ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN MUDHARABAH

(Studi Kasus: BSI KCP Lubuk Sikaping)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

NURPIKA MURNI

3319315

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

TAHUN 2022/2023

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **NURPIKA MURNI, 2023. NIM 3319315 Program studi strata-1 (S1) Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi,** yang berjudul **"ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN MUDHARABAH (Studi Kasus: BSI KCP Lubuk Sikaping)"**

Permasalahan dalam penelitian ini yaitu perkembangan bank syariah pada beberapa tahun terakhir semakin meningkat. Kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal ini mengakibatkan nasabah lebih memilih bank syariah yang memberikan pelayanan terbaik dan dapat dipercaya serta sesuai dengan prinsip syariat islam. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah pada BSI KCP Lubuk Sikaping.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yang bersifat deskriptif kuantitatif menggunakan olahan SPSS versi 26. Dalam menentukan jumlah sampel menggunakan teknik *Sampling Probability* dengan berjumlah sebanyak 69 responden. Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dan data sekunder dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, kusioner (angket) dan studi kepustakaan yang mana kemudian diolah dengan teknik anlisis regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada BSI KCP Lubuk Sikaping, maka dapat dikemukakan kesimpulan bahwa hasil uji t variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai sig sebesar 0,046 yang berarti kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara terhadap kepuasan nasabah (Y), berdasarkan uji Adjusted R Square yaitu sebesar 0.058 atau 5,8 persen artimya kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 5,8 % terhadap Kepuasan Nasabah selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain yaitu Harga, Kualitas Produk, biaya dan Kemudahan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahhirabbil'alamin. Syukur atas segala Ridho dan nikmat yang telah Allah Subhanahu wa Ta'ala berikan kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan mudharabah di BANK BSI KCP Lubuk Sikaping". Shalawat dan salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pencerahan melalui pribadinya yang luhur dan agung, serta sampai saat ini meninggalkan dua pedoman hidup untuk keselamatan dunia dan akhirat yaitu Al-Quran dan Hadist.

Penulisan skripsi ini dalam rangka menyelesaikan studi strata 1 untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri SMDD Bukittinggi. Keberhasilan penulisan skripsi ini tidak dapat terlepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tulus tak terhingga teristimewa bersama keridhoan-Mu ya Allah kupersembahkan karya tulis ini untuk yang termulia.

Ayahanda ZULKARNAINI Ibunda IRMANELI yang telah membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang, kesabaran, penuh pengorbanan yang selalu medoakan yang terbaik di setiap sujudnya.Terima kasih atas cintanya semoga dengan karya tulis ini dapat mengobati hati walau hanya sejenak, semua jasa dan cinta yang ayahanda dan Ibunda berikan takkan pernah terlupakan.Semoga Allah beserta kita semua.

Untuk adik-adikku RAHMAT RIFAN DAN NIZAN AZARI, terima kasih telah menemani perjalanan skripsiku serta terima kasih untuk

waktunya selama ini telah menjadi pendengar yang baik, semoga Allah selalu membalas semua kebaikan adik-adikku. Penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga juga kepada :

1. Prof. Dr. Ridha Ahida M,Hum selaku rektor Universitas Islam Negeri (UIN) SMDD Bukittinggi dan Bapak wakil Rektor I, II, dan III
2. Dr. Hesi Eka Putri, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Bapak / Ibu wakil Dekan FEBI
3. Baginda Parsaulian, ME selaku ketua program studi Ekonomi Islam yang memberikan banyak motivasi demi kelancaran proses belajar penulis.
4. Habibatur Ridhah, B.Sc, MM, CRA selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan arahan dan juga bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Seluruh staff kepegawaian selingkup fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Staff kepegawaian Rektorat UIN SMDD Bukittinggi yang pernah memberikan penulis segenap ilmu yang dimiliki, arahan , dan bimbingan kepada penulis
6. Staff perpustakaan UIN SMDD Bukitinggi yang telah menyediakan fasilitas peminjaman buku yang penulis butuhkan dalam penulisan skripsi ini.
7. Teruntuk BANK BSI KCP Lubuk Sikaping Kabupaten Pasaman
8. Teruntuk semua keluarga besar ku (kakek, nenek, mamak, amai, bapak, etek) yang selalu memberikan dukungan dan menasehati penulis agar lebih menjadi pribadi yang lebih baik lagi.
9. Teruntuk Famous Family (Eli Warni, Yusrizal, Andi Gusriaman, Ana

Khairunnisa, Depa Afpita, Nurvadila, Zuraida Hanum, Ariel, Parnan Dola, Riska Ayu, Idri dan Yuleka Putra)

10. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah H BP'19
11. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengalaman yang dimiliki penulis.Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca skripsi ini guna penyempurnaan skripsi ini.Semoga bermanfaat dan dapat menjadi bahan masukan bagi rekan-rekan dalam penyusuna skripsi.

Bukittinggi, 16 Juli 2023

Penulis

Nurpika Murni
NIM 3319315

DAFTAR ISI

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR ii

DAFTAR ISI v

DAFTAR GAMBAR viii

DAFTAR TABEL ix

Bab I Pendahuluan

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah 8

C. Batasan Masalah 8

D. Rumusan Masalah 8

E. Tujuan Penelitian 9

F. Kegunaan Penelitian 9

G. Penjelasan Judul 10

Bab II Landasan Teori

A. Kepuasan Nasabah 13

1. Defenisi Kepuasan Nasabah 13

2. Peran Penting Kepuasan Nasabah 14

3. Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah 15

4. Indikator Kepuasan Nasabah 16

B. Kualiatas Pelayanan 17

1. Defenisi Kualitas Pelayanan 17

2. Dimensi Kualitas Pelayanan 18

3. Ciri-Ciri Pelayanan.....22

4. Etika Pelayanan 23

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah 24
D. Kajian Terdahulu 25
E. Kerangka Pemikiran 28
F. Hipotesis 28

Bab III Metodologi Penelitian

A. Jenis Penelitian 31
B. Lokasi Waktu Penelitian 31
C. Jenis Dan Sumber Data 32
D. Populasi Dana Sampel 33
E. Definisi Operasional Variabel 34
F. Teknik Pengumpulan Data 35
G. Instrumen Penelitian 35
H. Teknik Analisis Data 36
1. Uji Instrumen Penelitian 36
2. Uji Prasarat Data 37
3. Regresi Linier Sederhana 38
4. Uji Hipotesis 39
5. Adjusted R Aquare 39

Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

A. Gambaran Objek Penelitian 40
1. Sejarah PT.Bank Syariah Indonesia KCP Lubuk Sikaping 40
2. Visi Dan Misi PT.Bank Syariah Indonesia KCP Lubuk Sikaping 42
3. Profil Bank Syariah Indonesia KCP Lubuk Sikaping 43
4. Struktur Organisasi BSI KCP Lubuk Sikaping 44
5. Produk-Produk Bank Syariah Indonesia KCP Lubuk Sikaping 45
B. Deskripsi Responden 52

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 52
2. Karakteristik Responden Berdasrkan Usia 53
3. Karakteristik Responden Berdasrkan Pekerjaan 53
C. Hasil Analisis Data 54
1. Uji Instrumen Penelitian 54
2. Uji Asumsi Klasik 56
3. Uji Linier Sederhana 58
4. Uji Hipotesis 59
5. *Adjusted R Aquare* *60*
D. Analisis Pembahasan 61
BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan 67
B. Saran 67
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pemikiran penelitian 28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSI KCP Lubuk Sikaping 44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Tabungan Mudharabah Bank Syariah Indonesia KCP Lubuk Sikaping Tahun 2018-2022 6

Table 3.1 Defenisi Operasional Variabel……35

Tabel 4.1 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin. 52

Tabel 4.2 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 53

Tabel 4.3 Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 53

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas 55

Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas Variabel X Dan Y 56

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas 56

Tabel 4.7 Hasil Uji Homogenitas 57

Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana 58

Tabel 4.9 Hasil Uji T 60

Tabel 4.10 Hasil Uji Adjusted R Aquare 61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara proses dalam melaksanakan kegiatan usaha. Sistem perbankan di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 (diubah dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998) tentang perbankan dan Undang-Undang tersebut telah diikuti dengan ketentuan pelaksanaan dalam beberapa surat keputusan direksi Bank Indonesia tanggal 12 Mei 1999 yaitu tentang bank umum, bank umum berdasarkan prinsip syariah, bank perkreditan rakyat, dan bank perkreditan rakyat berdasarkan syariah.[1]

Bank syariah adalah badan usaha yang memberikan pembiayaan kepada pihak lain yang membutuhkan dana[2]. Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri khas bank syariah yakni tidak menerima bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebankan bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-

[1] Karmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2014), hal. 23

[2] Drs. Ismail, MBA., AK, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia, 2011), hal. 84

akad yang diperjanjikan. Dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 disebutkan bahwa “Bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya yang berdasarkan prinsip syariah (hukum islam), yang dalam operasionalnya berpedoman Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI)[3].

Di kepada fatwa Dewan Bank syariah jasa yang diberikan disesuaikan dengan prinsip syariah dengan hukum Islam. Salah satu prinsip syariah yang diterapkan oleh bank syariah adalah pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah) atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan barang.[4]

Perkembangan bank syariah pada beberapa tahun terakhir dapat dikatakan semakin meningkat, hal itu dapat dilihat dari banyaknya bank-bank syariah yang berdiri, perkembangan total aset, jaringan kantor dan tenaga kerja bank syariah. Sehingga berdampak pada nasabah yang dihadapkan pada banyak pilihan akan produk yang ditawarkan oleh bank syariah. Bagi nasabah pelayanan dan kepercayaan yang bermutu sangatlah penting. Kualitas pelayanan

---

[3] Dr. Madani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), hal.12

[4] Dr. Madani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Prenadamedia, 2015), hal.13

dan kepercayaan menjadi komponen utama karena produk-produk utama bank yaitu kredit yang merupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dan pelayanan juga mudah untuk ditiru oleh bank-bank lain.[5] Sehingga bank syariah berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan untuk meningkatkan kepuasaan para nasabah.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah ialah kualitas pelayanan.[6] Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah karena dapat mengetahui gambaran atas seberapa jauh perbedaan antara kenyataan pelayanan (*perceived service*), dengan harapan para nasabah atas pelayanan yang seharusnya diterima (*expected service*).

Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu, pertama *tangible* sebagai ukuran pelayanan, nasabah akan memberikan penilaian yang baik apabila bank dilengkapi dengan peralatan dan gedung yang bagus, serta menilai tampilan fisik para karyawan bank. Yang kedua *empathy* yaitu gambaran bahwa nasabah menengah atas mempunyai harapan yang tinggi agar penyedia jasa bank mengenal mereka secara pribadi. Yang ketiga *responsiveness* adalah harapan nasabah terhadap kecepatan pelayanan yang tidak

---

[5] Tatik Suryati, Sri Lestari & Wiwik Lestari, Analisis PelayananMutu Total dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha Perbankan di Indonesia*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, No. 3, (2001)

[6] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa,* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), hal. 230

dapat dipastikan akan berubah sesuai kecenderungan dari waktu kewaktu. Yang keempat *realibility* yaitu dimensi yang mengukur kehandalan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Dan yang kelima *assurance* kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kemampuan bank dan perilaku *front line staf* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada nasabah.[7]

Upaya pengembangan kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan Undang-Undang saja tetapi juga harus berorientasi pada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan. Pelayanan bank syariah kepada nasabah perlu ditingkatkan. Hal ini terkait dengan harapan nasabah bahwa mereka berhubungan baik dengan bank syariah yang nyaman dan mudah dalam melakukan transaksi. Dalam Al-Qur'an surat Ali-Imron ayat 159 telah memberikan pedoman kepada orang mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada seseorang (nasabah).[8]

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

"*Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya*".

---

[7] Tony Sitinjak, *Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Cutomer Value*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), hal. 9-10

[8] Depak, *Depertemen Agama, Qur'an terjemah surat Ali Imron,* (Semarang: PT. Karya Toha Putra, 2015), hal. 56

BSI KCP Lubuk Sikaping merupakan salah satu bank syariah yang berada di Lubuk Sikaping, Kabupaten Pasaman, Sumatera Barat. BSI KCP Lubuk Sikaping telah banyak melakukan terobosan guna untuk meningkatkan jumlah nasabah atau pengguna jasa di BSI KCP Lubuk Sikaping. Namun tidak berbeda dengan bank lainnya, dinamika kepuasan nasabah juga tidak akan terlepas dari cara pelayanan karyawan BSI KCP Lubuk Sikaping. Hal ini dapat dilihat dari masih adanya antrian panjang yang terjadi pada nasabah sehingga para nasabah harus rela menunggu lama. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi prioritas utama bagi BSI KCP Lubuk Sikaping, agar nasabah BSI KCP Lubuk Sikaping bisa lebih ditingkatkan lagi.

Tingkat persaingan yang semakin tinggi antar bank (*local competition*) untuk merebut nasabah di wilayah Lubuk Sikaping dengan banyaknya bank-bank yang berdiri, sehingga nasabah akan semakin mudah untuk memilih bank sesuai keinginan.

Untuk mempertahankan peningkatan jumlah nasabah BSI KCP Lubuk Sikaping harus mempertahankan kepuasan nasabah kepuasan kepuasan nasabah berdampak pada meningkatnya jumlah nasabah. Kepuasan nasabah (*customer satisfaction*) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasaan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh

diabaikan oleh pihak bank, karena kepuasaan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas.[9]

Kepuasan nasabah menjadi konsep utama dalam kajian bisnis dan manajemen perbankan. Kepuasan dapat membentuk persepsi bagi nasabah dan selanjutnya dapat memposisikan produk perbankan tersebut dibenaknya. Dengan memiliki produk perbankan yang tidak memenuhi kualitas pelayanan mengakibatkan sebuah bank dengan mudah untuk ditinggalkan oleh nasabahnya. Untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya akan mengutamakan perluasan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan nasabah[10].

Dalam perspektif islam kepuasan nasabah dikenal dengan maslahah dengan pengertian terpenuhi kebutuhan fisik maupun spiritual. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus memprtimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah barang yang halal dan baik secara wajar dan tidak berlebihan. Sebagaimana firman Allah Swt dalam (QS. Al-Maidah: 87) :

---

[9] Nina Indah Febriana, *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung,* Jurnal ekonomi, Vol. 03, No 01, (Oktober 2016)

[10] Roni Andespa, *studi perbandingan kualitas pelayanan industry perbankan syariah dengan konvensional, jurnal lembaga keuangan dan perbankan*, volume 1, No. 1, (2016), hal 78-79.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تُحَرِّمُواْ طَيِّبَٰتِ مَآ أَحَلَّ ٱللَّهُ لَكُمۡ وَلَا تَعۡتَدُوٓاْۚ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلۡمُعۡتَدِينَ ٨٧

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas"[11].

Berdasarkan observasi awal pada tanggal 23 Januari 2023 terhadap data jumlah nasabah tabungan mudharabah di Bank BSI KCP Lubuk Sikaping dapat dijelaskan pada table dibawah ini :

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Tabungan Mudharabah Bank syariah Indonesia KCP Lubuk Sikaping
Tahun 2018 - 2022

Tahun	Jumlah Nasabah	Kenaikan	Persentase %
2018	197	4	-
2019	200	-3	-0,1 %
2020	187	13	6,5 %
2021	214	27	14,4 %
2022	200	14	6,5%

Sumber Data :Data Sekunder 2022[12]

Dilihat dari data diatas menunjukkan bahwa terjadi penurunan dan kenaikan dari tahun ke tahun dari tahun 2018 hingga tahun 2022, di lihat dari jumlah nasabah pada tabungan mudharabah BSI KCP Lubuk Sikaping pada tahun 2018 menurun menjadi 197 nasabah, kemudian pada tahun 2019 meningkat

[11] Departemen Agama, *Al-Quran dan terjemahan,* (Bandung : MQS Publising, 2010). Hal. 11

[12] BSI KCP Lubuk Sikaping, Data Tabungan Mudharabah BSI KCP Lubuk Sikaping Kabupaten Pasaman Provinsi Sumatera Barat (02 Januari 2023 Jam 09.00)

menjadi 200 nasabah, dan pada tahun 2020 nasabah menurun menjadi 187 nasabah sedangkan untuk tahun 2021 nasabah meningkat menjadi 214 nasabah. Sementara pada tahun 2022 tabungan mudharabah BSI KCP Lubuk Sikaping mengalami penurunan sebesar 6,5% dengan jumlah nasabah yaitu 200 nasabah

Dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah tabungan mudharabah pada BSI KCP Lubuk Sikaping selalu mengalami fluktuasi pada setiap tahunnya. Hal ini dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini harus diperhatikan oleh pihak BSI KCP Lubuk Sikaping kedepannya, karena jika bank gagal memuaskan para nasabah, akan berakibat berkurangnya jumlah nasabah dan menciptakan kesan yang buruk dari nasabah kepada BSI KCP Lubuk Sikaping.[13]

Kualitas pelayanan dan pemahaman harus terus ditingkatkan, karena berdasarkan review para nasabah mengenai kualitas pelayana BSI KCP Lubuk Sikaping, karyawan BSI KCP Lubuk Sikaping sering kali dinilai lama dalam memberikan layanan, terbukti dengan banyaknya antrian para nasabah.

Karyawan terlalu lama dalam memberikan layanan pada pembukaan rekening atau tabungan baru untuk nasabah, hal ini membuat para nasabah lainnya menjadi resah dalam menunggu

[13] Wawancara dengan (bagian *customer service* BSI KCP Lubuk Sikaping)

antrian .

Berdasarkan hasil observasi awal melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap responden yang bernama Ibu Neldawati mengatakan bahwa “Pengalaman saya menggunakan produk BSI KCP Lubuk Sikaping kualitas pelayanannya sudah baik, akan tetapi ada karyawan kurang tanggap dalam merespon keluhan nasabah”[14]. Sedangkan menurut Bapak Sulaiman S “Kalau menurut saya produk tabungan mudharabah baik-baik saja akan tetapi ada salah satu karyawan yang kurang ramah dan apabila kita bertanya jawabannya sangat singkat sehingga saya merasa sedikit kurang puas”. [15]

Dan menurut Bapak Ismadi “Sebenarnya kualitas pelayanan yang diberikan BSI KCP Lubuk Sikaping cukup baik, tetapi karyawan kurang tanggap dalam merespon keluhan nasabah”. [16] Sedangkan menurut Ibu Ila Wati “Kalau menurut saya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak BSI KCP Lubuk Sikaping sudah baik, mulai dari karyawan yang suka menyapa dan untuk produk tabungan mudharabah juga tidak memberatkan saya, sudah sesuai dengan harapan saya”.[17]

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang **“Analisis Pengaruh Kualitas**

[14] Wawancara dengan Nasabah Ibuk Neldawati Tanggal 23 Januari 2023
[15] Wawancara dengan Nasabah Bapak Sulaiman S Tanggal 23 Januari 2023
[16] Wawancara dengan Nasabah Bapak Ismadi Tanggal 23 Januari 2023
[17] Wawancara dengan nasabah Ibuk Ila Wati Tanggal 23 januari 2023

Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus: Nasabah BSI KCP Lubuk Sikaping".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terjadinya fluktuasi nasabah pada tabungan mudharabah di BSI KCP Lubuk Sikaping
2. Terjadi antrian yang cukup panjang dan lama ketika karyawan BSI KCP Lubuk sikaping melayani pembukaan rekening tabungan.
3. Kurang efektifnya karyawan bank BSI KCP Lubuk Sikaping dalam menjelaskan produk kepada nasabah sehingga nasabah kurang puas dan kurang tertarik untuk menggunakan tabungan mudharabah.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti membatasi masalah yang akan disajikan, dalam penelitian ini hanya membahas analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah (studi kasus: BSI KCP Lubuk Sikaping).

D. Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah (studi kasus BSI KCP Lubuk Sikaping).

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah di BSI KCP Lubuk Sikaping.
2. Untuk mengetahui seberapa besarnya kualitas pelayanan nasabah tabungan mudharabah di BSI KCP Lubuk Sikaping.

F. Manfaat Penelitian

Manfaat penulisan proposal skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis, penelitian ini berguna sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. D Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Manfaat Teoritis, penelitian ini bermanfaat dalam pengembangan ilmu perbankan syariah guna memperluas pengetahuan dan memperkaya konsep keilmuan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah di BSI KCP Lubuk Sikaping.
3. Manfaat Praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah di BSI KCP Lubuk Sikaping dan sebagai acuan dalam melakukan penelitian

selanjutnya untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.

G. Penjelasan Judul

Sebelum penulis menjabarkan lebih lanjut proposal ini, terlebih dahulu akan dijelaskan beberapa kosa kata penjelasan judul dengan maksud dan tujuan menghindari interpretasi yang berbeda dalam memahami judul, yaitu:

Kualitas Pelayanan :Setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

Kepuasan : Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.[18]

Tabungan Mudharabah : Tabungan yang menerapkan akad mudharabah, keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara shahibul maal (nasabah) dan mudharib (pihak bank). Adanya tenggang waktu antara dana yang diberikan dan pembagian

[18] Altje Tumbel, *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan,* Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum, Vol. 3, No, 1, (2017).

keuntungan, karena untuk melakukan ivestasi dengan memutarkan dana itu diperlukan waktu yang cukup.[19]

Dari penegasan judul diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa yang dimaksut dengan Tabungan Mudharabah adalah Tabungan yang menerapkan akad mudharabah sedangkan kualitas pelayanan adalah kegiatan yang diperuntukkan pada karyawan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

[19] Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik,* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm 156.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Kepuasan Nasabah

1. Definisi Kepuasan Nasabah

Menciptakan kepuasan nasabah merupakan salah satu tujuan utama suatu perusahan. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dengan menggunakan suatu produk atau jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingakan dengan kinerja yang diterimanya lebih besar (minimal sama) dari pada harapannya, maka nasabah akan puas, sebaliknya kinerja yang diberikan dari pemakaian produk atau jasa tersebut lebih kecil dari pada yang diharapkan maka nasabah tidak puas. Semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi suatu perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa nasabah tersebut akan pindah ke produk pesaing.[20]

Menurut Kotler, kepuasan nasabah (*customer*) merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibadingkan dengan harapannya.

[20] Muhammad Fachmi, S.E,. M.M, *Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah*, (Jakarta: CV Pustaka Learning Center, 2020), hal. 35

Apabila kenyataan tidak lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak berkualitas. Apabila layanan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan memuaskan. Sedangkan menurut Tse dan Wilton mendefinisikan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Menurut Engel, Et Al menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa disimpulkan bahwa definisi kepuasan nasabah adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka nasabah akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya jika sesuai dengan harapan, nasabah akan puas dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.[21]

[21] Muhammad Fachmi, S.E,. M.M, *Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah*, (Jakarta: CV Pustaka Learning Center, 2020), hal. 36

2. Peran Penting Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah hal yang penting yang merupakan kepercayaan banyak perbankan. Seperti tercermin dalam visi, misi dan perencanaan yang diformulasikan. Pengukuran kepuasan nasabah adalah wujud nyata dari komitmen perusahaan terhadap kepuasan nasabah. Persaingan dalam dunia perbankan selalu sengit dan menarik dengan berbagai strategi dan program pemasarannya, dengan harapan tidak saja menarik minat nasabah namun memuaskannya. Kata kepuasan nasabah sering terdengar diberbagai kesempatan yang berhubungan dengan layanan kepada nasabah. Inilah beberapa pandangan yang diungkapkan beberapa pakar mengenai manfaat yang dirasakan dari kepuasan nasabah.

Setiap perusahaan yang memperhatikan kepuasan nasabah akan memperoleh beberapa manfaat pokok, yaitu:

a. Hubungan antar perusahaan dan nasabah menjadi harmonis.
b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.
c. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.[22]

Oleh karena itu ditengah persaingan yang semakin ketat ini

[22] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 2007), hal. 34

diperlukan upaya untuk membina hubungan yang baik antara penyedia jasa dan nasabah, sehingga terjalinnya kemitraan jangka panjang dengan nasabah secara terus menerus ini diharapkan para nasabah memperoleh kepuasan sesuai harapannya, bersedia membayar dengan harga yang ditetapkan dan mempunyai perasaan komitmen kuat terhadap perbankan sehingga bersedia untuk menggunakan kembali dimasa mendatang.

3. Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah

Faktor-faktor pendorong kepuasan nasabah adalah sebagai berikut :[23]

a. Kualitas produk, pelanggan akan puas setelah membeli atau menggunakan produk yang kualitasnya baik.
b. Harga, untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan aka mendapatkan *value for money* yang tinggi.
c. *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan *driver* yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang popular adalah *SERVQUAL*.
d. *Emotional factor*, pelanggan akan merasa puas (bangga)

[23] Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal. 91

karena adanya *emotional value* yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

e. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

4. Indikator Kepuasan Nasabah

Ada banyak nasabah yang menggunakan produk dan setiap nasabah menggunakannya secara berbeda, sikap berbeda, dan berbicara secara berbeda. Pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator yaitu:

a. Kesesuian harapan yaitu sesuainya kualitas suatu produk atau jasa setelah pembelian produk atau jasa tersebut dengan harapan yang diinginkan nasabah.
b. Minat berkunjung kembali yaitu ketika nasabah akan tetap memakai dan terus menggunakan suatu produk atau jasa apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
c. Kesediaan merekomendasikan merupakan nasabah yang merasa puas setelah menggunakan suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan nasabah baru bagi suatu perusahaan.[24]

B. Kualitas Pelayanan

[24] Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal. 92

1. Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Cronin dan Taylor mengemukakan bahwa definisi kualitas pelayanan biasanya menentukan apakah pelayanan yang dirasakan memenuhi, melebihi atau gagal untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai persepsi pelanggan seberapa baik layanan memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan mereka umumnya tercatat sebagai prasyarat kritis dan penentu daya saing untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang memuaskan dengan pelanggan.[25]

Kualitas pelayanan adalah semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan agar selalu bisa memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan bisa diartikan sejauh mana perbedaan antara kenyataan dan harapan yang mereka terima dari sebuah pelayanan. Kualitas pelayanan bisa dilihat dengan membandingkan persepsi pelanggan dengan apa yang didapatkan. Apabila kualitas pelayanan yang dirasa baik dan memuaskan, maka pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan. Jika kualitas pelayanan yang dirasa ideal, maka pelayanan yang diterima telah melampaui harapan nasabah. Dan sebaliknya apabila pelayanan yang didapatkan lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap

[25] Dr. Basuki, M. Si, *Manajemen sumberdaya Manusia Strategik Terhadap Kinerja Organisasi di Rumah Sakit,* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2021), hal. 85

tidak memenuhi yang diharapkan.[26]

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan atau jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam firamn Allah SWT:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَنفِقُواْ مِن طَيِّبَٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ أَخْرَجْنَا لَكُم مِّنَ ٱلْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُواْ ٱلْخَبِيثَ مِنْهُ تُنفِقُونَ وَلَسْتُم بِـَٔاخِذِيهِ إِلَّآ أَن تُغْمِضُواْ فِيهِ ۚ وَٱعْلَمُوٓاْ أَنَّ ٱللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ٢٦٧

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, nafkanhlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya. Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah maha kaya lagi maha terpuji. (QS. Al-Baqarah:267)*

Kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah merupakan penilaian global, berhubungan dengan suatu transaksi spesifik, lebih abstrak dan eksklusif karena didasarkan pada persepsi-persepsi kualitas yang berhubungan dengan kepuasan serta komparasi dengan harapan-harapan dengan persepsi-persepsi kinerja produk jasa dan fleksibilitas respon terhadap perubahan

[26] Dr. Basuki, M. Si, *Manajemen sumberdaya Manusia Strategik Terhadap Kinerja Organisasi di Rumah Sakit,* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2021), hal. 86

permintaan pasar, kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh nasabah yang bersifat dalam diri nasabah. Kualitas merupakan kunci menciptakan nilai dan kepuasan nasabah dan ini merupakan pekerjaan setiap karyawan.[27]karyawan

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya bank harus memenuhi 5 dimensi kualitas pelayanan yang berkualitas, sehingga harapan dapat menciptakan kepuasan nasabah yaitu:

a. *Reliability* (keandalan), yaitu merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketetapan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah SWT juga menghendaki setiap umatNya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 91.

---

[27] Darmadi Durianto, *Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2004), hal. 11

وَأَوۡفُواْ بِعَهۡدِ ٱللَّهِ إِذَا عَٰهَدتُّمۡ وَلَا تَنقُضُواْ ٱلۡأَيۡمَٰنَ بَعۡدَ تَوۡكِيدِهَا وَقَدۡ جَعَلۡتُمُ ٱللَّهَ عَلَيۡكُمۡ كَفِيلًاۚ إِنَّ ٱللَّهَ يَعۡلَمُ مَا تَفۡعَلُونَ ٩١

Artinya: *"Dan tepatlah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu, sesudah meneguhkannya sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat".*[28]

b. *Responseveness* (daya tanggap), yaitu merupakan respon atau kesigapan karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dalam Al-qur'an surah Al-Maidah ayat 1 juga dijelaskan tentang kesigapan dalam melayani.

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَوۡفُواْ بِٱلۡعُقُودِۚ أُحِلَّتۡ لَكُم بَهِيمَةُ ٱلۡأَنۡعَٰمِ إِلَّا مَا يُتۡلَىٰ

عَلَيۡكُمۡ غَيۡرَ مُحِلِّي ٱلصَّيۡدِ وَأَنتُمۡ حُرُمٌۗ إِنَّ ٱللَّهَ يَحۡكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya*: "Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu, dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan bagimu (yang demikian itu) dengan*

[28] Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya,* (Surabaya: Karya Agung, 2002), hal. 486

tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji sesunguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya".[29]

c. *Assurance* (jaminan), meliputi keamanan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah -tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dan memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dengan memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelamah-lembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi nasabah yang berdampak pada kesuksesan perusahaan layanan jasa. Al-qur'an surah Ali Imran ayat 159.

فَبِمَا رَحۡمَةٖ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمۡۖ وَلَوۡ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلۡقَلۡبِ
لَٱنفَضُّواْ مِنۡ حَوۡلِكَۖ فَٱعۡفُ عَنۡهُمۡ وَٱسۡتَغۡفِرۡ لَهُمۡ وَشَاوِرۡهُمۡ فِي
ٱلۡأَمۡرِۖ فَإِذَا عَزَمۡتَ فَتَوَكَّلۡ عَلَى ٱللَّهِۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلۡمُتَوَكِّلِينَ
١٥٩

Artinya*: "Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekitarnya*

[29] Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya,* (Surabaya: Karya Agung, 2002), hal. 96-97

kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhka diri dari sekelilingmu. Kerena itu manfaatkalah mereka, mohonkanlah ampunan bagi mereka dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusa itu, kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad. Maka bertawakallah kepada Allah sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepadaNya".

d. *Tangible* (bukti langsung), meliputi fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh nasabah. Dalam konsep islam pelayanan yang berkenan fasilitas yang membuat nasabah merasa nyaman memang penting. Pernyataan ini sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-qur'an surah At-Takaatsur ayat 1-5.

أَلۡهَىٰكُمُ ٱلتَّكَاثُرُ ١ حَتَّىٰ زُرۡتُمُ ٱلۡمَقَابِرَ ٢ كَلَّا سَوۡفَ تَعۡلَمُونَ ٣ ثُمَّ كَلَّا سَوۡفَ تَعۡلَمُونَ ٤ كَلَّا لَوۡ تَعۡلَمُونَ عِلۡمَ ٱلۡيَقِينِ ٥

Artinya: *"Bermegah-megahan telah melalaikanmu, sampai kamu masuk kedalam kubur, jangalah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu), dan janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yakin, janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin".*

e. *Emphaty* (empati), menunjukkan kepedulian dan perhatian yang diberikan bank dan karyawannya secara personal kepada nasabah.[30]

[30] Depertemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya,* (Surabaya: Karya Agung,

3. Ciri-Ciri Pelayanan

Dalam melayani nasabah hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan, puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya yang baik adalah sebagai berikut:[31]

a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki oleh bank. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan bank

b. Tersedia personil yang baik

Keyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas CS (*Customer Service*) yang melayaninya. Petugas bank harus ramah, sopan, dan menarik.

c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal sehingga selesai

Nasabah merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi

---

2002), hal. 183

[31] Kasmir, *Manajemen Perbankan,* (Jakarta: Raja Grafindo, 2004), hal. 200

sesuatu maka segera petugas bank dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya.

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat salah dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

e. Mampu berkomunikasi

Petugas bank harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

f. Memberikan jaminan kerahasian setiap transaksi

Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Karena rahasia bank merupakan taruhan kepercayaan nasabah bank.

g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Petugas bank selalu berhubungan dengan manusia, maka harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu.

h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Harus tanggap apa yang diinginkan nasabah. Usahakan

mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

i. Mampu memperhatikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya.[32]

4. Etika Pelayanan

Menurut Kasmir pelayanan yang patut diberikan kepada00 nasabah adalah sebagai berikut:

a. Mengucapkan salam pada saat bertamu dengan nasabah, seperti selamat pagi, selamat siang, atau selamat sore.
b. Setelah mengucapkan salam, segera mempersilahkan nasabah masuk dan duduk dengan sopan atau menunggu sebentar.
c. Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilahkan nasabah masuk dan duduk dengan ramah dan murah senyum.
d. Bertanya tentang keperluan nasabah secara ramah, sopan, dan lemah lembut.
e. Biasakan mengucapkan tolong atau maaf saat meminta nasabah mengisi formulir atau menunggu sesat.

[32] Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global,* hal. 18

f. Ucapkan kata terima kasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya.[33]

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas pelayanan merupakan kunci utama di sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah karena dapat mengetahui perbedaan antara kenyataan pelayanan (*perceived service*), dengan harapan para nasabah atas pelayanan yang seharusnya diterima (*expected service*). Beberapa dimensi dari kualitas pelayanan yang menentukan tingkat kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan bank untuk memahami harapan nasabah.

Jika nasabah tidak puas atas layanan yang diterima akan mudah beralih ke bank yang lain atau tetap bertahan pada bank namun hanya menjadi nasabah yang tidak aktif. Reaksi lain dari nasabah yang tidak puas atas layanan yang lebih buruk dampaknya bagi bank adalah nasabah akan menceritakan pengalaman atas kekecewaannya kepada nasabah lain melalui komunikasi dari mulut kemulut atau menyampaikan ketidakpuasannya melalui media sosial. Oleh karena itu, kualitas pelayanan sangat penting untuk

[33] Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global,* hal..76

diperhatikan.[34]

D. Kajian Terdahulu

NO	NAMA PENULIS	JUDUL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN
1.	Fitri Madona (2017)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT BSM kantor cabang 16 Ilir Palembang	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah	Pada penelitian disamping terdapat faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu kualitas pelayanan sedangkan pada penelitian yang dilakukan terdapat faktor lain yaitu kepercayaan dan perbedaan pada objek penelitian.[35]
2	Kevin Aditya Pratama (2018)	Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Ponorogo	Variabel *tangible, reliability*, *responsiveness,assurance, empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah	Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan metode

[34] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa,* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), hal. 280

[35] Fitri Madona, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BSM Kantor Cabang 16 Ilir Palembang,* 2017

				kuantitatif dan perbedaan pada objek penelitian.[36]
3	Masdina Daulay (2018)	Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan simpatik di PT Bank Syariah Mandiri cabang Padangsidimpuan	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	Pada penelitian disamping terdapat faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu analisis kualitas pelayanan sedangkan penelitian terdapat faktor lain yaitu kepercayaan.[37]
4	Ardiansyah Japlani (2020)	Pengaruh kualitas pelayana, kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada cabang BMT Fajar Metro Pusat	Kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah	Pada penelitian disamping menggunakan metode *explanatory research* dan teknik pengumpulan data sampel berupa *simple random sampling* sedangkan penelitian

[36] Kevin Aditya Pratama, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Cabang Ponorogo,* (Yogyakarta: PT. Tiara Wacana, 2018)

[37] Masdina Daulay, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpatik Di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan,* 2018

				yang dilakukan menggunakan penelitian kusioner dan perbedaan pada objek penelitian[38]
5	Leli Suryani (2016)	Analisis kepuasan nasabah tabungan mudharabah (marhamah) di Bank Sumut cabang Pembantu Panyabungan	Terdapat kepuasan nasabah secara persial tabungan mudharabah (marhamah)	Perbedaan pada objek penelitian[39]
6	Arini Ma'arul Husna (2015)	Analisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, aksesibilitas terhadap kepuasan nasabah (survei pada nasabah Bank Syariah Mandiri	Kualitas pelayanan, kepercayaan dan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	Perbedaan pada objek penelitian[40]

Dari beberapa penelitian terdahulu diatas yang membedakan

[38] Ardiansyah Japlani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Cabang BMT Fajar Metro Pusat,* Jurnal Ilmiah Keuangan dan Perbankan,Vol,3, No.1 (2020)

[39] Leli Suryani, *Analisis Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah (Marhamah) Di Bank Sumut Cabang Pembantu Panyabungan*, 2016

[40] Arini Ma'arul Husna, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri, 2015*

penelitian tersebut dengan penelitian yang penulis lakukan yaitu perbedaan variabel-variabelnya dan objek penelitian. Adapun variabel penulis ialah kualitas pelayanan (X), dan kepuasan nasabah (Y) sedangkan objek penelitian penulis ialah BSI KCP Lubuk Sikaping.

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dari tinjauan pustaka dan beberapa teori serta pemahaman terhadap penelitian maka berikut ini dibentuk kerangka pemikiran.

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



X = kualitas pelayanan

Y = kepuasan nasabah

F. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dan kerangka pikir yang telah dikemukakan sebelumnya maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_o: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Lubuk Sikaping

H_a: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSI KCP Lubuk Sikaping

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan kusioner (daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden secara langsung) sebagai instrument penelitian[41]. Penelitian ini akan meneliti tentang data kajian yang bersifat numerik atau angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan dari hasilnya itu dituntut untuk menuggunakan angka.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi dan waktu yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

   Pada penelitian ini, penulis melakukan penelitian di BSI KCP Lubuk Sikaping yang terletak di Kabupaten Pasaman Provinsi Sumatra Barat.

2. Waktu Penelitian

   Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 02 JANUARI 2023 hingga penelitian selesai.

---

[41] Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, "*Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi,* (Jakarta: PT. Raja Gravindo Persada, 2006), hal.49

C. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, Jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah bersifat kuantitatif, dimana peneliti lebih mengutamakan statistik dan model dalam penelitian.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

   Data primer, yaitu suatu data yang didapat langsung dari subjek penelitian dengan adanya alat pengambilan atau pengukuran data langsung pada subjek sebagai sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian yang diperoleh melalui observasi dan kusioner. Dalam penelitian ini yang menjadi responden yaitu nasabah yang s menggunakan tabungan mudharabah.

2. Data Sekunder

   Data sekunder, adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Sumber data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung berkaitan dengan penelitian ini. Data yang diperoleh dari sumber-sumber lain yang telah tersedia dan telah diterbitkan oleh suatu lembaga. Data sekunder berasal dari artikel, jurnal, majalah dan buku.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan tabungan mudharabah di BSI KCP Lubuk Sikaping. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 214 nasabah.

2. Sampel

Penggunaan sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 69 responden. Penentuan sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *Sampling Probability* yang mana menggunakan rumus Slovin.

Adapun rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

E = Persen Toleransi Kesalahan

Dengan jumlah populasi nasabah tabungan mudharabah pada BSI KCP Lubuk Sikaping maka sampel yang diperoleh adalah:

$$n= \frac{214}{1+214.\ (0,1)^2}$$

$$n= \frac{214}{1+214.\ 0,01}$$

$$n= \frac{214}{1+2,14}$$

$$n= \frac{214}{3,14}$$

n= 68, 15

n= 69

E. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Independen (Variabel X)

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau yang mengetahui variabel dependen (varibel terikat), variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel indepanden dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan. Cara mengukur variabel

independen X yaitu dengan menggunakan indikator *reliability, responseveness, assurance, tangible, emphaty*.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel indepanden. Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kepuasan nasabah. Cara mengukur variabel dependen yaitu dengan menggunakan skala ordinal, responden diminta untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah diberikan oleh penulis.

Tabel 3. 1

Defenisi Operasional Variabel

No	variabel	Indikator
1.	X (Kualitas pelayanan)	1. Reability 2. Responscveness 3. Assurance 4. Tangible 5. emphaty
2.	Y (kepuasan nasabah)	1. ordinal

F. Teknik pengumpulan data

1. Observasi

Observasi adalah proses pengambilan informasi melalui

pengamatan. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang harus dilakukan peneliti dengan turun kelapangan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan tempat, pelaku, kegiatan, waktu, peristiwa, tujuan dan perasaan.[42]

Survey yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan berupa instrumen angket tertutup yang mana disebarkan kepada nasabah yang menggunakan tabungan mudharabah di BSI KCP Lubuk Sikaping.

2. Studi Kepustakaan

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa studi kepustakaan yaitu berupa buku serta jurnal-jurnal terkait dengan penelitian.

G. Instrumen Penelitian

Adapun instrumen yang digunakan pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Daftar Ceklist

Daftar ceklist yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa pernyataan-pernyataan kepada nasabah tabungan mudharabah BSI KCP Lubuk Sikaping yang mana merujuk pada indikator persepsi kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah.

---

[42] Mamik*, Metodologi Kualitatif*, (Taman Sidoarjo: Zifatama Publishser, 2015), hal. 107

2. Kuesioner

Kusioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kusioner digunakan untuk memperoleh data responden mengenai kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. Kuesioner yang akan diberikan kepada nasabah yang menggunakan tabungan mudharabah di BSI KCP Lubuk Sikaping adalah pertanyaan bersifat tertutup yaitu pertanyaan yang disediakan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal atau variabel yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, notulen rapat, agenda, dan sebagainya. [43]

H. Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis data yaitu, sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Penelitian

[43] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI0, 2015). Hal. 240

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kusioner[44]. Suatu kusioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kusioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kusioner tersebut. Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikan koefisien pada taraf signifikan 0,05. Artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total atau instrument dinyatakan valid apabila r hitung ≥ r table. Dengan menggunakan *person correlation coefefficient*.

b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab hal yang berkaitan. Adapun teknik yang digunakan Cronbach Alpha. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika Cronbach Alpha>0,50.

2. Uji Prasarat Data

a) Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui

[44] Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 221

kenormalan distribusi data yang digunakan dari masing-masing variabel. Dengan kriteria sebagai berikut :

1) . Apabila nilai Sig. (2- tailed) suatu variabel lebih besar dari level of significant 5% (>0.05) maka variabel tersebut terdistribusi normal.
2) jika nilai Sig. (2- tailed) suatu variabel lebih kecil dari level of significant 5% (<0.05) maka variabel tersebut tidak terdist ribusi dengan normal.

b) Uji Homogenesitas

Dilakukannya uji homogenesitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah sampel memiliki varian yang sama yang mana dengan menggunakan teknik *Levene Test (Test Of Homogencity Of Variance)*. Sampel memiliki varians yang sama jika nilai Sig > 0,05. [45]

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana adalah regresi linear dimana variable yang terikat didalamnya hanya dua, yaitu satu variable terikat Y, dan satu variable bebas X, Analisi ini dimaksut untuk menguji data tentang pengaruh antar variabel bebas (X) yaitu kualitas layanan dengan variabel terikat (Y) yaitu kepuasan nasanah. Dalam hal menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

[45] Anting Somatri, *Aplikasi Statistika dalam Penelitian,* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hal. 268

Dimana:

Y = kualitas layanan

a = konstanta

b = Koefisien Regresi

X = kepuasan nasabah

4. Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji t ini dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independent secara individu terhadap variabel dependent, dengan menganggap variabel independen lainnya konstan:

Apabila nilai sig < 0,05 maka H_0 ditolak

Apabila nilai sig > 0,05 maka H_0 diterima

5. Adjusted R Aquare

Nilai *Adjusted R Aquare* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 – 1. Semakin besar angka yang ditujukkan pada R^2, maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variable terikat. Dan begitu juga sebaliknya semakin kecil angka yang ditunjukkan R^2 maka semakin kecil pengaruh variabel bebas terhadap variabel

terikat.[46]

[46] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif,* hal. 182
ss

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Lubuk Sikaping

PT. Bank Syariah Indonesia pada awal berdirinya bernama PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi atas dasar akta notaris: R Soeratman, S.H., No. 146 tanggal 10 Agustus 1973. Setelah adanya marger empat bank pemerintah yaitu, Bank Bumi Dava (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Eksport Import Indonesia (BEII), dan Bapindo pada tanggal 31 Juli 1999 menjadi PT. Bank Mandiri (Persero), maka kepemilikan PT. Bank Susila Bakti (BSB) diambil alih oleh PT. Bank Mandiri (Persero). PT Bank Mandiri (Perssero) selaku pemilik baru membuat kebijakan untuk mendukung sepenuhnya dan melanjutkan kebijakan lama dari PT. Bank Mandiri (Persero) untuk membentuk unit syariah.

Langkah awal dilakukan dengan mengubah anggaran dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti (BSB) menjadi PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri berdasar angka notaris Ny. Machrani Moertolo Soenarto, SH., No. 29 tanggal 19 Mei 1999 dan telah mendapat pesetujuan dari Menteri Kehakiman RI

dengan surat keputusannya tanggal 1 Juli 1999 No. C2-12120.HT.04.TH.99.

Tujuan dan nama bank serta seluruh anggaran dasar dari PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri kemudian diubah kembali berdasarkan akta Notaris Sutipto, SH., No. 23 tertanggal pada 8 September 1999. Nama bank baru ialah Bank Syariah Mandiri yang kemudian disingkat menjadi BSM. Perubahan-perubahan tersebut telah mendapat persetujuan dari Menteri Kehakiman RI dengan surat keputusan No. 16495.HT.01.04.TH.99 tertanggal pada 16 September 1999.

Pada tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia (BI) melalui surat keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 1/24/KEP.BI/1999 telah memberikan izin perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah kepada PT. Bank Susila Bakti (BSB). Selanjutnya dengan surat keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No.1/1/KEP.DGS/1999 tanggal 25 Oktober 1999.

Bank Indonesia telah menyetujui perubahan pada nama PT. Bank Susila Bakti (BSB) menjadi PT. Bank Syariah Mandiri (BSM). Bank Syariah Mandiri (BSM) mulai beroperasi secara syariah pada hari Senin tanggal 1 November 1999. Kelahiran PT. Bank Syariah Mandiri (BSM) merupakan hasil bersama dari para

perintis Bank Syariah di PT. Bank Susila Bakti (BSB) dan manajemen PT. Bank Mandiri yang memandang pentingnya kehadiran Bank Syariah dilingkungan Bank Syariah Indonesia.

Bank Syariah Mandiri (BSM) didirikan berdasarkan suatu keyakinan bahwa operasi perbankan yang berlandaskan prinsip bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan dapat mendorong terciptanya stabilitas perekonomian. Seperti terurai dalam tujuan pendirian Syariah Mandiri (BSM) berikut ini:

a. Menjalin kemitraan yang berkeadilan
b. Meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi
c. Meningkatkan kesejahteraan hidup dengan membuka peluang usaha yang lebih besar
d. Menghindari persaingan yang tidak sehat diantara lembaga keuangan
e. Alternatif pilihan dalam menggunakan jasa-jasa perbankan
f. Menghindari riba

Bank Syariah Indonesia (BSI) hadir sebagai bank yang mengkombinasikan idealis usaha dengan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi suatu keunggulan Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai alternatif jasa perbankan di Indonesia. Pada tahun 2003 kembali memperoleh predikat sebagai bank syariah terbaik dimajalah infobank bahkan peringkat yang diraih mengalami peningkatan dan menjadi leader perbankan syariah lainnya.

2. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia KCP Lubuk Sikaping

a. Visi

"Bank syariah terdepan dan modern"

Bank syariah terdepan yaitu : menjadi bank syariah yang selalu diantara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada *segmen consumer, micro, commercial,* dan *corporate.*

Bank syariah modern yaitu : menjadi bank syariah yang sistem layanan dan teknolgi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi

Misi dari Bank Syariah Indonesia yaitu :

1. Mewujudkan pertumbuhan diatas industri yang berkesinambungan
2. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah
3. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel
4. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah

universal

5. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan yang sehat.

3. Profil Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lubuk Sikaping

Makna dari logo Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lubuk Sikaping yaitu dibawah tulisan BSI disematkan kata “Bank Syariah Indonesia” filosofi yang terkandung dalam bintang kuning bersudut lima mempresentasikan lima sila pancasila dan lima rukun islam. Tulisan BSI menjadi representasi Indonesia baik ditingkat nasional maupun global.

4. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lubuk Sikaping

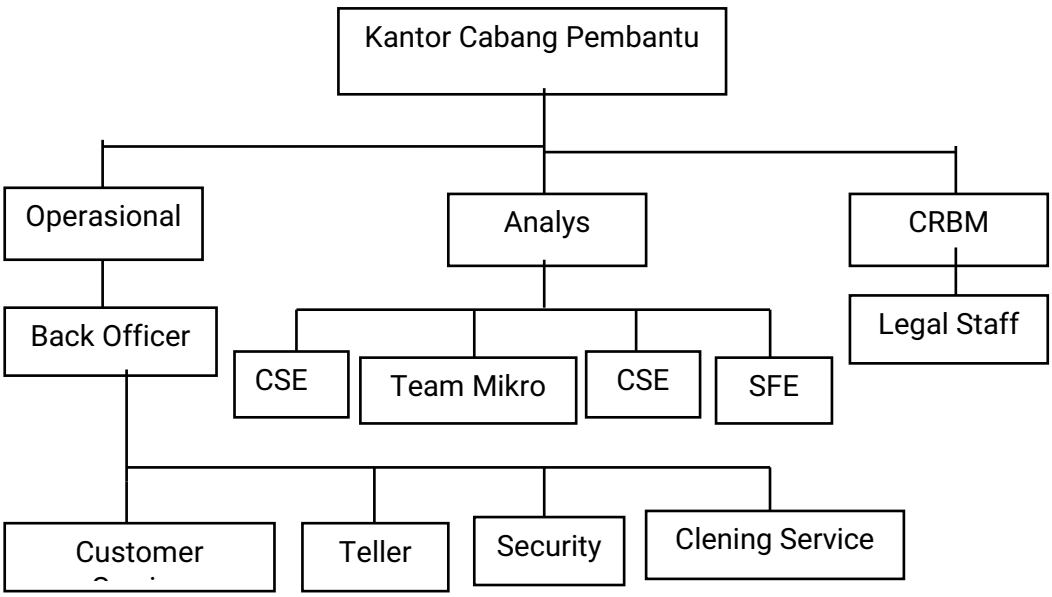
Dalam suatu perusahaan, struktur organisasi mempunyai arti yang sangat penting. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus mempunyai struktur yang baik. Adapun struktur yang baik yaitu dapat memberikan *staffing* yang baik, memberikan *directing* yang baik pula, sehingga akan memudahkan untuk

melakukan *controlling.* Dengan meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap perbankan yang berprinsip syariah, maka Bank Syariah Indonesia kembali membuka cabang yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Lubuk Sikaping.

Struktur organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Lubuk Sikaping dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.1

Struktur organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Lubuk Sikaping



5. Produk-Produk Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lubuk Sikaping

a. Produk-produk pendanaan (*Funding*)

1) Tabungan

a) Tabungan Mudharabah

Tabungan mudharabah merupakan tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan penyetorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam buka kas di kantor BSI atau melalui ATM.

b) BSI Tabungan Mabarur

Tabungan mabarur adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu dalam pelaksanaan haji dan umrah.

c) BSI Tabungan Junior

BSI Tabungan Junior adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu dalam pelaksanaan haji dan umrah khusus untuk usia dibawah 17 tahun.

d) BSI Tabungan Investa Cendikia

BSI Tabungan Investa Cendikia adalah tabungan berjangka dengan setoran bulanan yang didesain untuk mempersiapkan dana pendidikan putra/putri anda dimasa depan.

e) Tabungan Berencana

Tabungan berencana adalah tabungan

berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang dan memiliki perlindungan asuransi untuk berbagai rencana anda.

f) BSI Tabungan Simpatik

BSI Tabungan Simpatik adalah tabungan yang berdasarkan prinsip wadi'ah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.

g) Tabunganku

Tabunganku adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank yang ada di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

h) BSI Tabungan Pensiun

BSI Tabungan pensiun adalah simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip mudharabah muthlaqah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan yang disepakati.

i) Tabungan Dollar

Tabungan dollar adalah mata uang dollar (USD)

yang penarikan dana setoran dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan

2) Giro

Giro BSI merupakan sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadi'ah yad dhammah.

3) Deposito

Deposito BSI merupakan investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip mudharabah muthlaqah untuk perorangan dan non perorangan.

b. Produk-Produk Pembiayaan

1) Pembiayaan Customer

a) Implan, Konsumtif dan Griya

Merupakan fasilitas yang disediakan oleh BSI untuk pembiayaan kepemilikan rumah tinggal yang diperuntukkan untuk individu dan perorangan.

b) PKP/Koperasi (Pembiayaan Kepada Koperasi Karyawan Untuk Para Anggota)

Merupakan fasilitas penyaluran pembiayaan kepada anggota koperasi karyawan.

c) Pensiun

Merupakan pembiayaan dengan memberikan kesempatan dan kemudahan memperolah fasilitas pembiayaan kepada pensiunan.

d) BSI Oto

Merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor baik baru maupun bekas dengan system murabahah.

e) Pembiayaan Umrah

Pembiayaan untuk mempermudah nasabah dalam memenuhi kebutuhan perjalanan umrah melalui penyelenggaraan umrah yang telah terdaftar dan mempunyai izin dari departemen agama serta memiliki pengalaman usia penyelenggaraan umrah minimal 2 tahun.

f) Pembelian Alat Kedokteran

Merupakan pembiayaan untuk pembelian alat kedokteran barang, modal atau peralatan penunjang kerja dibidang kedokteran.

g) Talangan Haji

Merupakan pinjaman untuk mendaftar haji

sehingga anda segera mendapatkan kursi haji.

h) Pembiayaan Pendidikan/Edukasi BSI

Merupakan pembiayaan kepada calon pelajar dalam mendapatkan dana pendidikan yang dibutuhkan dan diperuntukkan untuk individu/perorangan dan perusahaan/badan hukum.

2) Mikro

Produk pembiayaan mikro terdiri dari :

a) Produk Reguler

Produk regular merupakan produk pembiayaan yang telah ditentukan baku sesuai dengan manual produk pembiayaan mikro dan petunjuk teknis yang berlaku. Produk Pembiayaan Usaha Mikro (PUM), dan Pembiayaan Serbaguna Mikro (PSM).

b) Pembiayaan Program Mikro

Pembiayaan program mikro merupakan fasilitas pembiayaan bank kepada nasabah dengan fitur, tujuan, syarat dan ketentuan khusus yang berpedoman pada nota kesepahaman antara bank dengan instansi atau petunjuk teknis yang ditetapkan oleh pemerintah melalui instansi terkait.

3) Gadai Emas

Gadai emas merupakan saran untuk mendapatkan dana dalam mengatasi kebutuhan pendidikan, modal usaha, biaya pengobata, penyelenggaraan hajatan dan kebutuhan lainnya.

4) Komersil

a) Pembiayaan Modal Kerja

Merupakan pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada pelaku usaha baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing untuk membiayai kebutuhan modal kerja dalam siklus waktu tertentu maksimal 1 tahun.

b) Pembiayaan Investasi

Merupakan fasilitas pembiayaan jangka pendek yang diberikan kepada pelaku usaha baik dalam mata uang rupiah maupun valuta asing untuk membiayai kebutuhan modal kerja dalam siklus waktu tertentu maksimal 1 tahun.

c. Produk-Produk Jasa

1) BSI Card

BSI card satu kartu beragam manfaat. BSI card semakin mudah digunakan untuk bertransksi di BSI ATM,

ATM bersama, ATM prima, ATM MEPS dan ATM mandiri. BSI card digunakan untuk cek saldo, tarik tunai, ubah pin, transfer antar rekening dan lainnya.

2) BSI Sentral Bayar

BSI sentral bayar merupakan layanan bank dalam menerima pembiayaan tagihan pelanggan.

3) BSI Net Banking

BSI net banking merupakan layanan perbankan berbasis internet yang dilengkapi dengan layanan transaksi transfer yang paling lengkap bahkan bisa melakukan transaksi transfer realtime ke 80 bank yang tergabung dalam jaringan ATM bersama dan ATM prima.

4) BSI Mobile Banking

BSI mobile banking merupakan layanan transaksi perbankan (non tunai) melalui banking phone (handphone) berbasis GPRS. s

5) BSI Elektronic Payroll

Merupakan pembayaran gaji karyawan institusi teknologi terkini bank syariah Indonesia secara mudah, aman dan fleksibel.

6) BSI Jual Beli Valuta Asing

Merupakan pertukaran mata uang rupiah dengan mata uang asing, atau mata asing dengan mata uang

asing lainnya yang dilakukan oleh BSI.

7) Bank Garansi

Merupakan surat pinjaman yang dikeluarkan oleh bank dalam rangka menjamin nasabah untuk kepentingan pemilik proyek. Surat penjaminan ini diberikan untuk tujuan pengajuan tender, pelaksanaan proyek, uang muka proyek dan pemeliharaan proyek.

8) Western Union Jasa Operasional

Merupakan jasa pengiriman uang atau penerimaan kiriman uang secara cepat (*real time on line*) yang dilakukan lintas Negara atau dalam suatu negara (domestik).

9) Transfer

Manfaat layanan BSI transfer untuk mengirim uang tunai kepada sanak saudara atau rekan bisnis diseluruh pelosok negeri tercinta dengan mudah dan aman. Uang tetap dapat dikirim meskipun dilokasi tersebut belum tersedia layanan perbankan. Layanan transfer ini diperuntukkan untuk perorangan dan badan hukum.

10) Intercity Clearing

Merupakan jasa penagihan warkat (cek atau bilyet giro valuta rupiah) bank diluar wilayah kliring dengan

cepat sehingga nasabah dapat menerima dana hasil tagihan cek atau bilyet giro tersebut pada keesokan harinya.

11) Inkaso

Merupakan penagihan warkat bank lain dimana bank tertarik berbeda wilayah kliring atau berada luar negeri, hasilnya penagihan akan di kredit ke rekening nasabah.

12) BSI RTGS (*Real Time Gross Setlement*)

Merupakan jasa transfer uang rupiah antar bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara *real time*. Hasil transfer egektif dalam hitungan menit.

B. Deskripsi Responden

Untuk mempermudah mengidentifikasi nasabah (BSI KCP Lubuk Sikaping) peneliti memerlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun gambaran karakteristik responden pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Total Responden	Persentase (%)
Laki-Laki	29	42,0%
Perempuan	40	58,0%
Jumlah	69	100%

Sumber : Olahan data SPSS V.26 (Data primer 2022)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dinyatakan bahwa dari 69 responden didominasikan oleh responden perempuan yaitu sebanyak 40 responnden atau setara dengan 58,0%, sedangkan jumlah responden laki-laki sebanyak 29 responden atau setara dengan 42,0%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Rentang Usia	Total Responden	Persentase (%)
25-34 Tahun	28	40,6%
35-44 Tahun	18	26,1%
45-54 Tahun	16	23,2%
55-64 Tahun	7	10,1%
Jumlah	69	100%

Sumber : Olahan data SPSS V.26 (Data primer 2022)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dinyatakan bahwa dari 69 responden didominasi oleh responden yang berusia 25-34 tahun dengan jumlah 28 responden atau setara dengan 40,6%, sedangkan untuk usia 35-44 tahun berjumlah 18 responden atau 26,1%, untuk usia 45-54 tahun berjumlah 16 responden atau

23,2%, dan untuk usia 55-64 tahun berjumlah 7 responden atau 10,1%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Total Responden	Persentase (%)
Ibu Rumah Tangga	20	29, 0%
Pelajar/Mahasiswa	8	11,6%
Pedagang	11	15,9%
Petani	24	34.8%
Pegawai Swasta	6	8,7%
Jumlah	69	100%

Sumber : Olahan data SPSS V.26 (Data primer 2022)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dinyatakan bahwa dari 69 responden didominasi oleh responden ibu rumahtangga dengan jumlah 20 responden atau setara dengan 29,0%, sedangkan jumlah responden mahasiswa sebanyak 8 responden atau 11,6%, untuk responden pedagang berjumlah 11 responden atau 15,9%, untuk responden petani berjumlah 24 responden atau 34,8%, untuk responden pegawai swasta berjumlah 6 responden atau 8,7%.

C. Hasil Analisis data

1. Uji Instrumen Penelitian

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kusioner yang digunakan. Suatu kusioner dikatakan valid jika pernyataan pada kusioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kusioner tersebut. Berikut ini adalah hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 26 untuk menguji validitas masing-masing variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X_1)	$X_{1.1}$	0,477	0,234	VALID
	$X_{1.2}$	0,600	0,234	VALID
	$X_{1.3}$	0,647	0,234	VALID
	$X_{1.4}$	0,703	0,234	VALID
	$X_{1.5}$	0,698	0,234	VALID
Kepuasan (Y)	$Y_{1.1}$	0,742	0,234	VALID
	$Y_{1.2}$	0,550	0,234	VALID
	$Y_{1.3}$	0,751	0,234	VALID
	$Y_{1.4}$	0,480	0,234	VALID
	$Y_{1.5}$	0,777	0,234	VALID

Sumber : Olahan data SPSS V.26 (Data primer 2022)

Dari hasil tabel diatas, untuk mengetahui valid atau tidaknya butir pernyataan harus dibandingkan dengan r_{tabel} sebesar 0,234 dan n=69, jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$

maka pernyataan tersebut valid. Dapat dilihat pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa 10 butir pernyataan valid karena nilainya lebih dari 0.234

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel.[47] Berdasarkan hasil olahan data pada SPSS 26.0 terdapat hasil reliable atas pernyataan responden pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Batas	Butir Pernyataan	Kesimpulan
X	0,709	0,60	5	Reliabel
Y	0,643	0,60	5	Reliabel

Sumber: hasil pengolahan SPSS 16.0

Diketahui pada tabel 4.6 diatas bahwa, terlihat hasil perhitungan memperoleh nilai alpha > 0,60 sehingga dapat disimpulkan instrument pengukuran variabel X dan Y adalah Reliabel.

2. Uji asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui

[47] V. Wiratna Sujarweni dkk, *statistika untuk penelitian*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2012), hlm. 186

kenormalan distribusi data yang digunakan dari masing-masing variabel. Pada penelitian ini uni normalitas yang digunakan adalah one-smple Kolmogorov-Smirnov Test, Dengan kriteria sebagai berikut : apabilagi nilai Asymp. Sig. (2-tailed).> 0.05 data berdistribusi normal jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) < 0.05 maka berdistribusi tidak normal.

Tabel 4.6
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.71332583
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.093
	Negative	-.079
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Dari table terlihat bahwa nilai signifikan *Asymp Sig. 2-Tailed* Sebesar 0.200 > 0.05 maka residual terdistribusi dengan normal.

b. Uji Homogenesitas

Dilakukannya uji homogenesitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah sampel memiliki varian

yang sama yang mana dengan menggunakan teknik *Levene Test (Test Of Homogencity Of Variance)*. Sampel memiliki varians yang sama jika nilai Sig > 0,05. [48]

Tabel 4.7
Uji Homogesitas

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
X	Based on Mean	.523	5	61	.758
	Based on Median	.477	5	61	.792
	Based on Median and with adjusted df	.477	5	54.563	.792
	Based on trimmed mean	.530	5	61	.753

Berdasarkan table 4.7 Diatas dengan menggunakan Test of Homogeneity of Variances didapatkan uji signifikan homogenitas 0.758 lebih besar dari taraf sig. 0.05 sehingga dapat disimpulkan uji test Homogenitas pada penelitian sampel memiliki varians yang sama.

c. Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana adalah regresi linear dimana variable yang terikat didalamnya hanya dua, yaitu satu variable terikat Y, dan satu variable bebas X, Analisi ini dimaksut untuk menguji data tentang pengaruh antar

[48] Anting Somatri, *Aplikasi Statistika dalam Penelitian,* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hal. 268

variabel bebas (X) yaitu kualitas layanan dengan variabel terikat (Y) yaitu kepuasan nasanah. Dalam hal menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = kualitas layanan

a = konstanta

b = Koefisien Regresi

X = kepuasan nasabah

Tabel 4.8

Uji regresi linier sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	13.374	2.788		4.798	.000
	Kualitas Pelayanan	.307	.151	.241	2.034	.046

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan hasil tebel diatas dapat disubsitusikan k persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = 13.374 + 0.307 + ei$$

Dari persamaan regresi linier sederhan maka dapat dijelaskan hasil sebagai berikut :

1) nilai konstanta sebesar 13.374 hal ini berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan dapat mempengaruhi variabel Y yaitu Kepuasan.

2) koefisien regresi rasionalitas memiliki nilai sebesar 0.307 jika kualitas pelayanan ditingkatkan satu satuan maka kepuasan nasabar mengalami peningkatan

d. Uji Hipotesis

Uji t ini dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independent secara individu terhadap variabel dependent, dengan menganggap variabel independen lainnya konstan:

Apabila nilai sig < 0,05 maka H_0 ditolak

Apabila nilai sig > 0,05 maka H_0 diterima

Tabel 4.9

Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	13.374	2.788		4.798	.000
	Kualitas Pelayanan	.307	.151	.241	2.034	.046

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan hasil uji t diperoleh t hitung yang dihasilkan oleh variabel Kualitas pelayanan sebesar 2.034 dengan tingkat signifikan sebesar 0,046 Hasil signifikan 0,046 < 0,05 yang artinya secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan menggunakan (alpha) α = 0,05 menunjukkan tingkat confidance 95%. Maka keputusan yang diambil adalah Ha diterima dan Ho ditolak, Artinya terdapat pengaruh yang signifikan Variabel X yaitu Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah di BSI KCP Lubuk Sikaping kabupaten Pasaman.

e. Adjusted R Aquare

Nilai *Adjusted R Aquare* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model. Nilai

koefisien determinasi adalah antara 0 – 1. Semakin besar angka yang ditujukkan pada R^2, maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variable terikat. Dan begitu juga sebaliknya semakin kecil angka yang ditunjukkan R^2 maka semakin kecil pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.[49]

Tabel 4.10

Uji Adjusted R Aquare

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.241[a]	.058	.044	1.72606

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Hasil uji koefisien determinasi diatas diperoleh sebesar 0,058 atau 5,8%. Hal ini menunjukkan kemampuan variabel X dalam menjelaskan naik turunnya variabel Y adalah sebesar 5,8%. Dengan kata lain sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti yaitu kualitas produk, harga, emosional faktur, biaya dan kemudahan.

f. Pembahasan

[49] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif,* hal. 182
ss

Setelah penulis selesai melakukan penelitian dilapangan tentang analisis kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah di BSI KCP Lubuk Sikaping. Dari penelitian tersebut penulis melakukan penyebaran kusioner kepada nasabah tabungan mudharabah di BSI KCP Lubuk Sikaping sebanyak 69 responden, yang berbentuk pernyataan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah di BSI KCP Lubuk Sikaping.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan mudharabah BSI KCP Lubuk Sikaping. Hal ini dibuktikan dengan dengan hasil uji t diperoleh t hitung yang dihasilkan oleh variabel Kualitas pelayanan sebesar 2.034 dengan tingkat signifikan sebesar 0,046 Hasil signifikan 0,046 < 0,05 yang artinya secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan menggunakan (alpha) α = 0,05 menunjukkan tingkat confidance 95%. Maka keputusan yang diambil adalah Ha diterima dan Ho ditolak, Artinya terdapat pengaruh yang signifikan Variabel X yaitu Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan

Mudharabah di BSI KCP Lubuk Sikaping kabupaten Pasaman.

Nilai koefisien dari variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 0,307, ini menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan meningkat sebesar satuan tersebut, Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah Japlani dan Masdina Daulay tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah, dimana menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. [50]

Sesuai dengan pendapat Fandy Tjiptono bahwa kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi nasabah. Kulitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah, Apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah, maka kualitas pelayanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif oleh nasabah. Begitu juga sebaliknya, apabila pelayanan yang dirasakan lebih buruk dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan

[50] Masdina Daulay, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpatik Di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan,* 2018

dipersepsikan buruk atau negatif. [51]

Dalam islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang/jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas. Pelayanan dalam berbisnis sangat diperhatikan tentunya dilandasi oleh beberapa hal pokok yang meliputi kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta mengetahui keterampilan yang bagus. Dalam Al Qur'an surah Ali Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada orang mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada seseorang (nasabah).

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱ
نفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱ
لْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ
١٥٩

"*Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya*".

Berdasarkan surah diatas, dapat disimpulkan bahwa karakter Rasulullah SAW yang lemah lembut dalam

[51] Tjiptono Fandy, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2008) hal 26

melakukan suatu hal, dan juga pedoman kepada orang mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada seseorang (nasabah). Sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik dan bukan yang buruk. Pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami dan merasakan. Dengan demikian maka penyampaian akan sampai pada *heart share* dan memperkokoh posisi didalam *mind share* konsumen, dengan adanya kedua unsur tersebut, tentu loyalitas konsumen semakin kokoh pula.

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada nasabah tabungan mudharabah BSI KCP Lubuk Sikaping, maka dapat dikemukakan kesimpulan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh posistif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel kualitas pelayanan dengan nilai 2,034 dengan nilai signifikan 0,046 ≤ 0,05. Dan nilai koefisien regresi memiliki nilai 0,307. Dengan demikian dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, maksudnya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Lubuk Sikaping.
2. Uji Adjusted R Squere presentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Nasabah sebesar 0.058 atau 5.8 % Dengan kata lain sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti yaitu kualitas produk, harga, emosional faktur, biaya dan kemudahan

B. Saran

1. Bagi BSI KCP Lubuk Sikaping tetap memberikan peningkatan

kualiatas pelayanan dan kepercayaan untuk mengoptimalkan kepuasan nasabah tabungan mudharabah. Selain itu juga dapat mempertahankan eksistensi bank untuk bersaing di dalam dunia perbankan.

2. Penelitian ini dapat di jadikan sebagai bahan pedoman dan bahan referensi serta dokumentasi bagi pihak kampus, selain dari jurnal dan buku yang telah ada. Dan sebaiknya pihak kampus harus mampu meningkatkan kualitas karya hasil penelitian untuk seluruh mahasiswanya.
3. Bagi peneliti selanjutnya untuk dapat meneliti dengan menambah jumlah responden dan objek penelitian yang berbeda bahkan bisa dengan skala besar, sehingga hasil penelitian tersebut bisa beragam.

Selain itu peneliti selanjutnya sebaiknya dapat mengembangkan penelitiannya, dengan cara menambah jumlah variabel lain, selain dari kualitas pelayanan dan kepercayaan, karena masih banyak faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Tri Basuki. 2017. *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers

Andespa, Roni. Studi perbandingan kualitas pelayanan industry perbankan syariah dengan konvensional. *Jurnal lembaga keuangan dan perbankan.* Volume 1, No. 1, (2016), hal 78-79

Anting Somatri. 2011. *Aplikasi Statistika dalam Penelitian.* Bandung: Pustaka Setia

Daulay Masdina, 2018, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpatik Di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan*

Daulay, Mardiana. 2018. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpatik Di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Padangsidimpuan*

Depak. 2015. Depertemen Agama, Qur'an terjemah surat Ali Imron. Semarang: PT. karya Toha Putra

Depertemen Agama RI. 2002. *Al-Qur'an dan Terjemahannya* Surabaya: Karya Agung

Dr. Basuki, M. Si. 2021. *Manajemen sumberdaya Manusia Strategik Terhadap Kinerja Organisasi di Rumah Sakit.* Bandung: CV Media Sains Indonesia

Dr. Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press

Dr. Madani, 2015. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia

Drs. Ismail, MBA., AK. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia

Durianto, Darmadi. 2004. *Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Fachmi, Muahammad S.E, M.M. 2020. *Strategi Meningkatkan Kepuasan*

Nasabah. Jakarta: CV Pustaka Learning Center

Fandy Tjiptono, 2008 , *Pemasaran Jasa* Yogyakarta: CV Andi Offset

Imam Machali. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Indah Febriana Nina. 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagun.* Jurnal ekonomi, Vol. 03, No 01

Ismail, MBA., AK, 2011, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenadamedia

Karmir, 2014, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pres

Kasmir. 2004. *Manajemen Perbankan.* Jakarta: Raja Grafindo

Kevin Aditya Pratama. 2018. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Cabang Ponogoro.* Yogyakarta: PT. Tiara Wacana

Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo

Madona, Fitri. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BSM Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*

Mamik. 2015. Metodologi Kualitatif Kuntitatif. Taman Sidoarjo: Kencana

Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2006. "*Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi,* (Jakarta: PT. Raja Gravindo Persada

Sitinjak, Tony. 2004. *Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Cutomer Value*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Somatri Anting, 2011 *Aplikasi Statistika dalam Penelitian,* Bandung: Pustaka Setia

Sugiono. 2010. "*Metode Penelitian Bisnis".* Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI0).

Sujarweni Wiratna dkk, 2012 *statistika untuk penelitian*, Yogyakarta, Graha Ilmu,

Sujarweni Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif,*

Suryati, Tatik, Sri Lestari & Wiwik Lestari. 2001. *Analisis PelayananMutu Total dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha Perbankan di Indonesia,* Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, No. 3

Syafi'i Antonio Muhammad. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik.* Jakarta: Gema Insani

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa.* Yogyakarta: CV Andi Offset

Tumbel, Altje. 2017. *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Amurang Kabupaten Minahasa Selatan,* Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum, Vol. 3, No, 1

Wiratna Sujarweni V. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*

Wawancara dengan Bapak Ismadi pada 23 Januari 2023

Wawancara dengan Bapak Sulaiman S pada 23 Januari 2023

Wawancara dengan Custumer Service BSI Lubuk Sikaping pada 23 Januari 2023

Wawancara dengan Ibu Neldawati pada 23 Januari 2023

Wawancra dengan Ibu Ila pada 23 Januari 2023