



Pada tahun 2009 terjadi perubahan sedikit logo pada Bank Syariah Mandiri, hal ini mencerminkan transformasi semangat dan kesiapan untuk meraih masa depan yang lebih baik dan gemilang. Adapun perubahan ini menjadikan logo tersebut lebih memiliki makna dalam. Dari penggunaan warna positif-negatif. Positif digunakan pada warna belakang yang terang dan cerah. Sedangkan negative pada warna latar belakang yang redup. Adapun arti atau makna yang terdapat pada logo BSM diantaranya :

1) Penggunaan huruf kecil memiliki pengertian BSM merupakan bank yang ramah, rendah hati, dan memiliki aspirasi untuk semakin dekat dengan nasabah dan tetap bersikap membumi.
2) Lambang logo divisualkan dalam bentuk gelombang berwarna emas yang merupakan lambang kemakmuran yang dicita-citakan pada nasabah yang mau bermitra dengan BSM.
3) Posisi lambang logo di atas huruf logo melambangkan sikap progresif menuju kemakmuran.[49]

[49] Sumber data primer Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang

4. Profil PT. Bank Mandiri Syariah

a. Profil

Nama	: PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang
Alamat	: Jalan Raya Soekarno-Hatta No. 5 C-D
Telepon	: (0752) 82992-485888
Faksimili	: (0752) 82993
Situs Web	: www.syariahmandiri.co.id
Swift Code	: BSMDIDJA
Tanggal Berdiri	: 25 Oktober 1999
Tanggal Beroperasi	: 25 Rajab 1420 H / 01 November 1999
Modal Dasar	: Rp. 3.000.000.000.000,-
Modal Disetor	: Rp. 1.489.021.935.000,-
Ekuitas	: Rp. 4.861.998.914.310,-
Kantor Layanan	: Saat ini Mandiri Syariah memiliki 1 Kantor Pusat dan 1.343 jaringan kantor yang terdiri dari Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu, Kantor Kas, dan jaringan kantor lainnya seperti *payment point* di seluruh provinsi Indonesia. (Data AR-BSM 2019)
Jumlah Jaringan ATM	: Mandiri Syariah Card dapat digunakan dilebih dari 200.000 jaringan ATM meliputi : 1.038 Unit ATM Syariah Mandiri, 17.341 Unit ATM Mandiri, 80.959 Unit ATM Bersama, 114.553

Unit ATM Prima, 9.722 Malaysia *Electronic Payment System* (MEPS). (Data AR-BSM 2019)

Jumalah Karyawan : 8.552 Orang (Per Desember 2019)

b. Kepemilikan Saham

1) PT. Bank Syariah Mandiri (persero) Tbk

Yaitu 597.804.387 lembar saham (99,9999999983%)

2) PT. Mandiri Sekuritas

Yaitu 1 lembar saham (0,0000017%)

c. Otoritas Pengawas Bank

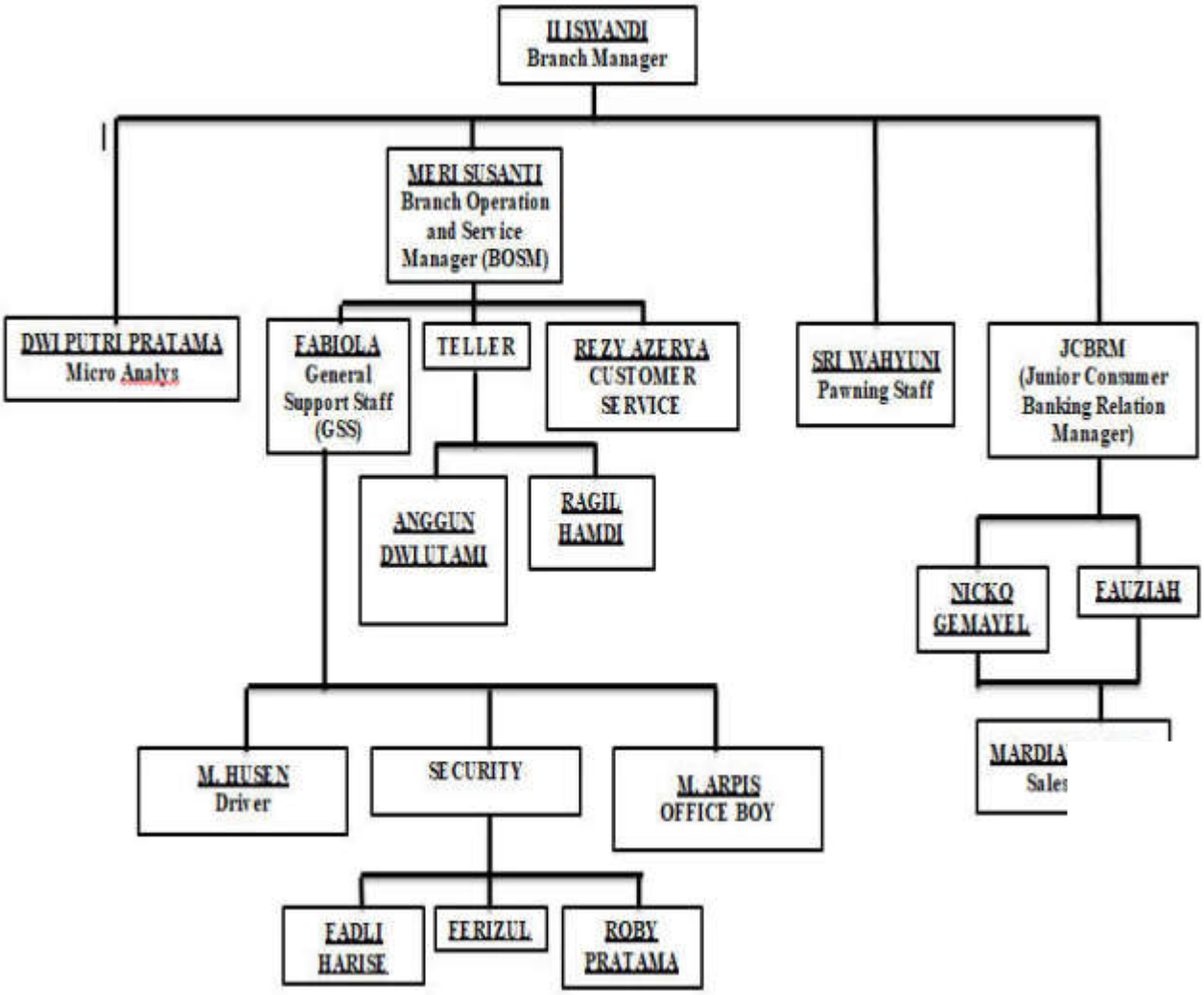
Otoritas Jasa Keuangan Gedung Sumitro Djojohadikusumo Jalan Lapangan Benteng Timur No.2-4 Jakarta 10710 Indonesia Telp (62-21) 3858001 Faksimili (62-21) 3857917 www.ojk.go.id .

5. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang

Struktur organisasi merupakan salah satu alat untuk mencapai tujuan perubahan secara rasional dan efektif. Struktur organisasi yang baik akan memudahkan koordinasi dan komunikasi secara kontrol atas semua aktivitas untuk mencapai semua tujuan. Struktur organisasi merupakan hubungan yang teratur diantara berbagai sektor atau fungsi yang perlu untuk mencapai tujuan dan tanggung jawab serta wewenang dalam suatu organisasi.[50]

[50] Company Profile Bank Syariah Mandiri, Pada Tanggal 25 April 2020.

Struktur PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang



6. Produk-produk dan Jasa PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang

a. Produk Penghimpunan Dana

1) Tabungan

a) Tabungan Mudharabah

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM. Tabungan berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah.* Akad *mudharabah muthlaqah* adalah akad antara nasabah dan bank dimana dimana nasabah memberikan kekuasaan penuh kepada pihak bank untuk menggunakan dana milik nasabah untuk usaha yang dianggap baik dan menguntungkan. Bank syariah mandiri menawarkan bagi hasil yang kompetitif bagi nasabah atas hasil dari usaha tersebut.

b) Tabungan Simple iB

Tabungan Simpel iB adalah tabungan Simpanan Pelajar iB untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank syariah Indonesia dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Tabungan Simpel iB menggunakan prinsip syariah dengan akad *Wadi'ah Yad Dhamanah*.

c) Tabungan Berencana

Tabungan Berencana adalah tabungan jangka panjang untuk berbagai rencana dengan jumlah setoran bulanan tetap (*installment*) dan dilengkapi perlindungan asuransi secara gratis. Tabungan Berencana juga mengunakan prinsip *mudharabah muthlaqah*. Hanya saja pada tabungan Berencana ini bank syariah mandiri memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta pencapaian target dana yang telah ditetapkan.

d) Tabungan Wadi'ah

Tabungan Wadi'ah adalah tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip *Wadi'ah Yad Dhamanah* yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter mandiri syariah.

e) Tabungan Investasi Cendekia

Tabungan Investasi Cendekia adalah tabungan berjangka untuk keperluan dana pendidikan dan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi perlindungan asuransi. Tabungan Investasi Cendekia mengunakan akad *mudharabah muthlaqah* dengan system bagi hasil yang kompetitif.

f) Tabungan Dollar

Tabungan Dollar adalah tabungan dalam mata uang dollar (USD) Amerika, yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan bank. Tabungan Dollar

menggunakan prinsip syariah dengan akad *Wadi'ah Yad Dhamanah*, artinya uang yang dititipkan kepada pihak bank dapat dimanfaatkan oleh pihak bank. Apabila dari hasil pemanfaatan tabungan tersebut diperoleh keuntungan maka seluruhnya menjadi hak bank.

g) Tabungan Pensiun

Tabungan Pensiun adalah tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerjasama dengan bank. Tabungan ini dikhususkan untuk pensiunan pegawai negeri di Indonesia dengan menggunakan mata uang rupiah dan akad *mudharabah muthlaqah*.

h) TabunganKu

TabunganKu adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. TabunganKu menggunakan prinsip syariah dengan akad Wadi'ah Yad Dhamanah.

i) Tabungan Mabrur

Tabungan Mabrur adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umroh dengan menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*.

j) Tabungan Mabrur Junior

Tabungan Mabrur Junior adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umroh untuk usia di bawah 17 tahun dengan menggunakan akad yang sama pada Tabungan Mabrur yaitu *mudharabah muthlaqah*.

k) Tabungan Saham Syariah

Tabungan Saham Syariah adalah rekening dana nasabah berupa produk tabungan yang khusus digunakan untuk keperluan penyelesaian transaksi efek (baik berupa kewajiban maupun hak nasabah), serta untuk menerima hak nasabah yang terkait dengan efek yang dimilikinya melalui pemegang rekening KSEI (Kustodian Sentral Efek Indonesia).

2) Giro

a) BSM Giro

BSM Giro adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip Wadi'ah Yad Dhamanah.

b) BSM Giro Valas

BSM Giro Valas adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang US Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *Wadi'ah Yad Dhamanah*.

c) BSM Giro Singapore

BSM Giro Singapore adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang Singapore Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *Wadi'ah Yad Dhamanah*.

d) BSM Giro Euro

BSM Giro Euro adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang Euro untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *Wadi'ah Yad Dhamanah*.

3) Deposito

a) BSM Deposito

BSM Deposito adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthlaqah*.

b) BSM Deposito Valas

BSM Deposito Valas adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang dollar yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthlaqah*.

b. Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan Implan

Pembiayaan Implan adalah pembiayaan konsumer dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok).

Pembiayaan Implan dapat mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan, misalnya dalam hal perusahaan tersebut tidak memiliki koperasi karyawan, koperasi karyawan belum berpengalaman dalam kegiatan simpan pinjam, atau perusahaan dengan jumlah karyawan terbatas. Untuk pembelian barang pada pembiayaan implant menggunakan akad *Wakalah wal Murabahah* sedangkan pada perolehan manfaat atas jasa menggunakan akad *Wakalah wal Ijarah*.

2) Pembiayaan Kepada Pensiunan

Pembiayaan kepada Pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumer (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensiunan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pension langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pension bulanan), akad yang digunakan adalah akad murabahah atau ijarah.

3) Pembiayaan Griya

Pembiayaan Griya adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal (konsumer), baik baru maupun bekas, di lingkungan *developer* dengan sistem *murabahah*.

4) Pembiayaan Kendaraan Bermotor

BSM Pembiayaan Kendaraan Bermotor (PKB) merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan sistem *murabahah*.

5) Pembiayaan Mikro Umroh

Pembiayaan Mikro Umroh adalah pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk menfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umroh dengan akad *Ijarah*.

6) Gadai Emas

Gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat.

7) Cicilan Emas

Cicil Emas adalah fasilitas yang disediakan oleh mandiri syariah untuk membantu nasabah membiayai pembelian atau kepemilikan emas berupa lantakan (batangan) dengan cara mudah punya emas dan menguntungkan.

8) Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan Modal Kerja adalah pembiayaan jangka pendek yang diberikan untuk pemenuhan kebutuhan modal kerja calon nasabah/nasabah. Misalnya untuk membiayai pembelian bahan baku, siklus atau perputaran usaha, modal kerja, dan pembiayaan kontraktor.

9) Pembiayaan Usaha Mikro

Hampir sama dengan pembiayaan modal kerja, hanya saja pembiayaan Usaha Mikro ini dikhususkan pada nasabah wiraswasta atau pedagang.

10) Pembiayaan Serbaguna Mikro

Pembiayaan Serbaguna Mikro adalah fasilitas pembiayaan bank yang ditujukan untuk pembiayaan yang bersifat konsumtif kepada nasabah dengan limit sampai dengan Rp. 200 Juta. Dan juga untuk pembiayaan berbagai macam kebutuhan (selain produktif), selama tidak melanggar kesusilaan, ketertiban umum dan bertentangan dengan hokum. Dengan skim pembiayaan akad Murabahah.

11) Pembiayaan Program Aliansi

Pembiayaan Program Aliansi adalah pembiayaan dengan program persekutuan.

c. Produk Jasa

1) Jasa Produk

a) Mandiri Syariah Debit

b) BSM Sentra Bayar

c) BSM SMS Banking

d) Mandiri Syariah Mobile

e) BSM Net-Banking

f) PPBA (Pembayaran Pemindahbukuan di ATM)

g) BSM Jual Beli Valas

h) BSM Electronic Payroll

i) Transfer Uang Tunai

j) BSM E-Money

2) Jasa Operasional

a) Transfer Lintas Negara Western Union

b) Kliring

c) Inkaso

d) Intercity Clearing

e) RTGS (Retail Time Gross Settlement)

f) Transfer dalam kota (LLG)

g) Transfer Valas

h) Reverensi Bank

i) Standing Order

j) Payment Point

k) Layanan Pembayaran Institusi

3) Jasa Investasi

a) Reksadana

b) Sukuk Negara Retail

c) Pasar Perdana

d) Pasar Sekunder

e) Sukuk Tabungan[51]

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang. Jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 99 orang. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini antara lain berdasarkan jenis kelamin, usia.

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	41	41,4 %
Perempuan	58	58,6 %
Total	99	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Pada tabel 4.1 diatas hasil menunjukan bahwa mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 58 responden, dengan persentase 59% dengan sisanya sebanyak 41 responden laki-laki dengan persentase 41%.

[51] Sumber Data Primer Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Karakteristik Nasabah Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	6	6,1%
20-29 tahun	24	24,2%
30-39 tahun	27	27,3%
40-49 tahun	30	30,3%
> 50 tahun	12	12,1%
Total	**99**	**100%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer Tahun 2020

Pada tabel 4.2 diatas hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 40-49 tahun sebanyak 30 orang respoden dengan persentase 30.3%. Responden dengan usia < 20 tahun sebanyak 6 orang responden dengan persentase 6.1%, dan untuk responden berusia 20-29 tahun sebanyak 24 orang responden dengan persentase 24.2%. Usia 30-39 tahun dengan jumlah responden 27 orang mencapai persentase 27.3%, sedangkan responden dengan usia > 50 tahun memiliki jumlah responden sebanyak 12 orang dengan persentase 12.1%.

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3

Karakteristik Nasabah Berdasarkan Data Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SD Sederajat	7	7,1%
SMP Sederajat	14	14,1%
SMA Sederajat	29	29,3%
Diploma	19	19,2%
Sarjana	30	30,3%
Total	**99**	**100%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer Tahun 2020

Pada tabel 4.3 diatas hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan pendidikan terakhir Sarjana dengan jumlah responden 30 orang dan persentase mencapai 30,3%, dan responden dengan pendidikan terakhir SD berjumlah 7 orang dengan persentase 7,1%. Responden dengan pendidikan terakhir SMP berjumlah 14 orang responden dengan persentase 14,1% dan responden dengan pendidikan terakhir SMA berjumlah 29 orang dengan persentase 29,3% begitujuga dengan Diploma berjumlah 19 orang responden dengan persentase 19,2%.

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

Karakteristik Nasabah Berdasarkan Data Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	13	13,1%
Pegawai/Karyawan	24	24,3%
Wiraswasta	34	34,3%
Lainnya	28	28,3%
Total	**99**	**100%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer Tahun 2020

Pada tabel 4.4 diatas hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan pekerjaan Wiraswasta yaitu 34 orang dengan persentase 34,3%, responden Pelajar/Mahasiswa berjumlah 13 orang dengan persentase 13,1% dan responden Pegawai/Karyawan berjumlah 24 orang dengan persentase 24,3% selebihnya dengan keterangan pekerjaan lainnya berjumlah 28 orang responden dengan persentase 28,3%.

e. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Tabel 4.5

Karakteristik Nasabah Berdasarkan Data Pendapatan Perbulan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
Di bawah 1 Juta	27	27,2%
> Rp 1 Juta – 3 Juta	40	40,4%
> Rp 3 Juta – 5 Juta	26	26,3%
Di atas 5 Juta	6	6,1%
Total	**99**	**100%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer Tahun 2020

Pada tabel 4.5 diatas hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan perbulan > Rp 1 Juta – 3 Juta sebanyak 40 orang responden dengan persentase 40,4%, dan responden dengan pendapatan perbulan di bawah 1 Juta sebanyak 27 orang responden dengan persentase 27,2%. Responden dengan pendapatan perbulan > Rp 3 Juta – 5 Juta sebanyak 26 orang responden dengan persentase 26,3% dan di atas 5 Juta sebanyak 6 orang dengan persentase 6,1%.

f. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.6

Karakteristik Nasabah Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Jangka Waktu	Jumlah	Persentase
< 1 Tahun	29	29,3%
1 – 2 Tahun	31	31,3%
2 – 3 Tahun	20	20,2%
> 3 Tahun	19	19,2%
Total	**99**	**100%**

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer Tahun 2020

Pada tabel 4.6 di atas hasil menunjukkan bahwa mayoritas responden dengan lama menjadi nasabah 1-2 tahun berjumlah 31 orang responden dengan persentase 31,3% dan < 1 tahun berjumlah 29 orang responden dengan persentase 29,3%. Responden dengan lama menjadi nasabah 2-3 tahun berjumlah 20 orang responden dengan persentase 20,2% dan untuk responden > 3 tahun berjumlah 19 orang responden dengan persentase 19,2%.

C. Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi jawaban responden digunakan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel peranan teller, peranan customer service, dan loyalitas nasabah. Dalam analisis ini menggunakan analisis indeks yang didasarkan pada nilai skor rata-rata (indeks) yang dikategorikan dalam rentang skor berdasarkan perhitungan *three box method* dalam mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel tersebut.

Batas atas rentang skor : (%F*5)/5 = (100*5)/5 = 100

Batas bawah rentang skor : (%F*1)/5 = (100*1)/5 = 20

Angka indeks menunjukkan skor 20 – 150, dengan rentang sebesar 80. Menggunakan *three box method,* maka rentang 80 dibagi menjadi tiga bagian dengan hasil rentang masing-masing sebesar 27, dengan daftar interpretasi indeks sebagai berikut :

20 – 47 : Rendah
48 – 75 : Sedang
76 – 103 : Tinggi

Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini dengan skor maksimal 5 dan skor minimal 1, maka perhitungan indeks jawaban responden adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Nilai Indeks = [(%F1*1)+(%F2*1)+(%F3*1)+(%F4*1)+(%F5*1)]/5

Keterangan :

F1 : Frekuensi responden yang menjawab skor 1
F2 : Frekuensi responden yang menjawab skor 2
F3 : Frekuensi responden yang menjawab skor 3
F4 : Frekuensi responden yang menjawab skor 4
F5 : Frekuensi responden yang menjawab skor 5

1. Deskripsi Variabel Peranan Teller (X_1)

   Jawaban responden mengenai variabel peranan teller diolah dalam SPSS Versi 17, dan hasil perhitungan analisis deskriptif yang dilakukan terhadap variabel peranan teller sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Statistik Deskriptif Peranan Teller (X_1)

No	Indikator	Pernyataan	Skor					Jumlah *	Indeks **	Kategori
			1	2	3	4	5			
1	Penampilan	X1.1			1	52	46	99	88	Tinggi
					3	208	230	441		
		X1.2			2	57	40	99	87	Tinggi
					6	228	200	434		
		X1.3			1	47	51	99	89	Tinggi
					3	188	255	446		
2	Attitude	X1.4			3	57	39	99	86	Tinggi
					9	228	195	432		
		X1.5			3	60	36	99	86	Tinggi
					9	240	180	429		
		X1.6			1	53	45	99	88	Tinggi
					3	212	225	440		
3	Skill	X1.7			4	51	44	99	87	Tinggi
					12	204	220	436		
		X1.8		1	5	53	40	99	88	Tinggi
				2	15	212	200	438		
		X1.9			1	39	59	99	91	Tinggi
					3	156	295	454		
		X1.10				46	53	99	90	Tinggi
						184	265	449		
Jumlah									**880**	**Tinggi**
Rata-rata* **									**88**	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Keterangan :
* : Akumulasi frekuensi jawaban dikali skor masing-masing
** : Jumlah* dibagi dengan 5 (tingkat skor)
*** : Akumulasi nilai indeks (**), dibagi jumlah semua pernyataan

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, nilai rata-rata untuk variabel peranan teller adalah 88 dan berada pada kategori tinggi. Artinya, menurut responden nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang telah memberikan pelayanan yang baik sesuai peranannya. Indeks tertinggi terdapat pada indikator *Skill* dengan nilai indeks sebesar 91. Hal tersebut menunjukkan bahwa teller pada PT. Bank Syariah

Mandiri Branch Office Padang Panjang memiliki *Skill* yang bagus dalam pelaksanakan tugasnya yang melayani nasabah.

2. Deskripsi Variabel Peranan Customer Service (X_2)

Jawaban responden mengenai variabel peranan customer service diolah pada SPSS Versi 17, dan hasil perhitungan analisis deskriptif yang dilakukan terhadap variabel peranan customer service sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Statistik Deskriptif Peranan Customer Service (X_2)

No	Indikator	Pernyataan	Skor					Jumlah *	Indeks **	Kategori
			1	2	3	4	5			
1	Penampilan	X2.1		1	1	45	52	99	89	Tinggi
				2	3	180	260	445		
		X2.2				52	47	99	89	Tinggi
						208	235	443		
		X2.3			2	48	49	99	89	Tinggi
					6	192	245	443		
2	Attitude	X2.4			11	42	46	99	86	Tinggi
					33	168	230	431		
		X2.5		1	2	56	40	99	86	Tinggi
				2	6	224	200	432		
		X2.6			1	35	63	99	92	Tinggi
					3	140	315	458		
3	Skill	X2.7			3	50	46	99	87	Tinggi
					9	200	230	439		
		X2.8			1	50	48	99	87	Tinggi
					3	200	240	443		
		X2.9				46	53	99	90	Tinggi
						184	265	449		
		X2.10				45	54	99	90	Tinggi
						180	270	450		
Jumlah									**885**	**Tinggi**
Rata-rata* **									**89**	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Keterangan :
* : Akumulasi frekuensi jawaban dikali skor masing-masing
** : Jumlah * dibagi dengan 5 (tingkat skor)
*** : Akumulasi nilai indeks (**) dibagi jumlah semua pernyataan

Berdasarkan tabel 4.8 di atas nilai rata-rata untuk variabel peranan customer service adalah 89 dengan kategori tinggi. Artinya, menurut responden nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang telah memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan peranannya. Indeks tertinggi terdapat pada indikator *attitude* dengan nilai indeks sebesar 92. Hal ini menjelaskan bahwa customer service pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang memiliki *attitude* yang tinggi selama pelaksanaan tugasnya.

3. Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Jawaban responden mengenai variabel loyalitas nasabah diolah pada SPSS Versi 17, dan hasil perhitungan analisis deskriptif yang dilakukan terhadap variabel loyalitas nasabah sebagai berikut ;

Tabel 4.9
Hasil Statistik Deskriptif Loyalitas Nasabah (Y)

No	Indikator	Pernyataan	Skor					Jumlah *	Indeks **	Kategori
			1	2	3	4	5			
1	*Trust*	Y1			5	32	62	99	91	Tinggi
					15	128	310	453		
		Y2			8	32	59	99	89	Tinggi
					24	128	295	447		
2	*Emotion Commitment*	Y3			2	42	52	99	87	Tinggi
					6	168	260	434		
		Y4			2	40	57	99	90	Tinggi
					6	160	285	451		
		Y5			2	32	65	99	92	Tinggi
					6	128	325	459		
3	*Switching Cost*	Y6			1	25	73	99	94	Tinggi
					3	100	365	468		
		Y7				38	61	99	91	Tinggi
						152	305	457		
4	*Word of Mouth*	Y8			1	33	65	99	92	Tinggi
					3	132	325	460		
		Y9			1	41	57	99	90	Tinggi

					3	164	285	452		
5	*Cooperation*	X1.10			1	35	63	99	92	Tinggi
					3	140	315	458		
Jumlah									**908**	**Tinggi**
Rata-rata* **									**91**	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer 2020

Keterangan :

* : Akumulasi frekuensi jawaban dikali skor masing-masing

** : Jumlah * dibagi dengan 5 (tingkat skor)

*** : Akumulasi nilai indeks (**) dibagi jumlah semua pernyataan

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, nilai rata-rata untuk variabel loyalitas nasabah adalah 91 dengan kategori yang tinggi. Artinya, PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang memiliki tingkat keloyalitasan nasabah yang tinggi, terbukti dengan hasil indeks jawaban responden yang berisikan pernyataan bahwasanya nasabah PT. Bank Syaria Mandiri Branch Office Padang Panjang setia dengan bank tersebut. Indeks tertinggi terdapat pada indikator *Switching Cost* dengan nilai indeks sebesar 94. Hal ini menjelaskan bahwa nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang bersedia menanggung beban dan setia dengan bank tersebut walupun terjadinya perubahan-perubahan.

D. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Suatu kuesioner valid yaitu mampu menunjukkan sampai sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu indikator pernyataan dikatan valid apabila korelasi antara masing-masing indikator menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil analisi program SPSS

ditujukan dengan membandingkan nilai korelasi *product moment*, jika nilai korelasi antar item > 0,195 maka item tersebut dianggap valid.

a) Uji Validitas Peranan Teller

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Peranan Teller (X_1)

Pernyataan	R_{tabel} (α=5%)	*Pearson Correlation*	Keterangan
$X_1.1$	0,195	0,348	Valid
$X_1.2$	0,195	0,355	Valid
$X_1.3$	0,195	0,349	Valid
$X_1.4$	0,195	0,405	Valid
$X_1.5$	0,195	0,304	Valid
$X_1.6$	0,195	0,343	Valid
$X_1.7$	0,195	0,502	Valid
$X_1.8$	0,195	0,455	Valid
$X_1.9$	0,195	0,394	Valid
$X_1.10$	0,195	0,460	Valid

Sumber : Olahan data SPSS V.17 (Data Primer yang Diolah 2020)

Berdasarkan hasil tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa semua pernyataan dari variabel peranan teller sudah valid semua. Hal ini dapat dilihat dari semua pernyataan yang dapat dilihat dari nilai *Pearson Correlation* yang bih besar dari r_{tabel} yaitu 0,195 yang berarti bahwa secara keseluruhan semua pernyataan variabel peranan teller sudah valid.

b) Uji Validitas Peranan Customer Service

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Peranan Customer Service

Pernyataan	R_{tabel} (α=5%)	*Pearson Correlation*	Keterangan
$X_2.1$	0,195	0,358	Valid
$X_2.2$	0,195	0,408	Valid
$X_2.3$	0,195	0,478	Valid
$X_2.4$	0,195	0,466	Valid
$X_2.5$	0,195	0,645	Valid
$X_2.6$	0,195	0,282	Valid

$X_2.7$	0,195	0,239	Valid
$X_2.8$	0,195	0,444	Valid
$X_2.9$	0,195	0,384	Valid
$X_2.10$	0,195	0,414	Valid

Sumber : Olahan data SPSS V.17 (Data Primer yang Diolah 2020)

Berdasarkan hasil tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa semua pernyataan dari variable peranan customer service sudah valid semua. Hal ini dapat dilihat dari semua pernyataan yang dapat dilihat dari nilai Pearson Correlation yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,195 yang berarti bahwa secara keseluruhan semua pernyataan variable kualitas pelayanan sudah valid.

c) Uji Validitas Loyalitas Nasabah

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah

Pernyataan	R_{tabel} (α=5%)	*Pearson Correlation*	Keterangan
Y.1	0,195	0,479	Valid
Y.2	0,195	0,642	Valid
Y.3	0,195	0,530	Valid
Y.4	0,195	0,414	Valid
Y.5	0,195	0,304	Valid
Y.6	0,195	0,288	Valid
Y.7	0,195	0,537	Valid
Y.8	0,195	0,532	Valid
Y.9	0,195	0,591	Valid
Y.10	0,195	0,448	Valid

Sumber : Olahan data SPSS V.17 (Data Primer yang Diolah 2020)

Berdasarkan hasil tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa semua pernyataan dari variabel loyalitas nasabah sudah valid semua. Hal ini dapat dilihat dari semua pernyataan yang dapat dilihat dari nilai *Pearson Correlation* yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,195 yang

berarti bahwa secara keseluruhan semua pernyataan variabel loyalitas nasabah sudah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Pedoman alat ukur dikatakan *reliable* adalah apabila nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,60 atau lebih. Hasil dari pengujian reliabilitas ditampilkan berikut ini :

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	***Standardized Cronbach's Alpha***	**Keterangan**
0,637	0,60	*Reliable*

Sumber : Olahan data SPSS V.17 (Data Primer yang Diolah 2020)

Berdasarkan hasil tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa semua variabel bersifat *reliable* dan handal karena dari semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,60.

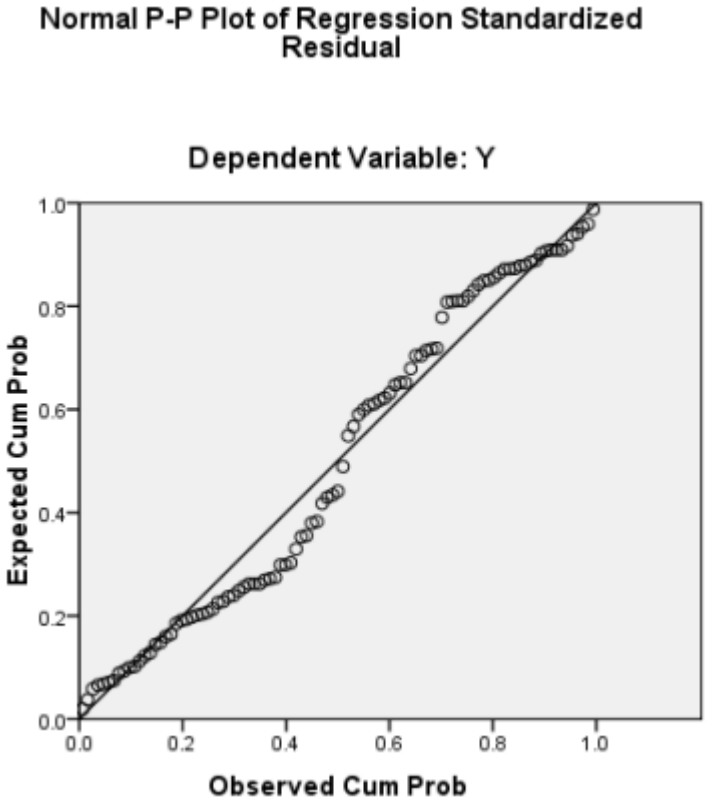
3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji prasyarat tentang kelayakan data untuk dianalisis. Melalui uji ini, sebuah data hasil penelitian dapat diketahui bentuk distribusi data tersebut, yaitu berdistribusi normal atau tidak normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal.

Pada uji ini dapat dilihat dari grafik normalitas di bawah ini:

Gambar 4.1
Uji Normalitas



Berdasarkan gambar 4.1 di atas dapat dilihat bahwa pada grafik *probability plot* terlihat titik-titk menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal memberikan pola berdistribusi normal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Selain itu, uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas adalah uji statistik non parametric Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika nilai signifikan dari pengujian Kolmogorov-Smirnov (K-S) lebih besar dari 0,05 berarti data normal. Hasil

pengujian uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel 4.11.

Berdasarkan tabel 4.11 di bawah menunjukkan bahwa nilai signifikan dari pengujian Kolmogorov-Smirnov yaitu 1,125 lebih besar dari 0,05 sehingga dikatakan bahwa data adalah normal.

Tabel 4.14
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters[a,,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.37126580
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.113
	Negative	-.103
Kolmogorov-Smimov Z		1.125
Asymp. Sig. (2-tailed)		.159

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber :Olahan data SPSS V.17 (Data Primer yang Diolah 2020)

Dari tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan dari pengujian Kolmogorov-Smirnov yaitu 1,125 lebih besar dari 0,05 sehingga dikatakan bahwa data adalah normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* serta besaran korelasi

antar variabel bebas. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan tidak adanya gejala multikolinearitas yaitu apabila *VIF* < 10 dan *Tolerance* > 0,10. Berdasarkan proses pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS diperoleh.

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	34.253	6.105		5.611	.000		
X1	-.189	.120	-.156	-1.575	.118	.905	1.105
X2	.450	.112	.398	4.008	.000	.905	1.105

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Olahan data SPSS V.17 (Data Primer yang Diolah 2020)

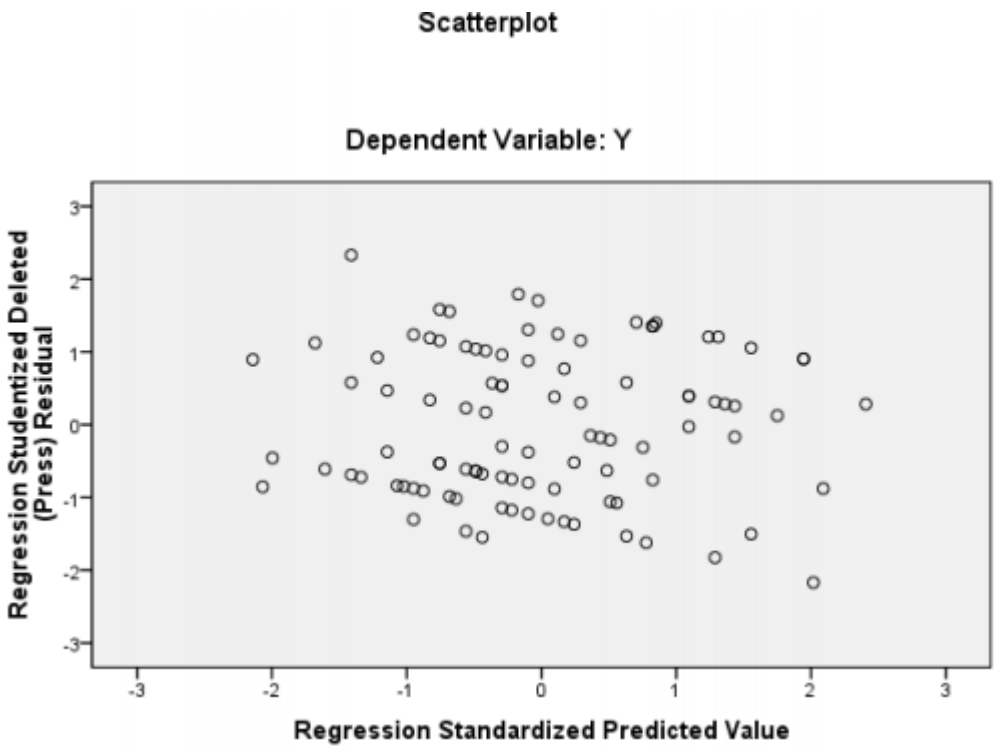
Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* untuk variabel peranan teller (X_1) dan peranan customer service (X_2) adalah 0,905 lebih besar dari 0,10. Sementara, nilai VIF untuk variable peranan teller (X_1) dan peranan customer service (X_2) adalah 1,105 lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 4.2

Hasil Uji Heterokedastisitas



Dari gambar 4.2 di atas *scatterplot* pada loyalitas nasabah tampak, yaitu :

1) Titik-titik data penyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0.
2) Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah.
3) Penyebar titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4) Penyebar titik-titik data tidak berpola.

Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi diantara data pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Model regresi diharuskan tidak adanya autokorelasi. Hasil pengujian uji autokorelasi dengan dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut :

Tabel 4.16
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.380[a]	.144	.127	2.396	1.959

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Olahan data SPSS V.17 (Data Primer yang Diolah 2020)

Berdasarkan tabel 4.16 di atas, diketahui nilai Durbin-Watson (DW) adalah sebesar 1,959. Dan menurut klarifikasi nilai DW bahwa nilai d terletak antara 1,55 – 2,46 yang berarti tidak ada autokorelasi.

Kemudian mencari uji korelasi bias berdasarkan nilai tabel Durbin Watson pada signifikan α = 5% dengan rumus (k ; N), dengan k (variabel bebas) = 2, dan N (sampel) = 99. Maka diperoleh nilai DU (1,7140), dan nilai DL (1,6317).

1) Jika DW > DU sehingga tidak ada masalah autokorelasi.
2) Jika (4 – DW) < DL maka terdapat masalah autokorelasi.
3) Jika (4 – DW) > DL < DU maka hasil pengujian autokorelasi tidak meyakinkan.

Dapat disimpulkan, tidak ada autokorelasi bila nilai DL < DW > DU dan DL < (4-DW) > DU maka dikatakan tidak ada

autokorelasi. Nilai (1.6317 < 1,959 > 1,7140) dan (1,6317 < 2,041 > 1,7140) tidak adanya gejala autokorelasi.

e) Uji Hipotesis

1) Uji F

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh peranan teller dan peranan customer service terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang. Dengan kriteria pengambilan keputusan, yaitu :

a. F_{hitung} dengan F_{tabel}

1. $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.
2. $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak.

b. Nilai Signifikan

1. Nilai Sig < 0,05 maka variabel bebas secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Nilai Sig > 0,05 maka variabel bebas secara bersamaan tidak berpengaru signifikan terhadap variabel terikat.

Hasil pengujian dengan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.17
Uji F (Uji Simultan)

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	92.956	2	46.478	8.097	.001[a]
	Residual	551.044	96	5.740		
	Total	644.000	98			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Olahan data SPSS V.17 (Data Primer yang Diolah 2020)

Berdasarkan tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 8,097 sedangkan F_{tabel} = f (k; n-k) = f (2 ; 97) dengan signifikansi 0,05 diperoleh F_{tabel} sebesar 3,09. Sehingga dapat dikatakan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan Sig 0,001 < 0,05. Maka hal ini menunjukkan bahwa peranan teller dan peranan customer service secara bersamaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

2) Uji T

Uji T bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh masing-masing variabel peranan teller dan peranan cutomer service terhadap loyalitas nasabah.

Kriteria pengambilan keputusan yaitu :

Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka Ho ditolah dan Ha diterima.

Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak.

Tabel 4.18

Uji T (Uji Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	34.253	6.105		5.611	.000		
	X1	-.189	.120	-.156	-1.575	.118	.905	1.105
	X2	.450	.112	.398	4.008	.000	.905	1.105

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Olahan data SPSS V.17 (Data Primer yang Diolah 2020)

a. Berdasarkan tabel 4.18 di atas dijelaskan bahwa pengaruh peranan teller terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang di dapatkan T_{hitung} peranan teller 1,575 sedangkan T_{tabel} sebesar 1,98498 dengan derajat $T_{tabel} = t (\alpha/2 ; n-k-1)$. $T_{tabel} = (0,05/2 ; 99-2-1) = (0,025 ; 96) = 1,98498$, $T_{hitung} < T_{tabel}$ dan tingkat Signifikan 0,118 > 0,05. Dengan dimikian dapat disimpulkan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak artinya peranan teller tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

b. Berdasarkan tabel 4.18 di atas dijelaskan bahwa pengaruh peranan customer service terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang di dapatkan T_{hitung} 4,008 sedangkan T_{tabel} 1,98498 atau $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan tingkat signifikans 0,001 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima artinya peranan customer service berpengaruh terhadap

loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

f. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas yaitu peranan teller (X_1), peranan customer service (X_2) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah (Y) pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang. Persamaan regresi linear berganda yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Hasil uji linear sebagai berikut :

Tabel 4.19
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	34.253	6.105		5.611	.000		
	X1	-.189	.120	-.156	-1.575	.118	.905	1.105
	X2	.450	.112	.398	4.008	.000	.905	1.105

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Olahan Data SPSS V.17 (Data Primer yang Diolah 2020)

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, maka model persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = 34{,}253 - 0{,}189X_1 + 0{,}450X_2$$

Interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah :

1) a = 34,253 menyatakan bahwa, apabila variabel peranan teller dan peranan customer service dianggap konstan, maka besarnya loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang adalah sebesar 34,253%.
2) Nilai koefisien peranan teller (X_1) terhadap loyalitas nasabah (Y) yaitu sebesar -0,189 menyatakan bahwa, jika peranan teller meningkat sebesar satuan, maka loyalitas nasabah di PT Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang mengalami penurunan sebesar 0,189 satuan.
3) Nilai koefisien peranan customer service (X_2) terhadap loyalitas nasabah (Y) yaitu sebesar 0,450 menyatakan bahwa, jika peranan customer service meningkat sebesar satu satuan, maka loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang mengalami peningkatan sebesar 0,450 satuan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas menyatakan bahwa variabel (X_1) peranan teller berpengaruh negarif (-) terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang dan variabel (X_2) peranan customer service memiliki pengaruh positif (+) terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

g. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) yaitu variabel peranan teller dan peranan customer service terhadap variabel terikat (Y) yaitu loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang. Hasil koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 4.20
Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.380[a]	.144	.127	2.396	1.959

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Olahan Data SPSS V.17 (Data Primer yang Diolah 2020)

Berdasarkan tabel 4.20 di atas, nilai koefisien determinasi (R) sebesar 0,144 atau 14,4%, yang berarti secara simultan kontribusi dari variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 0,144 atau 14,4% dan sisanya sebesar 85,6% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

4. Analisis Penulis

Setelah penulis melakukan penelitian lapangan tentang pengaruh peranan teller dan customer service terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang. Dari penelitian yang penulis lakukan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang sebanyak 99 orang responden dalam bentuk pernyataan yang bertujuan untuk mengetahui

seberapa besar pengaruh peranan teller dan peranan customer service terhadap loyalitas nasabah yang ada pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

a. Pengaruh Peranan Teller (X_1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Dalam dunia perbankan, teller memiliki peranan penting dalam memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa Peranan Teller tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang. Sesuai dengan uji regresi linear berganda jika peranan teller meningkat sebesar satuan, maka loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang mengalami penurunan sebesar 0,189 satuan. Jadi peranan teller tidak mempengaruhi loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

Berdasarkan pengamatan penulis adapun yang menyebabkan tidak berpengaruhnya peranan teller dalam meningkatkan loyalitas nasabah adalah di era globalisasi ini banyaknya nasabah yang melakukan pentransaksian melalui ATM, e-banking, dan mobile banking, sedikit nasabah yang menggunakan jasa pelayanan teller. Dan secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan teller dalam menjalankan peranannya untuk meningkatkan loyalitas nasabah berada pada kategori yang baik namun demikian dengan

seiring berjalannya era digital tidak terlalu banyak nasabah yang menggunakan jasa teller.

Hasil penelitian ini tidak relevan dengan jurnal dari Vinny Ribka Bolang, James D.D Massie, Agus Supandi Soegoto (2015), dengan judul pebelitian "Peran Pelayanan Teller dan Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado". Berdasarkan perbandingan antara teori yang telah ada dan data-data yang didapat dari studi kasus menyatakan peranan teller memberikan kepuasan pada nasabah.

b. Pengaruh Peranan Customer Service (X_2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Customer service memegang peranan sangat penting dalam dunia perbankan, tugas utama seorang customer service adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. Secara umum, peranan customer service adalah :

a) Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
b) Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.[52]

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peranan customer service berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang. Sesuai dengan uji regresi linear berganda jika peranan customer service meningkat sebesar satuan, maka loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang mengalami peningkatan sebesar 0,450 satuan. Jadi peranan customer service mempengaruhi loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

[52] Kasmir, *Etika Customer Service,* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008) hal 181.

Dalam meberikan pelayanan, customer service selalu dituntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar etika. Ada beberapa etiket pelayanan yang dapat diberikan oleh pegawai bank, khususnya customer service dalam rangka memberikan pelayanan kepada nasabah :

a) Mengucapkan salam pada saat bertemu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore.
b) Setelah mengucapkan salam, segera mempersilahkan nasabah untuk masuk atau duduk dengan sopan atau meminta untuk menunggu sebentar.
c) Baik dalam pengucapan salam atau mempersilahkan nasabah selalu ramah dan senyum.
d) Bertanya tentang keperluan nasabah, secara ramah sopan, dan lemah lembut.
e) Biasakan dan memulai mengucapkan tolong atau maaf untuk meminta nasabah mengisi formulir atau menunggu sesaat.
f) Ucapkan kata terima kasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya. Sehingga baik buruknya pelayanan akan mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap bank.[53]

Sesuai dengan skripsi yang dilakukan oleh Yulia Ellawati (2017) dengan judul "Peranan Customer Service dalam

[53] Kasmir, *Etika Customer Service* …, hal 84

Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT. BPRS Safir Bengkulu". Berdasarkan penelitian ini menjelaskan bahwa peranan customer service PT. BPRS Safir Bengkulu sesuai dengan SOP yang berlaku, dan telah melaksanakan peranannya yang baik dan optimal dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah.

c. Pengaruh Peranan Teller (X_1) dan Peranan Customer Service (X_2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Peranan teller dan customer service dalam dunia perbankan secara sistematis sama-sama memberikan pelayanan yang baik dan optimal kepada nasabah. Hanya saja perbedaan pada peranan keduanya terletak pada fungsi dari teller dan cutomer service itu sendiri. Tidak semua nasabah merasakan kenyamanan atas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan mereka, tetapi peranan dari teller dan customer service dalam melayani nasabah juga mempengaruhi dari atas kenyamanan yang diterima nasabah. Dengan adanya rasa kenyamanan dan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah inilah yang membuat nasabah akan loyal dengan bank.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peranan teller dan peranan customer service secara bersamaan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang, karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (F_{hitung} 8,097 > F_{tabel} 3,09), sehingga peranan teller dan peranan customer

service secara bersamaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang, dapat dikemukakan hasil penelitian bahwa sebagai berikut :

1. Peranan Teller dan Customer Service memiliki nilai persamaan regresi nilai berganda yaitu $Y= 34,253 - 0,189X_1 + 0,450X_2$. Nilai koefisien peranan teller sebesar -0,189 yang menyatakan bahwa peranan teller berpengaruh negarif terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang. Nilai koefisien peranan customer service yaitu sebesar +0,450 yang menyatakan bahwa peranan customer service berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.
2. Peranan Teller tidak mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, karena nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ (T_{hitung} 1,575 $< T_{tabel}$ 1,98498), sehingga peranan teller tidak perpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang dan peranan Cusromer Service mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas, karena nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ (T_{hitung} 4,008 $> T_{tabel}$ 1,98498), sehingga peranan customer service berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.

3. Peranan Teller dan Customer Service secara bersamaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (F_{hitung} 8,097 > F_{tabel} 3,09), sehingga peranan teller dan customer service secara bersamaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.
4. Berdasarkan Uji koefisien Determinasi nilai koefisien determinasi (R) pada variabel bebas yaitu 0,144 atau 14,4% yang artinya secara bersamaan variabel bebas (peranan teller dan peranan customer servie) berkontribusi mempengaruhi variabel terikat (loyalitas nasabah) sebesar 0,144 atau 14,4%, dengan sisanya 85,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut :

1. Disarankan bagi pihak bank untuk lebih mengoptimalkan pelayanan yang diperankan oleh teller dan customer service agar terjadinya peningkatan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang.
2. Disarankan bagi pihak kampus untuk dapat membangun relasi yang lebih baik dengan pihak bank syariah terkhusus pada bank syariah tempat peneliti melakukan penelitian, agar terciptanya lingkungan sehat yang nantinya dapat memudahkan peneliti baru dari Institut Agama Islam

Negeri (IAIN) Bukittinggi dalam pelaksanaan penelitian dilokasi penelitian tersebut.

3. Disarankan bagi peneliti berikutnya untuk menyempurnakan penelitian ini dengan penambahan indikator dari peranan teller dan customer service, dan juga penambahan variabel seperti kualitas Mobile Banking, NetBanking, eBanking karena variabel tersebut jarang diteliti.
4. Agar dapat memperluas ruang lingkup penelitian juga menambahkan variasi demografi sampel penelitian dan jumlah respondennya agar hasil penelitian semakain objektif.

DAFTAR PUSTAKA

Alimun Rahmat, Aziz. 2009. *Metode Penelitian Keperawatan dan Tekhnik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika.

Dwiyani Hadiwidjaja, Rini. 2017. *Analisis Pengaruh Kulitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal wat Tamwil.* Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka.

Ellawati, Yulia. 2017. *Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu.* IAIN Bengkulu.

Fahmi, Moh. 2014. *Hubungan gaya kepemimpinan Transformasional dengan loyalitas Karyawan,* dalam Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya , http://digilib.uinsby.ac.id/394/3/Bab%202.pdf, diakses pada 31 Januari 2020, 19:53 WIB.

Faisal, Sanafiyah . 2004. *Metode Penelitian Pendidikan.* Surabaya: Usaha Nasional.

Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan.* Jakarta: Erlangga.

Hapsari, Riska. 2015. *Analisis Pelayanan Bank dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ungaran,* IAIN Salatiga.

Hartawan, Rizki. 2016. Skripsi *Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Safir Kota Bengkulu*. Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri.

Hartono. 2008. *SPSS 16.0 Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

http://elsimh-frb11.web.unair.ac.id/artikel_detail:Syariah-Marketing-Perencanaan-dan-Strategi-Pemasaran-Berdasarkan-Syariah-Value// Diakses pada 30 Januari 2020, pukul 11.30 WIB.

Kasmir. 2008. *Etika Customer Service.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

_____. 2013. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.

_____.2015. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Lopiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa:Berbasis Kompetensi Edisi* 3. Jakarta: salemba empat.

Mahadianto, Yudi dan Adi Setiawan. 2013. *Analisis Parametrik Dependensi dengan Program SPSS untuk Pengolahan Data Tugas Akhir, Skripsi dan Tesis.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Mahmud, Dr. Amir dan Rukmana.2010. *Bank Syariah teori, kebijakan, dan studi empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga.

Mauludi, Ali. 2012. *Teknik Memahami Statistika 2.* Jakarta: Alim's Publishing.

Muhammad. 2014. *Manajemen Dana Bank Syariah.* Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Nirwa. 2018. *Strategi Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Batua Raya (Pendekatan Manajemen Islam),* UIN Allaudin Makassar.

Parasuraman, Zeithml dan LL Berry, *SERVEQUAL: A Multiple Item Scale For Meansuring Consumer Perseption of Service Jurnal of Retailing* (1998), hal 4-5

Prasetya, Bambang. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Prawira, Jenny. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Cabang Panglima Polim Jakarta Selatan*. UIN Syarif Hidayatullah.

Pribadi, Kokoh dkk. 2013. *Pengaruh Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI.* Universitas Telkom.

Rahmat, Aziz Alimun. 2009. *Meode Penelitian Keperawatan dan Tekhnik Analisis Data*. Jakarta: Salemba Medika.

Rainer, Dedi. 2017. *Pengertian Bank Syariah, Sejarah, Fungsi, Tujuan, Ciri, Jenis, Produk Terlengkap.* Diakses pada 29 November 2019.

Reni, Dewi, dan Sri Asmawati. 2016. *Kualitas Pelayanan Frontliner dan Kepuasan Nasabah*. STES Islamic Village. Vol 7 No 12

Ribka Bolang, Vinny dkk. 2015. *Peran Pelayanan Teller dan Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank BRI Unit Karombasan Cabang Manado*. Universitas Sam Ratulangi.

Shafitra, Arifandi .2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Baznas Terhadap Kepuasan Muzakki Dalam Membayar Zakat (Studi Kasus BAZNAS Kabupaten Solok),* IAIN Bukittinggi.

Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. 1995. *Metode Penelitian Survei.* LP3ES.

Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi. 1995. *Metode Penelitian Survei,* (LP3ES, 1995), cet ke-2, hal 3

Siregar, Sofyan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif.* Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mxed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonom.* Yogyakarta: Pustakabarupress.

Sujarweni, Wiratna .2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi.* Yogyakarta: Pustaka Baru.

Sumber : Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang

Sumber : SOP Teller dan Customer Service Bank Syariah Mandiri Branch Office Padang Panjang

Supranto. 1993. *Metode Ramalan Kuantitatif.* Jakarta: Rineka Cipta.

Syafi'I Antonio, Muhammad. 2001. *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik.* Jakarta: Gema Insani.

Tika, Moh. Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis.* Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Tjiptono, Fandy . 2005. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andy.

Wikrama Tungga, Anata. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yustia Arinda, Anggun. 2018. *Optimalisasi Pelayanan Nasabah Berdasarkan Queuning System Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Teluk Betung Bandar Lampung*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan.

Zulkarnain. 2012. *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjua.,* Yogyakarta: Graha Ilmu.