

**ANALISIS PENGARUH LAYANAN *FRONT OFFICER*
TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA
KANTOR KAS BANK SYARIAH MANDIRI KALIURANG**

*(Analysis Of The Effect Of Front Officer Service On Customer
Satisfaction Level In Bank Syariah Mandiri Office Kaliurang)*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari
Program Studi Ekonomi Islam



Acc untuk munaqasah
Oleh Pembimbing

Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec

Oleh :

HANI SYAHIDAH

16423048

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2020

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hani Syahidah
Nim : 16423048
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Layanan *Front Officer*
Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada
Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 18 Juni 2020 M

Hani Syahidah

NOTA DINAS

Yogyakarta, 18 juni 2020

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr Wb

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 5926/Dek/60/FIAI/XII/2019 tanggal 18 Juni 2020 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Hani Syahidah
Nim : 16423048
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Layanan *Front Officer*
Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada
Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana. Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Dosen Pembimbing



Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Hani Syahidah
Nomor Mahasiswa : 16423048
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Layanan *Front Officer* Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

Bersamaan dengan surat rekomendasi ini, menyatakan bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program studi ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 18 Juni 2020



Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT. atas segala nikmat dan karunia-Nya, Shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Banyak bersyukur sama Allah SWT yang memberi kemudahan dan kelancaran kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini, atas izin dan ridho-Nya lah skripsi ini akhirnya terselesaikan.

Skripsi ini saya persembahkan untuk Orang tua saya, terkhusus Abi saya Basuki Dwiyanto atas jerih payah membantu dalam setiap kesulitan saya, do'a dan usahanya yang telah mengantarkan saya hingga di titik ini.

Kakak saya Fitri Fadhillah ,adek saya Umar Abdul Karim, dan Adek saya Hafidzah Khoirunnisa yang tiada hentinya selalu menjadi sumber kekuatan di hidup saya, yang memberikan do'a, dan memberikan semangat tiada henti.

Sahabat sekaligus teman dekat saya yaitu Ratih, Suci, Jihan, Ayas, Yola, Mellya, ellak, gite yang selalu menjadi penghibur, tempat keluh kesah, tempat curhat saya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Seluruh teman-teman, saudara-saudara dan dosen pembimbing saya serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu mendukung dan mendo'akan penulis agar skripsi ini dapat selesai.

MOTTO

“Barang siapa yang membantu menghilangkan satu kesedihan (kesusahan) dari sebagian banyak kesusahan orang mukmin ketika di duni, maka Allah akan menghilangkan satu kesusahan (kesedihan) dari sekian banyak kesusahan dirinya pada hari kiamat kelak. Dan barang siapa yang memberikan kemudahan (membantu) kepada orang yang kesusahan niscaya Allah akan membantu memudahkan urusannya di dunia dan akhirat. Dan barang siapa yang menutup aib orang muslim, niscaya Allah akan menutup aibnya dunia akhirat. Sesungguhnya Allah akan selalu menolong seorang hamba selama dia gemar menolong saudaranya”

(HR. Muslim)



ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH LAYANAN FRONT OFFICER TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA KANTOR KAS BANK SYARIAH MANDIRI KALIURANG

HANI SYAHIDAH

16423048

Perkembangan serta kemajuan perbankan syariah di industri perbankan syariah di Indonesia menimbulkan persaingan antar bank semakin kompetitif. Bank yang sudah berkembang dan memiliki keunggulan kompetitif harus bisa memberikan jasa berkualitas dengan biaya yang murah dan layanan yang baik sehingga dapat memuaskan kebutuhan nasabah dan timbulnya kepuasan nasabah. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui layanan front officer Kantor Kas Bank Syariah Mandiri yang sebagian nasabahnya Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Islam Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi sebanyak kurang 23.000 mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia aktif kuliah dan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling dan bagian simple Quota sampling, artinya bentuk dari sampel distratifikasikan secara proposional, namun tidak dipilih secara acak melainkan secara kebetulan saja. Sumber data yang digunakan yaitu data primer, dan metode analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Tangibles* (Bukti Fisik) berpengaruh signifikan dan positif terhadap layanan Front Officer terhadap kepuasan nasabah pada Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

Kata Kunci: Kualitas Layanan Front Officer, Kepuasan Nasabah.

ABSTRACT

Analysis Of The Effect Of Front Officer Service On Customer Satisfaction Level In Bank Syariah Mandiri Office Kaliurang

Hani Syahidah

16423048

The development and progress of sharia banking in the sharia banking industry in Indonesia has made competition among banks increasingly competitive. Banks that have developed and have a competitive advantage must be able to provide quality services at low cost and good service so as to satisfy customer needs and customer satisfaction. Based on this background, the authors conducted this research with the aim to find out the front officer services of the Bank Syariah Mandiri Cash Office, some of which were students of Islamic University of Indonesia.

This study uses a quantitative method with a population of less than 23,000 students of the Islamic University of Indonesia that were actively lecturing and a sample of 100 respondents using purposive sampling techniques and a simple part of Quota sampling, it means that the form of the sample is proportionally stratified, but not chosen randomly yet by chance only. The data source used is primary data, and the data analysis method of this study uses multiple linear regression analysis.

The results showed that the variables of Reliability, Responsiveness, Tangibles (Physical Evidence) have a significant and positive effect on the Front Officer service to customer satisfaction at the Bank Syariah Mandiri Cash Office.

Keywords: Front Officer Service Quality, Customer Satisfaction.

KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th. 1987
Nomor: 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dikehendaki oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab dipergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam beserta penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju ke arah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan MA, 2)

Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. domain transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutoh
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)

ط	Ta	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3 Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـِـَ...ي	Fathah dan ya	Ai	a dan u
ـِـَ...و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...آ...ِ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...يِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutahhidup

Ta' marbutahhidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/

Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

- الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



KATA PENGANTAR



إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَعِينُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا، مَنْ يَهْدِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا هَادِيَ لَهُ. وَأَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَحْدَهُ لَا شَرِيكَ لَهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ.

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Segala puji dan syukur penulis sampaikan kehadiran Allah SWT atas limpahan dan karunia-Nya yang telah diberikan. Tidak lupa shalawat serta salam penulis sampaikan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, kepada segenap keluarganya, sahabatnya serta umatnya sepanjang masa.

Dari awal berjalannya penyusunan tugas akhir ini penulis mengakui masih belum maksimal dalam menjalankannya. Namun seiring berjalannya waktu, pada akhirnya penulis mendapatkan ilmu yang sangat luar biasa, dapat memaknai nilai hakiki dari keseluruhan proses penyusunan skripsi guna untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Skripsi ini mencakup seluruh kerja keras dan jerih payah penulis selama menjalankan proses perkuliahan. Bermula dari observasi, perencanaan dan proses penyusunan berlangsung. Menyadari segala kekurangan, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini tanpa bantuan dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk dapat menuntut ilmu di Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Dr. H Tamyiz Mukharom, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

3. Ibu Dr. Dra. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas IslamIndonesia.
4. Ibu Soya Sobaya, S.E.I., M.M. selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang sangat baik dan tentunya sangat sabar dalam memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi saya sampai akhir sehingga skripsi saya dapat berjalan lancar dan Insya Allah dengan hasil yang baik.
6. Segenap Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberi bekal ilmu Pengetahuan kepada saya.
7. Kedua orang tua saya, Basuki Dwiyanto dan Elty Puspasari (Alm) dan LilianaSofyan dan saudara kandung saya Kakak dila, umar,hafidzoh atas segala do'a, kasih sayangnya baik dalam bentuk cinta maupun materi dan memberikan motivasi demi kelancaran skripsi saya tiada henti.
8. Ella Deskomariatno sobat dari zaman SMA Ratih, Jihan, Suci, Ayas, Adilla sobat dari awal perkuliahan tempat berkeluh kesah, dan selalu jadi pengingat untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Yola Torina, Mellya Zaizafun, Dita Abriyani, Ardi, Arfi, dan Andri yang selalu memberikan doa dan semangatnya untuk menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendukung dan membantu.

Penulis menyadari bahwa baik dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk kedepannya dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat berguna serta menambah wawasan dan pengetahuan penulis dan terutama bagi para pembaca.

Yogyakarta, 18 juni 2020

Hani Syahidah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDU	i
LEMBAR HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	xix
DAFTAR ISI	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	8
A. Telaah Pustaka.....	8
B. Landasan Teori.....	12
1. Kualitas Layanan.....	12
2. Kualitas Layanan Menurut Perspektif Islam.....	13
3. Kepuasan Pelanggan	16
4. Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Islam.....	17
C. Kerangka Berfikir.....	18
D. Hipotesis Penelitian.....	18

BAB III METODE PENELITIAN.....	20
A. Desain Penelitian.....	20
B. Lokasi Penelitian.....	20
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian	20
D. Objek Penelitian	20
E. Populasi dan Sampel	21
F. Sumber Data.....	22
G. Teknik Pengumpulan Data.....	23
H. Definisi Operasional Variabel.....	23
I. Instrumen Penelitian.....	24
J. Teknik Analisis Data.....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Gambaran Responden Nasabah Kantor Kas BSM.....	31
B. Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	34
1. Uji Validitas	34
2. Uji Reabilitas.....	40
C. Analisis Statistik Deskriptif	41
D. Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah	43
E. Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
F. Analisis Koefisien Determinasi (R-Square).....	49
G. Uji Hipotesis Pengaruh Layanan <i>Front Officer</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	50
H. Impact Pengaruh Layanan <i>Front Officer</i> Terhadap Kepuasan Nasabah....	51
I. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Hasil Penelitian Kepuasan Nasabah.....	58
BAB V PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi	27
Tabel 4.1 Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.2 Deskripsi Berdasarkan Umur	32
Tabel 4.3 Deskripsi Berdasarkan Fakultas	32
Tabel 4.4 Deskripsi Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	33
Tabel 4.5 Deskripsi Berdasarkan Berapa Kali kunjungan Nasabah	34
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas <i>Reability</i> (Keandalan) (X_1).....	35
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) (X_2).....	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas <i>Assurance</i> (Jaminan) (X_3)	37
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Empathy</i> (Perhatian) (X_4).....	38
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) (X_5).....	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)	39
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.13 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	41
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	44
Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi	45
Tabel 4.17 Pengambilan Keputusan Hasil Uji autokorelasi	45
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	47
Tabel 3.20 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	49
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4.22 Hasil Uji t.....	51

DAFTAR GAMBAR

Tabel 2.1 Kerangka Berfikir	18
-----------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan serta kemajuan perbankan syariah di industri perbankan di Indonesia menimbulkan persaingan antar bank semakin kompetitif. Bank yang sudah berkembang dan memiliki keunggulan kompetitif harus bisa memberikan jasa berkualitas dengan biaya yang murah, dan layanan yang baik sehingga dapat memuaskan kebutuhan nasabah dan timbulnya kepuasan nasabah. Dalam industri yang mengutamakan jasa, kualitas layanan adalah faktor yang sangat penting karena sebagai suatu *profit strategy* dalam memikat pelanggan yang baru, mempertahankan pelanggan yang lama, serta menghindari perpindahan pelanggan. (Sudarsono, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah , 2008).

Kualitas Pelayanan yang diberikan perusahaan/ perbankan tidak hanya memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim memberikan pelayanan harus berdasarkan nilai-nilai syariah agar terwujudnya nilai ketakwaan serta membuktikan konsistensi keimanannya dalam menjalankan syariat islam. Dalam pandangan islam yang menjadikan tolak ukur dalam menilai kualitas pelayanan yaitu standarisasi syariah. Manusia di syariatkan agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam melakukan aktivitas atau memecahkan permasalahan. Islam juga mengajarkan jika memberikan hasil usaha berupa barang atau jasa harus memberikan yang terbaik dan berkualitas.

Pada dasarnya dimensi kualitas pelayanan meliputi bukti fisik (tangibles), keandalan (reability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan perhatian (emphaty). Salah satu kualitas pelayanan yang populer dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1990). Servqual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan nyata yang mereka terima (Perceived Service) dengan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan/diinginkan (Expected

Service). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan tersebut memuaskan. (Rastini, 2016).

Metode servqual mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat seberapa jauh perbedaan antara persepsi dengan ekspektasi atas layanan yang pelanggan terima ditampilkan dengan model servqual yang disempurnakan oleh Parasuraman. Terdapat lima gap dalam metode servqual yaitu (Christopher, 2010) :

1. Gap 1 *Reability*, kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen.
2. Gap 2 *Responsiveness*, kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa.
3. Gap 3 *Empathy*, kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.
4. Gap 4 *Assurance*, kesenjangan penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.
5. Gap 5 *Tangibles*, kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan.

Dalam penelitian (Cahyani, 2016) meneliti keseluruhan Perbankan Syariah di Yogyakarta dengan menggunakan metode SERVQUAL dalam penelitian ini faktor dimensi *responsiveness* dan *emphaty* berpengaruh signifikan dan merupakan faktor yang memberikan efek besar bagi kepuasan pelanggan di perbankan syariah. Penelitian (Wahab, 2017) bahwa kualitas layanan 5 dimensi servqual semuanya berpengaruh positif dan signifikan.

Dari hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa 5 dimensi servqual memiliki hasil yang baik dalam mencapai kepuasan nasabah di perbankan

syariah. Namun menurut penulis kualitas layanan di perbankan syariah masih sangat kurang memuaskan bagi nasabah dan 5 dimensi servqual untuk mencapai kepuasan nasabah masih sangat tidak memuaskan. Dari hasil observasi yang dilakukan penulis bahwa 80% nasabah mahasiswa masih mengeluhkan pelayanan terutama di Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

Kantor Kas Bank merupakan kantor bank yang paling kecil, artinya jasa layanan bank hanya meliputi teller dan customer. Kantor kas hanya melayani sebagian kecil dari kegiatan perbankan. Kantor kas ini menjadi sorotan penulis untuk meneliti karena dalam penelitian putri (Cahyani, 2016) yang meneliti 4 perbankan syariah yaitu Bank Muamalat Indonesia, BNI Syariah, BTN Syariah dan BPD DIY Syariah yang semuanya merupakan kantor cabang yang bersifat luas menunjukkan bahwa 3 faktor berpengaruh signifikan positif. (Peneliti tergugah untuk meneliti secara spesifik yaitu satu instansi dan ruang lingkup yang kecil karena penelitian yang dilakukan putri belum dianggap mampu melihat kualitas pelayanan yang dapat memuaskan nasabah.

Setiap nasabah mempunyai persepsi yang berbeda-beda dalam menentukan bank yang ideal menurut mereka, sehingga mereka membuat kategori tertentu yang mempengaruhi pemilihan dalam menjadi nasabah suatu bank. Dengan adanya perbedaan kategori-kategori bank yang diinginkan nasabah, bank dituntut lebih untuk melakukan inovasi dalam menyajikan pelayanan yang berkualitas bagi nasabahnya. Oleh karena itu bank harus mengevaluasi serta meriset ulang kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya.

Peningkatan pelayanan kepada para nasabah adalah hal yang sangat penting dalam usaha meningkatkan kepuasan para nasabah, karena para nasabah sangat besar peranannya dalam pendapatan sebuah bank, hal ini secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap eksistensi perbankan itu sendiri. Setiap bank memiliki masing-masing strategi dalam hal pelayanan nasabah, dengan memberikan pelayanan yang terbaik tentunya

nasabah akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan sehingga akan tetap setia menggunakan produk-produk yang ditawarkan pihak perbankan dan pada akhirnya menjadi nasabah tetap di bank tersebut. (Kasmir, 2002)

Menurut Bagyono (2012) front officer berasal dari bahasa Inggris “*front*” yang artinya depan, dan “*office*” berarti kantor. Front officer adalah kantor depan yang merupakan sebuah department yang letaknya di bagian depan, dan tempatnya tidak begitu jauh dari tempat lobby. Front officer juga dikenal sebagai *the first and the impression of the guest* yang artinya bagian inilah yang pertama dan terakhir bagi tamu bertatap muka. Front officer dalam penelitian ini penulis meneliti customer dan teller. Teller dan CS sebuah bank merupakan bagian yang sangat berpengaruh terhadap pelayanan keseluruhan, karena hampir semua nasabah akan mendatangi banking hall untuk melakukan transaksi di counter teller dan CS, bertujuan untuk menanyakan informasi terkait produk-produk di bank tersebut, melakukan penyetoran, pencairan, penarikan, pembuatan rekening dll.

Oleh karena itu peran Teller dan CS sangat berpengaruh terhadap reputasi pelayanan sebuah bank, dengan hampir sebagian nasabah mengunjungi counter teller dan CS untuk bertransaksi agar tercapainya kepuasan nasabah, hal yang sering terjadi di suatu bank yaitu nasabah harus mengantri sebelum mendapatkan pelayanan. Nasabah memiliki persepsi dalam menilai kualitas sistem operasi suatu bank berdasarkan lamanya waktu menunggu atau kecepatan Front Officer dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Salah satu bagian yang bertugas melayani para nasabah ialah teller. Teller merupakan salah satu jabatan yang berfungsi sebagai pelaksana kegiatan transaksi keuangan tunai dengan nasabah di counter money. Dengan kata lain, teller berhubungan langsung dengan para nasabah. Pelayanan yang diberikan oleh bagian ini tentunya akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. (Harayah, 1998).

Penghimpunan dana dari masyarakat tentu saja memerlukan strategi yang jitu, termasuk bagi mahasiswa, mereka dalam kesehariannya membutuhkan jasa perbankan untuk kepentingan yang berbeda-beda seperti transfer, uang bulanan, menabung, dan transaksi jual beli online. Data badan pusat statistik (BPS) tahun 2010 menyebutkan bahwa penduduk dengan usia 15-19 tahun sebanyak 20.871.086 orang, dan usia 20-24 tahun sebanyak 19.878.417 orang. Data ini menunjukkan bahwa kalangan mahasiswa memiliki potensi pasar yang cukup besar bagi perbankan syariah. (Republika, 2014)

Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu perbankan syariah yang berkembang cukup pesat. Pelayanan front Officer harus identik dengan bahasa yang formal, dan ramah. (Nengsih, 2015) Perkembangan ini menjadi alasan ke dua penulis tergugah untuk meneliti. Sehingga penulis ingin meneliti terkait kepuasan nasabah terhadap layanan front officer yang dimana nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang terdapat nasabah mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan SERVQUAL untuk mengukur kualitas layanan Front Officer Kantor Kas Bank Syariah Mandiri. SERVQUAL ini meliputi *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangibles* agar bisa menjadi tolak ukur untuk mengetahui kualitas layanan di KK BSM Kaliurang. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Analisis Pengaruh layanan Front Officer Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis kemukakan diatas, dirumuskanlah masalah penelitian yaitu: Bagaimana pengaruh layanan *Front Officer* terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang?

C. Tujuan Penelitian.

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh layanan *Front Officer* terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti diharapkan dapat memberi relevansi sebagai berikut :

1. Bagi Akademik, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak khazanah kepustakaan dalam bidang ekonomi islam, baik itu untuk kepentingan penelitian yang berkaitan dengan layanan front officer terhadap kepuasan nasabah.
2. Bagi Praktisi, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi para praktisi lembaga keuangan syariah, khususnya Kantor Kas Bank Syariah Mandiri (BSM) Kaliurang dalam mengambil kebijakan yang berkaitan dengan layanan nasabah.

E. Sistematika Penulisan

BAB I. Pada bab ini berisi pendahuluan yang membahas tentang latar belakang yang diteliti dari masalah-masalah yang telah ditentukan. Dalam bab ini menjelaskan berbagai macam permasalahan yang dihadapi baik dari segi ruanglingkup permasalahan yang akan diteliti, rumusan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian yang muncul dari tujuan penelitian yang akan tercapai, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. Pada bab ini terdiri dari dua sub bab yang berisi tentang kajian pustaka dan landasan teori. Kajian pustaka dalam bab ini membahas tentang penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya yang dapat mendukung penelitian ini. Landasan teori dalam bab ini berisi

berbagai tentang macam teori yang mendasari penelitian ini yang berhubungan dengan pengaruh Leverage, ukuran perusahaan, kecukupan modal, dan likuiditas terhadap profitabilitas bank umum syariah.

BAB III. Pada bab ini berisi metode penelitian, dalam bab ini diuraikan antara lain desain penelitian, obyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan untuk memperoleh hasil penelitian.

BAB IV. Pada bab ini berisi hasil analisis data dan pembahasan, yang di dalamnya menjelaskan mengenai keseluruhan analisis data yang telah dilakukan. Data yang telah diperoleh kemudian dikumpulkan, dikaji, dan dibahas secara mendalam dan kemudian dilakukan analisis terhadap variabel yang mempengaruhi.

BAB V. Pada bab ini berisi penulis menguraikan kesimpulan dan saran penelitian. Kesimpulan dihasilkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dan saran berisi tentang saran bagi pihak perbankan syariah, bagi pihak akademisi, dan juga penyempurnaan bagi peneliti di penelitian selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Pada bagian ini penyusun menyajikan beberapa tulisan maupun hasil penelitian yang berkaitan dengan kualitas layanan yang dapat dijadikan referensi bagi penelitian tentang kualitas pelayanan. Adapun penelitian-penelitian yang sebelumnya yang telah berhasil penyusun temukan adalah sebagai berikut :

Penelitian yang disusun oleh (Cahyani, 2016) dengan judul “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor kualitas layanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah, kriteria terpenting yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dan menganalisis tingkat kepuasan nasabah di masing-masing bank Islam di Yogyakarta dengan adaptasi model CARTER. CARTER adalah model yang didasarkan pada dimensi SERVQUAL, dengan dimensi baru yang disebut "Kepatuhan dengan hukum Islam yang sesuai untuk industri perbankan syariah. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 200 nasabah yang terdiri dari empat perbankan syariah di Yogyakarta. Metode analisis yang digunakan Structural Equation Model (SEM). Kesimpulan dari penelitian ini mengenai kepuasan pelanggan tentang kualitas pelayanan di bank syariah telah di atas moderat (cukup tinggi). Faktor yang memberikan efek besar bagi kepuasan pelanggan di perbankan syariah adalah faktor responsiveness, compliance , dan empathy. Dengan analisis varians disimpulkan bahwa kualitas setiap bank syariah tidak memiliki perbedaan yang signifikan..

Penelitian yang disusun oleh (Kharisma Nawang Sigit, 2017) dengan judul “Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas.

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Kredit Usaha Rakyat BRI Unit Warungasem. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 nasabah Kredit Usaha Rakyat di BRI Cabang Batang Unit Warungasem yang sudah mengambil minimal dua kali kredit KUR. Pengukuran jawaban instrumen menggunakan skala likert 1-7 alternatif jawaban. Pengujian instrumen menggunakan validitas dan reliabilitas, pengujian model menggunakan koefisien determinasi, dan uji F (*goodness of fit*). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t. Variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu Kualitas Produk, kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah. Kualitas Layanan berpengaruh terhadap loyalitas Nasabah. Kualitas Layanan berpengaruh terhadap loyalitas Nasabah, Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas Nasabah.

Penelitian yang disusun oleh (Wahab, 2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru.” Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan bank syariah. Penelitian dilakukan di kota dari Pekanbaru. Sampel sebanyak 200 pelanggan. Penelitian menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menemukan ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari kelima faktor kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru yang paling kecil pengaruhnya adalah variabel *reliability*.

Penelitian yang disusun oleh (Chrismastianto, 2017) dengan judul “Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia.” Penelitian ini bertujuan untuk menyikapi realisasi era digital saat ini, kualitas layanan perbankan di Indonesia diharapkan semakin meningkat secara signifikan, agar mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat, khususnya bagi masyarakat yang tinggal di daerah 3T (Terdepan, Terluar, dan Terpencil). Serta untuk menganalisis secara lebih

mendalam mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) implementasi teknologi finansial terhadap kualitas layanan perbankan Indonesia di era digital melalui studi literatur perbankan. Metoda penelitian yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian setelah melakukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) terhadap implementasi teknologi finansial, maka dapat disimpulkan bahwa teknologi finansial tersebut memiliki tingkat efektivitas yang baik untuk meningkatkan kualitas layanan perbankan di Indonesia, khususnya bagi masyarakat yang tinggal di daerah 3T (Terdepan, Terluar, dan Terpencil).

Penelitian yang disusun oleh (Cempaka Dyah Pramita, 2015) dengan judul “Pengaruh Servicescape (Lingkungan Layanan) Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah.” Penelitian ini bertujuan untuk perbaikan layanan jasa bank saat ini seperti merancang interior menjadi lebih menarik, kenyamanan ruang tunggu, kebersihan lingkungan layanan, kualitas peralatan dan perabotan kantor yang menunjang kecepatan dan kemudahan dalam memberikan layanan terhadap nasabah, serta para karyawan yang bersikap ramah dan berpenampilan rapi. Perbaikan layanan bank tersebut merupakan cara untuk membentuk kepuasan nasabah yang pada gilirannya loyalitas nasabah makin tinggi serta nasabah tidak mudah berpindah ke bank lain bahkan akan merekomendasi relasinya berhubungan dengan bank tersebut. Pada penelitian ini jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Sampel sebanyak 101 orang responden yang merupakan nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Kantor Cabang Kediri yang menggunakan tabungan SIMPEDA dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan dengan menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis Jalur (*Path Analysis*) dengan program *SPSS*. Dapat disimpulkan bahwa *Servicescape* mempengaruhi Kepuasan Nasabah, dan Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Dengan demikian, sebaiknya

perusahaan PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Kantor Cabang Kediri terus mempertahankan dan meningkatkan pelayanan terhadap *Servicescape* (Lingkungan Layanan).

Penelitian yang disusun oleh (Mulyaningsih, 2016), dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP di Denpasar.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan pada Bank OCBC NISP di Denpasar. Penelitian ini dilakukan pada Bank OCBC NISP di Denpasar. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 105 responden, dengan metode *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* dan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan teknik analisis regresi berganda dan berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank OCBC NISP di Denpasar. Hasil penelitian ini kualitas layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank OCBC NISP di Denpasar.

Penelitian yang disusun oleh (Ekazaputri, 2018), dengan judul “Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variabel Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BPR Labuh Gunung Payakumbuh.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *service performance* (X) dan kepuasan (Z), secara simultan dan parsial terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT. BPR Labuh Gunung Payakumbuh, dengan menggunakan metode pengumpulan data yaitu berupa kuesioner sebanyak 98 responden. Pada analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier variabel moderator, uji f, uji t, koefisien determinan R² dengan menggunakan alat bantu SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan, variabel kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepuasan sebagai variabel moderating dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah secara parsial maupun simultan dan moderasi dari kepuasan memperkuat pengaruh

service performance terhadap loyalitas nasabah secara parsial maupun simultan..

Penelitian yang disusun oleh (Windarwanto, 2018), dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT Pegadaian (Persero) KCP Sentul Yogyakarta).” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT Pegadaian (Persero) KCP Sentul Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik purposive sampling. Dimensi kualitas pelayanan terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, kepedulian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KCP Sentul Yogyakarta.

Berdasarkan semua telaah pustaka yang telah disebutkan, belum ada penelitian yang membahas bagaimana pengaruh layanan front officer pada nasabah mahasiswa/mahasiswi. Hal ini membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh layanan front officer terhadap tingkat kepuasan nasabah mahasiswa/mahasiswi.

B. Landasan Teori

1. Kualitas Layanan

Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan persyaratan tersebut (Tjiptono, 2005). Dikatakan kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Goeth dan David oleh tjiptono, bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Pelayanan adalah menurut kotler yaitu “ *A service any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible*

and doesn't result in the ownership of anything, its production may or may not be a physical product." Maksudnya yaitu bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. produksinya dapat dikaitkan atau tidak pada suatu produk fisik (Laksana, 2008). Pelayanan menurut moenir adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung.

Dari pengertian diatas, maka kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan yang harus dimiliki oleh perusahaan baik yang memproduksi barang maupun jasa. Selain itu, kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan ternyata yang diterima lebih dari yang diinginkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan bermutu dan konsumen akan merasa puas, dan sebaliknya jika kenyataan ternyata kurang dari apa yang diharapkan maka pelayanan dikatakan tidak bermutu.

2. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syari'at islam.

Dalam pandangan Islam, yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan adalah standarisasi syariah. Islam mensyari'atkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan aktivitas ataupun memecahkan setiap masalah. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk kepada orang lain.

- a) *Reability* (Keandalan) adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yangdijanjikan dengan segera, akurat serta memuaskan. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab,

karyawan sopan dan ramah. Hal ini ditegaskan dalam Firman Allah Qur'an Surat Al-Isra' ayat 34 yang berbunyi:

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۗ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ
إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Artinya : “Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; Sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawabnya.” (Agama RI, 2004).

- b) *Responsiveness* (Daya Tanggap) adalah suatu respon/kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dalam islam kita harus selalu menepati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini ditegaskan dalam Firman Allah Qur'an Surat Al-Maidah ayat 1 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ أُحِلَّتْ لَكُم بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُنْتَلَىٰ
عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحْلِيِّ الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu.(yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”. (Agama RI, 2004)

- c) *Assurance* (Jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk/jasa secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Hal ini ditegaskan dalam Firman Allah Qur'an Surat An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Agama RI, 2004).

- d) *Empathy* (Empati) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumennya. Perhatian yang diberikan haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikut seruan Allah Swt untuk selalu berbuat baik kepada orang lain. Hal ini ditegaskan dalam Firman Allah Qur’an Surat An-Nahl ayat 90 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ
يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”. (Agama RI, 2004).

- e) *Tangible* (Bukti Fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, contohnya gedung, tempat parkir, media komunikasi dan lain sebagainya yang bersifat fisik. Dalam menjalankan operasional perusahaan harus memperhatikan sisi penampilan fisik karyawan dalam hal berbusana yang santun, beretika dan syar’i. Hal ini ditegaskan dalam Firman Allah Qur’an Surat Al-A’raf ayat 26 yang berbunyi:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا ۗ وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ
ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya: “Hai anak Adam, Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk

perhiasan. dan pakaian takwa Itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat”. (Agama RI, 2004).

3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika mereka puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Sedangkan menurut Zulian Yamit (2005) “Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya”. Dalam konsep kepuasan konsumen, terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja.

Menurut Irawan (2004) faktor-faktor yang pendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

- Kualitas produk, pelanggan puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
- Harga, untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi.
- Service quality, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.
- Emotional Factor, pelanggan akan merasa puas/ bangga karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

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

4. Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Islam

Kepuasan Pelanggan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Di dalam teori ekonomi, kepuasan seseorang dalam mengonsumsi suatu barang dinamakan utility atau nilai guna. Kalau kepuasan terhadap suatu benda semakin tinggi, maka semakin tinggi pula nilai gunanya. Sebaliknya, bila kepuasan terhadap suatu benda semakin rendah maka semakin rendah pula nilai gunanya. Kepuasan dalam terminologi konvensional dimaknai dengan terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan fisik.

Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mementingkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara zatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersifat israf (royal) dan tabzir (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi. (Hesunida, 2019)

Dalam Islam, tujuan kepuasan pelanggan bukanlah konsep utilitas melainkan kemaslahatan. Konsep utilitas sangat subjektif karena bertolak pada pemenuhan kebutuhan atau needs. Mashlahah dipenuhi berdasarkan pertimbangan rasional normatif dan positif, maka ada kriteria yang objektif tentang suatu barang ekonomi yang memiliki mashlahah ataupun tidak.

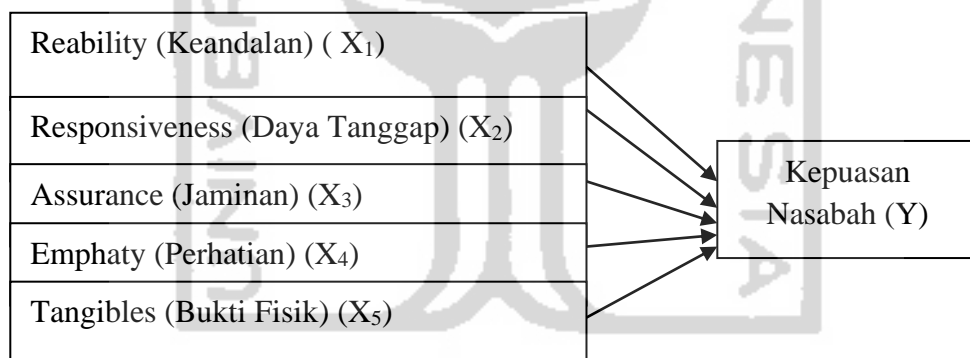
Menurut pendapat Qardhawi (1997), sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:

- Sifat Jujur, sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut.
- Sifat Amanah, mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya.

- Sifat Siddiq, tidak berdusta dalam bertransaksi, berdusta sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah.

C. Kerangka Berfikir

Berdasarkan landasan teori yang telah dijabarkan di atas, maka penelitian ini menganalisis pengaruh layanan front officer terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel independen yaitu *Reability* (Keandalan) (X_1), *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X_2), *Assurance* (Jaminan) (X_3), *Emphaty* (Perhatian) (X_4), *Tangibles* (Bukti Langsung) (X_5), serta variabel dependen yaitu kepuasan nasabah untuk menggunakan produk (Y). Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh dari masing-masing variabel. Kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

D. Hipotesis Penelitian

1. Pengaruh *Reability* (Keandalan) terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

H_{01} : *Reability* (Keandalan) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri

H_{a1} : Pengaruh *Reability* (Keandalan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

2. Pengaruh *Responsiveness* (Daya Tanggap) terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

H₀₂ : *Responsiveness* (Daya Tanggap) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

H_{a2} : Pengaruh *Responsiveness* (Daya Tanggap) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

3. Pengaruh *Assurance* (Jaminan) terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

H₀₃ : *Assurance* (Jaminan) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

H_{a3} : Pengaruh *Assurance*/Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

4. Pengaruh *Emphaty* (Perhatian) terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

H₀₄ : *Emphaty* (Perhatian) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri

H_{a4} : Pengaruh *Emphaty* (Perhatian) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

5. Pengaruh *Tangible* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

H₀₅ : *Tangible* (Bukti Fisik) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri

H_{a5} : Pengaruh *Tangibles*/Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variable mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian dilakukan di Kantor Kas Bank Syariah Mandiri, Ruang PPKF Lt. 1, Kampus Terpadu UII, Jl. Kaliurang KM. 14,5 Sleman, Yogyakarta.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilakukan selama 3 bulan, dari bulan Februari 2019 sampai dengan bulan April 2020.

D. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil obyek penelitian yaitu nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang terutama nasabahnya mahasiswa/mahasiswi UII yang membuka rekening tabungan.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya untuk dijadikan sebagai sumber data dalam suatu penelitian (Sugiyono,2008). Populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 100 orang.

2. Sampel

Sampel menurut adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi (population) (Sutama, 2015). Sampel dalam penelitian ini adalah para nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Mahasiswa/mahasiswi UII yang membuka rekening, atau sedang melakukan transaksi apapun dengan jumlah nasabah Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jenis sampelnya adalah quota sampling. Kriteria yang ditetapkan penulis dalam *purposive sampling* untuk sampelnya yaitu merupakan nasabah KK Bank Syariah Mandiri yang menjadi mahasiswa/mahasiswi UII, jenis kelamin, umur, fakultas, lamanya menjadi nasabah, dan berapa kali mengunjungi KK Bank Syariah Mandiri.

Dalam teknik *purposive sampling*, seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya. Quota sampling, artinya bentuk dari sampel distratifikasikan secara proposional, namun tidak dipilih secara acak melainkan secara kebetulan saja. Besarnya sampel yang diperlukan penelitian ditentukan berdasarkan sifat populasi, waktu yang diperlukan dan sumber daya yang tersedia bagi peneliti. Penulis mengambil sampel dari jumlah mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia yang berjumlah 23.000 yang aktif dan ditentukan dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

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

n = Ukuran Sampel

$N =$ Ukuran Populasi

$e =$ nilai kritis (batas ketelitian) umumnya digunakan 1% atau 0,01

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh hasil dari perhitungan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{23.000}{1 + 23.000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{23.000}{1 + 23.000(0,01)}$$

$$n = \frac{23.000}{1 + 230}$$

$$n = \frac{23.000}{231}$$

$$n = 99,5$$

Dari hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dan 23.000 mahasiswa/mahasiswi UII yang aktif.

F. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber pertama, baik individu maupun kelompok, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner. Sumber data primer, sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2016). Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah tanggapan responden mengenai harapan dan persepsi terhadap kualitas layanan dari Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang dengan cara membagikan kuisioner kepada nasabah.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data sekunder yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan, baik oleh pihak pengumpulan data sekunder atau pihak lain. Sumber data sekunder, sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya melalui orang lain atau dokumen

(Sugiyono, 2016). Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari jurnal, artikel, dan daftar pustaka lainnya.

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket (*Questionnaire*)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016). Mengajukan beberapa pertanyaan secara tertulis yang dirancang untuk mengumpulkan data persepsi dan harapan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang.

Dalam penelitian ini kuisoner atau pertanyaan memiliki skala 1-10 yaitu skala likert. Skala likert merupakan alat untuk mengukur (mengumpulkan data dengan cara “mengukur-menimbang” yang “itemnya” (butir-butir pertanyaannya) berisikan (memuat) pilihan yang berjenjang.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu, dokumen dapat berupa tulisan, gambar, karya-karya monumental seseorang. Dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data tentang hasil kepuasan nasabah terhadap layanan Front Officer di Kantor Kas Bank Syariah Mandiri.

H. Definisi operasional variabel

1. Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel indenpenden terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah semua variabel dalam kualitas layanan yang di beri tanda X. Variabel- variabel penelitian yang digunakan :

- a. X_1 (*Reability* /Keandalan) adalah menunjukkan keandalan atau kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa, serta pelayanan pemeriksaan yang cepat dan tepat, dan prosedur penerimaan konsumen/ pelanggan atau sistem antrian yang tertib dan teratur.

- b. X_2 (*Responsiveness/ Daya Tanggap*) adalah front officer memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti, serta kemampuan front officer dalam cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan konsumen/nasabah.
- c. X_3 (*Assurance/ Jaminan*) adalah Pemberian pelayanan oleh front officer dalam perbaikan dalam bentuk garansi, keterampilan dan kecakapan dalam bekerja, dan kualitas spare part yang bagus.
- d. X_4 (*Empathy /Perhatian*) adalah front officer dalam melakukan konsultasi dan saran-saran kepada konsumen, memberikan perhatian khusus kepada nasabahnya dengan penuh rasa tanggung jawab.
- e. X_5 (*Tangibles /Bukti langsung*) adalah kebersihan, kerapian , kenyamanan ruang tunggu, kebersihan dan kerapian front officer.

2. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah di beri tanda Y.

I. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yaitu sebagai alat bantu untuk menganalisis hasil penelitian dalam metode pengambilan data yang dilakukan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan instrumen dalam bentuk kuesioner, kuisoner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada responden untuk memperoleh data informasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala likert yaitu skala psikometrik yang akan menentukan tingkat persetujuan responden terhadap suatu pernyataan dengan memilih pilihan jawaban yang telah tersedia dengan format skala 0 sampai dengan 10, angka 0 menunjukkan sangat tidak setuju dan angka 10 sangat setuju.

J. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis Deskriptif ini bertujuan

untuk menggambarkan karakteristik suatu informasi. Analisis data dalam penelitian ini penulis menggunakan regresi linier berganda, dan dalam mengujinya menggunakan software SPSS versi 21. Dalam regresi linier berganda dilakukan dengan uji kualitas data yaitu uji validitas dan uji reabilitas. Serta untuk uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Sedangkan untuk uji hipotesis terdiri dari uji F dan uji t.

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui validnya suatu alat ukur (kuisioner). Uji validitas untuk menguji tiap-tiap pertanyaan yang ada di kuisioner sesuai dan dapat menganalisis faktor yang akan diselidiki. Uji Validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan tingkat signifikansi 5% . dengan demikian, jika $> 0,05$ maka pertanyaan tersebut akan dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan dari hasil pengukuran. Reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran memiliki keterpercayaan, keterandalan, keajegan, konsistensi, kestabilan yang dapat dipercaya. Hasil ukur dapat dipercaya apabila dalam beberap kali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Azwar, 2011). Alat ukur dikatakan reliabilitas dan dapat dipercaya apabila alat ukur yang digunakan stabil.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Sugiono, 2017).

Analisis statistik deskriptif ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran dalam data sehingga data tersebut mampu dipahami bagi para pembaca. Metode ini di dalamnya menjelaskan berbagai karakteristik data misalnya rata-rata (*mean*), nilai maksimal dan minimal, median, standar deviasi, *sum*, *range*, kurtosis dan skewness (Ghozali I. , 2011).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal (Duwi Priyatno, 2012). Hipotesis dalam pengambilan keputusan jika suatu variabel tersebut terdistribusi secara normal dengan menggunakan nilai probabilitas serta uji J-B (Jarque-Bera) seperti sebagai berikut (Widarjono, 2016) :

Jika nilai probabilitas < nilai α (5%) maka H_0 ditolak dan residual tidak terdistribusi normal.

Jika nilai probabilitas > nilai α (5%) maka H_0 diterima dan residual terdistribusi normal.

Jika nilai statistik JB $\neq 0$, maka H_0 diterima dan residual terdistribusi normal.

Jika nilai statistik JB = 0, maka H_0 ditolak dan residual tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas adalah keadaan di mana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Pada regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas (Duwi Priyatno, 2012). Uji multikolerasi ini digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antara varibel bebas. Jika terjadi korelasi yang kuat

sesama variabel indenpenden maka konsekuensinya yaitu tidak dapat ditaksirnya koefisien-kofisien regresi, dan mejadi tidak terhingga nilai standar eror setiap koefisien regresi. Maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar akan mengakibatkan standar eror besar, diakibatkan karena besar korelasi diantara sesama variabel indenpenden. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan melihat besarnya nilai *Variance Inflation Factor* (VIF).

Hipotesis dalam pengambilan keputusan untuk mengetahui apakah terjadi masalah multikolinearitas atau tidk maka dilakukan dengan cara sebagai berikut:

Jika nilai *centered VIF* ≤ 10 , maka H_0 diterima dan tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam suatu model regresi.

Jika *centered VIF* > 10 , maka H_0 ditolak dan terjadi masalah multikolinearitas dalam suatu model regresi.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan di mana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode tertentu t dengan residual pada periode sebelumnya $(t-1)$, model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW-test) (Duwi Priyatno, 2012).

Hipotesis yang diuji adalah sebagai berikut (Ghozali, 2011):

H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H_a : terdapat autokorelasi ($r \neq 0$)

Tabel 3.1

Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Autokolerasi

Kriteria	Keputusan
$0 < dw < dl$	Ada autokorelasi positif
$dl < dw < du$	Tidak ada keputusan

$4-dl < dw < 4$	Ada autokorelasi negatif
$4-du < dw < 4 -dl$	Tidak ada keputusan
$du < dw < 4-du$	Tidak ada autokorelasi

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah Keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam uji heteroskedastisitas menggunakan metode pengujian yaitu uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel indenpenden dengan nilai absolut residualnya (ABS_RES), jika nilai signifikansi antara variabel indenpenden dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam pengambilan keputusan pada uji hipotesis heteroskedastisitas dilakukan sebagai berikut:

Jika nilai probabilitas $\leq \alpha$ (5%), maka H_0 ditolak dan terdapat masalah heteroskedastisitas.

Jika nilai profabilitas $> \alpha$ (5%), maka H_0 diterima dan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis data Regresi linier berganda (*multiple regression*) yaitu teknik mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel depeden (Hadi, 2006). Dalam penelitian ini variabel independen (X) adalah *Reability, Responsivennes, Assurance, Empathy, Tangibles*. Untuk variabel dependen (Y) Kepuasan nasabah.

Persamaan regresi linier berganda, formulasi yang digunakan sebagai berikut. Rumus :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Nasabah
 α = Konstanta
 β_1 - β_2 = Koefisien regresi
 X_1 = *Reability*
 X_2 = *Responsivennes*
 X_3 = *Assurance*
 X_4 = *Empathy*
 X_5 = *Tangibles*
e = Standar eror

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui bagaimana presentase perubahan variabel tidak Y yang disebabkan oleh variabel X. Tujuan uji koefisien determinasi ini untuk menghitung seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, semakin besar nilai R^2 maka akan semakin besar pula proporsi dari total variasi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen (Sugiyono, 2014).

6. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji f)

Uji F atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen (Duwi Priyatno, 2012). Adapun prosedur dalam uji F dijelaskan seperti berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{kritis}$ maka H_0 ditolak.

Jika $F_{hitung} < F_{kritis}$ maka H_0 diterima.

b. Uji Signifikansi Parameter (Uji t)

Uji t atau uji koefisien regresi secara bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Duwi Priyatno, 2012). Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh dari

sebuah variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Prosedur dalam uji t dijelaskan sebagai berikut (Widarjono, 2016):

Jika nilai t hitung $>$ nilai t tabel maka H_0 ditolak atau menerima H_a .

Jika nilai t hitung $<$ nilai t tabel maka H_0 diterima.



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden Nasabah Kantor Kas BSM

Dalam penelitian ini, karakteristik responden dapat dilihat dari usia, jenis Kelamin, Fakultas, merupakan nasabah Bank Syariah Mandiri, berapa lama menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri, berapa kali kunjungan ke Bank Syariah Mandiri. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* dalam pengambilan sampel tidak random/acak yang tentunya harus merupakan nasabah Bank Syariah Mandiri. Hasil dari penelitian yang dilakukan penulis mendapatkan 100 responden mencapai target minimal responden yang ingin dicapai yang telah diukur menggunakan rumus slovin.

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	64	64%
Laki-laki	36	36%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel data yang diperoleh diatas bahwa mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 64 orang (64%) dan laki-laki 36 orang (36%) dari 100 responden.

2. Umur

Umur responden dikategorikan menjadi 2 kategori umur yaitu umur 19-20 tahun dan umur 21-24 tahun. Deskripsi selengkapnya di jelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Deskripsi Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
19-20	22	22%
21-24	78	78%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas bahwa umur responden yang di kategorikan menjadi 2 kategori usia, mayoritas usia 19-20 sebanyak 22 responden (22%) dan usia 21-24 sebanyak 78 responden (78%).

3. Fakultas

Fakultas responden di kategorikan menjadi 8 fakultas yang ada di Universitas Islam Indonesia yaitu FIAI (Fakultas Ilmu Agama Islam), FTI (Fakultas Teknologi Industri), FTSP (Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan), FMIPA (Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam), FPSB (Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya), EKONOMI & D3, FK (Fakultas Kedokteran), dan FH (Fakultas Hukum). Deskripsi selengkapnya dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Deskripsi Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Frekuensi	Persentase
FIAI	73	73%
FTI	6	6%
FTSP	2	2%

FMIPA	7	7%
FPSB	5	5%
EKONOMI & D3	4	4%
FK	3	3%
FH	-	-
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas bahwa fakultas dari responden yang dikategorikan menjadi 8 kategori fakultas yaitu FIAI 73 orang (73%), FTI 6 orang (6%), FTSP 2 orang (2%), FMIPA 7 orang (7%), FPSB 5 orang (5%), Ekonomi & D3 4 orang (4%), FK 3 orang (3%) yang terdiri dari 100 responden.

4. Lama nya menjadi nasabah Bank Mandiri Syariah

Tabel 4.4

Deskripsi lama nya menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri

Lama menjadi nasabah	Frekuensi	Persentase
< 6 bulan	50	50%
>1 tahun	50	50%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas bahwa lamanya responden menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri dibagi menjadi 2 kategori yaitu kurang dari < 6 bulan 50 orang (50%), dan lebih dari > 1 tahun ada 50 orang (50%) dari 100 responden.

5. Berapa kali kunjungan ke Bank Syariah Mandiri

Tabel 4.5

Deskripsi Berapa kali Kunjungan ke Bank Syariah Mandiri

Berapa kali kunjungan	Frekuensi	Persentase
1-2 kali	84	84%
3-5 kali	16	16%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas berapa kali kunjungan responden ke Bank Syariah Mandiri ada 2 kategori yaitu 1-2 kali 84 orang (84%) dan 3-5 kali 16 orang (16%) dari 100 responden.

B. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas**a. Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui validnya suatu alat ukur (kuisioner). Uji validitas untuk menguji tiap-tiap pertanyaan yang ada di kuisioner sesuai dan dapat menganalisis faktor yang akan diselidiki. Uji Validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan tingkat signifikansi 5% . dengan demikian, jika $> 0,05$ maka pertanyaan tersebut akan dinyatakan valid.

1) *Reability* (Keandalan) (X_1)

Pada variabel *Reability* (Keandalan) ini terdapat 9 pertanyaan dan diwakili dengan lambang P1 sampai dengan P9. Untuk selengkapnya terletak pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas *Reability* (Keandalan) (X_1)

No	Item Pertanyaan	Signifikasi (2 tailed)	Nilai R Tabel	Nilai Pearson Correlation	Keterangan
1	P1	0,01	0,196	0,588	Valid
2	P2	0,01	0,196	0,900	Valid
3	P3	0,01	0,196	0,851	Valid
4	P4	0,01	0,196	0,844	Valid
5	P5	0,01	0,196	0,895	Valid
6	P6	0,01	0,196	0,792	Valid
7	P7	0,01	0,196	0,600	Valid
8	P8	0,01	0,196	0,826	Valid
9	P9	0,01	0,196	0,822	Valid

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan dari item pertanyaan variabel *Reability* (Keandalan) (X_1) dapat dinyatakan valid dikarenakan semua R hitung dari setiap item pertanyaannya \geq R tabel yaitu 0,196.

2) *Responsivennes* (Daya Tanggap) (X_2)

Pada variabel *Responsivennes* (Daya Tanggap) ini terdapat 7 pertanyaan dan diwakili dengan lambang P10 sampai dengan P16. Untuk selengkapnya terletak pada tabel berikut:

Tabel 4.7
 Hasil Uji Validitas *Responsivennes*(Daya Tanggap) (X_2)

No	Item Pertanyaan	Signifikasi (2 tailed)	Nilai R Tabel	Nilai Pearson Correlation	Keterangan
1	P10	0,01	0,196	0,911	Valid
2	P11	0,01	0,196	0,807	Valid
3	P12	0,01	0,196	0,701	Valid
4	P13	0,01	0,196	0,882	Valid
5	P14	0,01	0,196	0,930	Valid
6	P15	0,01	0,196	0,849	Valid
7	P16	0,01	0,196	0,730	Valid

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan dari item pertanyaan variabel *Responsivennes* (Daya Tanggap) (X_2) dapat dinyatakan valid dikarenakan semua R hitung dari setiap item pertanyaannya \geq R tabel yaitu 0,196.

3) *Assurance* (Jaminan) (X_3)

Pada variabel *Assurance* (Jaminan) ini terdapat 6 pertanyaan dan diwakili dengan lambang P17 sampai dengan P22. Untuk selengkapnya terletak pada tabel berikut:

Tabel 4.8
 Hasil Uji Validitas *Assurance* (Jaminan) (X_3)

No	Item Pertanyaan	Signifikasi (2 tailed)	Nilai R Tabel	Nilai Pearson Correlation	Keterangan
1	P17	0,01	0,196	0,772	Valid
2	P18	0,01	0,196	0,840	Valid
3	P19	0,01	0,196	0,816	Valid
4	P20	0,01	0,196	0,706	Valid
5	P21	0,01	0,196	0,841	Valid
6	P22	0,01	0,196	0,787	Valid

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan dari item pertanyaan variabel *Assurance* (Jaminan) (X_3) dapat dinyatakan valid dikarenakan semua R hitung dari setiap item pertanyaannya \geq R tabel yaitu 0,196.

4) *Empathy* (Perhatian) (X_4)

Pada variabel *Empathy* (Perhatian) ini terdapat 4 pertanyaan dan diwakili dengan lambang P23 sampai dengan P26. Untuk selengkapnya terletak pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas *Empathy* (Perhatian) (X_4)

No	Item Pertanyaan	Signifikasi (2 tailed)	Nilai R Tabel	Nilai Pearson Correlation	Keterangan
1	P23	0,01	0,196	0,831	Valid
2	P24	0,01	0,196	0,749	Valid
3	P25	0,01	0,196	0,702	Valid
4	P26	0,01	0,196	0,935	Valid

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan dari item pertanyaan variabel *Empathy* (Perhatian) (X_4) dapat dinyatakan valid dikarenakan semua R hitung dari setiap item pertanyaannya \geq R tabel yaitu 0,196.

5) *Tangibles* (Bukti langsung) (X_5)

Pada variabel *Empathy* (Perhatian) ini terdapat 4 pertanyaan dan diwakili dengan lambang P27 sampai dengan P30. Untuk selengkapnya terletak pada tabel berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas *Tangibles* (Bukti langsung) (X_5)

No	Item Pertanyaan	Signifikasi (2 tailed)	Nilai R Tabel	Nilai Pearson Correlation	Keterangan
1	P27	0,01	0,196	0,934	Valid
2	P28	0,01	0,196	0,869	Valid

3	P29	0,01	0,196	0,951	Valid
4	P30	0,01	0,196	0,885	Valid

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan dari item pertanyaan variabel *Tangibles* (Bukti langsung) (X_5) dapat dinyatakan valid dikarenakan semua R hitung dari setiap item pertanyaannya \geq R tabel yaitu 0,196.

6) Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Pada variabel kepuasan nasabah (Y) ini terdapat 8 pertanyaan dan diwakili dengan lambang P31 sampai dengan P38. Untuk selengkapnya terletak pada tabel berikut:

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

No	Item Pertanyaan	Signifikasi (2 tailed)	Nilai R Tabel	Nilai Pearson Correlation	Keterangan
1	P31	0,01	0,196	0,610	Valid
2	P32	0,01	0,196	0,613	Valid
3	P33	0,01	0,196	0,766	Valid
4	P34	0,01	0,196	0,627	Valid
5	P35	0,01	0,196	0,589	Valid
6	P36	0,01	0,196	0,478	Valid
7	P37	0,01	0,196	0,473	Valid
8	P38	0,01	0,196	0,394	Valid

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan dari item pertanyaan variabel Kepuasan Nasabah (Y) dapat dinyatakan valid dikarenakan semua R hitung dari setiap item pertanyaannya \geq R tabel yaitu 0,196.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan dari hasil pengukuran. Reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran memiliki keterpercayaan, keterandalan, keajegan, konsistensi, kestabilan yang dapat dipercaya. Hasil ukur dapat dipercaya apabila dalam beberapakali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Azwar, 2011). Alat ukur dikatakan reliabilitas dan dapat dipercaya apabila alat ukur yang digunakan stabil. Dengan demikian, alat ukur dalam penelitian ini menggunakan program SPSS yang artinya jika nilai alpha $>$ 0,60 maka dinyatakan reliabel. Untuk hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Batas Minimum	Keterangan
1	<i>Reability</i> (Keandalan) (X ₁)	0,783	0,6	Reliabel
2	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) (X ₂)	0,798	0,6	Reliabel
3	<i>Assurance</i> (Jaminan) (X ₃)	0,794	0,6	Reliabel

4	<i>Empathy</i> (Perhatian) (X ₄)	0,818	0,6	Reliabel
5	<i>Tangibles</i> (Bukti langsung) (X ₅)	0,843	0,6	Reliabel
6	Kepuasan Nasabah	0,729	0,6	Reliabel

Sumber: data primer diolah (2020)

Dapat disimpulkan bahwa hasil uji reliabilitas pada tabel di atas untuk masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* >0,60 maka dapat dikatakan reliabel pada semua variabel.

C. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif pada penelitian ini dilakukan sebelum melakukan uji asumsi klasik. Tujuannya yaitu untuk mengetahui dan memberikan gambaran atau deskripsi mengenai data yang telah dianalisis agar mudah untuk dipahami. Data hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), nilai minimum dan maksimum, standar deviasi, kurtosis dan skewness dari masing-masing variabel (Ghozali I. , 2011). Berikut hasil analisis statistik deskriptif yang diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS 23:

Tabel 4.13

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Dev
<i>Reability</i> (Keandalan) (X1)	100	20	45	35,37	5,430
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) (X2)	100	14	35	26,94	4,268
<i>Assurance</i> (Jaminan) (X3)	100	12	30	24,23	3,551
<i>Empathy</i> (Perhatian)	100	9	20	15,44	2,626

(X4)					
<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) (X5)	100	4	20	15,13	2,780
Kepuasan Nasabah	100	15	40	27,75	4,522

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada tabel diatas maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Pada tabel nilai N merupakan jumlah data yang teliti yaitu berjumlah 100 sampel.
- b. Variabel *Reability* (Keandalan) (X1) dengan nilai (*mean*) atau rata-ratanya sebesar 35,37, nilai minimum sebesar 20 dan nilai maksimum sebesar 45 dari standar deviasi (tingkat sebaran datanya) sebesar 5,430 dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel.
- b. Variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X2) dengan nilai (*mean*) atau rata-ratanya sebesar 26,94, nilai minimum sebesar 14 dan nilai maksimum 35 dari standar deviasi (tingkat sebaran datanya) sebesar 4,268 dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel.
- c. Variabel *Assurance* (Jaminan) (X3) dengan nilai (*mean*) atau rata-ratanya sebesar 24,23, nilai minimum sebesar 12 dan nilai maksimum 30 dari standar deviasi (tingkat sebaran datanya) sebesar 3,551 dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel.
- d. Variabel *Empahty* (Perhatian) (X4) dengan nilai (*mean*) atau rata-ratanya sebesar 15,44, nilai mimum sebesar 9 dan nilai maksimum 20 dari standar deviasi (tingkat sebaran datanya) sebesar 2,626 dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel.
- e. Variabel *Tangibles*(Bukti Fisik) (X5) dengan nilai (*mean*) atau rata-ratanya sebesar 15,13, nilai mimum sebesar 4 dan nilai maksimum 20 dari standar deviasi (tingkat sebaran datanya) sebesar 2,780 dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel.
- f. Variabel Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai (*mean*) atau rata-ratanya sebesar 27,75, nilai mimum sebesar 15 dan nilai maksimum 20 dari

standar deviasi (tingkat sebaran datanya) sebesar 4,522 dengan jumlah sampel sebanyak 100 sampel.

D. Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik, jika data tidak berdistribusi normal dapat dipakai statistik non parametrik. Statistik parametrik mensyaratkan bahwa data setiap variabel akan dianalisis harus berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov smirnov* satu arah dengan hipotesis yaitu jika $Sig > 0,05$ maka data berdistribusi normal dan Jika $Sig < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.14

Hasil Uji Normalitas

N	Asymp. Sig. (2-tailed)
48	0,926

Sumber: Data Primer diolah (2020)

Berdasarkan hasil tabel, menunjukkan bahwa nilai uji *Kolmogorov Smirnov* dengan nilai signifikansi 0,926. Karena nilai signifikansi $0,926 > 0.05$ maka disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen multikolinearitas terdapat efek kombinasi dua atau lebih variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* $> 0,10$ / sama dengan $VIF < 10$. Jika nilai VIF tidak melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa tidak

terjadi multikolerasi. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keputusan
1	<i>Reability</i> (Keandalan) (X1)	0,228	4,391	Tidak terdapat Multikolinearitas
2	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) (X2)	0,185	5,419	Tidak terdapat Multikolinearitas
3	<i>Assurance</i> (Jaminan) (X3)	0,183	5,460	Tidak terdapat Multikolinearitas
4	<i>Empathy</i> (Perhatian) (X4)	0,290	3,448	Tidak terdapat Multikolinearitas
5	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) (X5)	0,424	2,361	Tidak terdapat Multikolinearitas

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai Tolerance pada seluruh variabel *Reability*(Keandalan) (X1), *Responsiveness*(Daya Tanggap) (X2), *Assurance* (Jaminan) (X3), *Empathy* (Perhatian) (X4), *Tangibles*(Bukti Fisik) (X5) yaitu lebih besar dari $>0,10$ maka dapat disimpulkan seluruh variabel tidak terjadi multikolinearitas. Kemudian dilihat pada nilai VIF semua variabel lebih kecil dari $<10,0$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mendeteksi apakah variabel pengganggu pada suatu periode berkorelasi atau tidak berkorelasi dengan variabel pengganggu lainnya. Suatu model dikatakan tidak mengandung masalah autokorelasi apabila pengaruh faktor pengganggu yang terjadi dalam suatu periode waktu pengambilan tidak berpengaruh pada periode lainnya. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada nilai Durbin Watson di bawah ini .

Tabel 4.16
Hasil Uji Autokorelasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error	Durbin Watson
0,661	0,437	0,407	3,481	1,925

Sumber: data primer diolah (2020)

Pada uji autokorelasi ini dilihat dari apabila $d < dl$ atau $d > 4-dl$ maka terdapat autokorelasi, jika $du < d < 4-du$ maka tidak terdapat autokorelasi, kemudian jika $dl < d < du$ atau $4-du < d < 4-dl$ maka tidak terdapat kesimpulan yang terjadi.

Dari tabel diatas yang telah diolah datanya maka dapat dilihat dari nilai Durbin Watson atau nilai d yaitu sebesar 1,925. Jika variabel independen/ nilai k dengan 5 variabel kemudian jumlah sampel (N) sebanyak 100 responden maka nilai dl nya adalah 1,5710 dan nilai du nya adalah 1,7804. Maka pengambilan keputusannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17

Pengambilan Keputusan Hasil Uji Autokorelasi

N	K	Dw	Dl	Du	4-dl	4-du	Keputusan
100	5	1,925	1,5710	1,7804	2,429	2,2196	Tidak terdapat autokorelasi

Sumber: data primer diolah (2020)

Dilihat dari kriteria pengambilan keputusan dengan metode Durbin Watson, tabel diatas menunjukkan bahwa nilai $du < dw < 4 - du$ atau $du < 4 - du$ maka artinya tidak terdapat autokorelasi

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ditujukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan *residual* satu pengamatan yang lain. Jika *variance* dan *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Tabel 4.18
Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Signifkansi	Keputusan
1	<i>Reability</i> (Keandalan) (X1)	0,170	tidak terdapat masalah heterokedastisitas, karena nilai signifikasi lebih dari 0,05
2	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) (X2)	0,176	tidak terdapat masalah heterokedastisitas karena nilai signifikasi lebih dari 0,05
3	<i>Assurance</i> (Jaminan) (X3)	0,590	tidak terdapat masalah heterokedastisitas karena nilai signifikasi lebih dari 0,05
4	<i>Empathy</i> (Perhatian) (X4)	0,538	tidak terdapat masalah heterokedastisitas karena nilai signifikasi lebih dari

			0,05
5	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) (X5)	0,736	tidak terdapat masalah heterokedastisitas karena nilai signifikansi lebih dari 0,05

Sumber: data primer diolah (2020)

Hasil uji heteroskedastisitas dengan metode glejser pada tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh nilai signifikansi dari setiap variabel independen menunjukkan absolut residual diatas dari taraf signifikansi sebesar 0,05 maka artinya seluruh variabel tidak adanya masalah heteroskedastisitas maka model regresi ini dianggap baik.

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi liniear berganda digunakan untuk menggambarkan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan dependen. Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda:

Tabel 4.19

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Coefficient (B)	Std.Error	T	Sig.
<i>Costant</i>	7,998	2,470	3,238	0,002
<i>Reability</i> (Keandalan) (X1)	0,039	0,135	0,287	0,775
<i>Responsiveness</i> (DayaTanggap) (X2)	0,381	0,191	1,994	0,049

<i>Assurance</i> (Jaminan) (X3)	0,077	0,230	0,336	0,738
<i>Emphaty</i> (Perhatian) (X4)	-0,017	0,247	-0,069	0,945
<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) (X5)	0,431	0,193	2,232	0,028

Sumber: data primer diolah (2020)

Dari tabel diatas maka dapat ditarik kesimpulan menunjukkan hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 7,998 + 0,039X_1 + 0,381X_2 + 0,077X_3 + - 0,017X_4 + 0,431X_5 + e$$

- a. Nilai konstanta yang terdapat pada model regresi linear berganda diatas sebesar 7,998. Menunjukkan apabila variabel indenpenden yaitu *Reability* (Keandalan), *Responsivennes* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Emphaty* (Perhatian), dan *Tangibles* (Bukti Fisik) bernilai nol dan mengalami kenaikan satu kesatuan maka variabel Kepuasan Nasabah akan naik dan terpenuhi.
- b. Nilai koefisien regresi variabel *Reability* (keandalan) (X_1) sebesar 0,039. Hasil regresi tersebut bernilai positif dan standar tidak terlalu besar coefficient (B) maka artinya hasil variabel X_1 keandalan dari *front officer* ini cukup terpenuhi untuk pelayanan nasabah dengan asumsi variabel indenpenden yang lainnya tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel *Responsivennes* (Daya tanggap) (X_2) sebesar 0,381. Hasil regresi tersebut bernilai positif maka artinya variabel X_2 mengalami kenaikan satu satuan maka variabel Daya tanggap dari *front officer* Bank Syariah Mandiri ini meningkat dan sudah terpenuhi untuk nasabah mahasiswa dengan asumsi variabel indenpenden yang lainnya tetap.

- d. Nilai koefisien regresi variabel *Assurance* (Jaminan) (X_3) sebesar 0,077. Hasil regresi tersebut bernilai positif dan standar tidak terlalu besar coefficient (B) maka artinya hasil variabel X_3 Jaminan dari *front officer* Bank Syariah Mandiri ini cukup terpenuhi untuk pelayanan nasabah mahasiswa dengan asumsi variabel indenpenden yang lainnya tetap.
- e. Nilai koefisien regresi variabel *Emphaty* (Perhatian) (X_4) sebesar - 0,017. Hasil regresi tersebut bernilai negatif maka artinya X_4 mengalami penurunan satu satuan pada perhatian yang diberikan layanan front officer Bank Syariah Mandiri kepada nasabah mahasiswa.
- f. Nilai koefisien variabel *Tangibles* (Bukti Fisik) (X_5) sebesar 0,431. Hasil regresi tersebut bernilai positif maka artinya variabel X_5 mengalami kenaikan satu satuan maka variabel Bukti fisik dari front officer Bank Syariah Mandiri ini meningkat dan sudah terpenuhi untuk nasabah mahasiswa dengan asumsi variabel indenpenden yang lainnya tetap

F. Analisis Koefisien Determinasi (R-Square)

Analisis ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa persen pengaruh yang diberikan variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Berikut adalah tabel hasil analisis koefisien determinasi:

Tabel 4.20

Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R-Square)

R-Square	Adjusted R Square
0,437	0,407

Sumber: data primer diolah (2020)

Dilihat pada hasil analisis koefisien determinasi tabel diatas bahwa nilai R Square sebesar 0,437, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{KD} &= \text{R Square} \times 100 \% \\ &= 0,437 \times 100\% \\ &= 43,7\% \end{aligned}$$

Koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen atau variabel *Reability* (Keandalan) (X_1), *Responsivennes* (Daya tanggap) (X_2), *Assurance* (Jaminan) (X_3), *Emphaty* (Perhatian) (X_4), dan *Tangibles* (Bukti Fisik) (X_5) dapat berpengaruh sebesar 43,7% terhadap keputusan penggunaan produk Bank Syariah Mandiri (Y) dengan sisanya sebesar 56,3% yang dijelaskan oleh variabel lain diluar model atau faktor lain yang tidak diteliti.

G. Uji Hipotesis Pengaruh layanan Front fficer Terhadap Kepuasan Nasabah

a. Uji F

Uji F atau biasa disebut dengan uji simultan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hipotesis yang telah dirumuskan atau untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial dari variabel independen yaitu seluruh variabel dari pengaruh media sosial secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah dalam menggunakan produk Bank Syariah Mandiri. Berikut adalah tabel hasil uji F:

Tabel 4.21

Hasil Uji F

F Statistic	Signifikasi
14,613	0,000

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas pengujian hipotesis secara simultan maka dapat dilihat nilai F_{hitung} sebesar 14,613. Karena dengan uji F ini menggunakan kepercayaan 5% maka diperoleh df_1 (k-1) atau 4-1 yaitu 3 dan df_2 (n-k-1) atau 100-4-1 yaitu sebesar 95 maka akan diperoleh F_{tabel} sebesar 2,70. Maka artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga ditarik kesimpulan

bahwa variabel *Reability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Emphaty* (Perhatian), *Tangibles* (Bukti Fisik) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya yaitu kepuasan Nasabah.

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau uji regresi parsial ini dilakukan dengan tuuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh parsial atau sendiri yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berikut adalah tabel hasil uji t:

Tabel 4.22

Hasil Uji t

Variabel	Coefficient (B)	Std.Error	T	Sig.
<i>Costant</i>	7,998	2,470	3,238	0,002
<i>Reability</i> (Keandalan) (X1)	0,039	0,135	0,287	0,775
<i>Responsiveness</i> (DayaTanggap) (X2)	0,381	0,191	1,994	0,049
<i>Assurance</i> (Jaminan) (X3)	0,077	0,230	0,336	0,738
<i>Emphaty</i> (Perhatian) (X4)	-0,017	0,247	-0,069	0,945
<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) (X5)	0,431	0,193	2,232	0,028

Sumber: data primer diolah (2020)

Dari hasil uji t pada tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Reability*(Keandalan) terhadap kepuasan Nasabah.

Pada tabel diatas dapat dilihat nilai signifikansi variabel *Reability*(Keandalan)(X_1) sebesar 0,775 maka jika nilai signifikansi $0,775 > 0,05$ (taraf signifikansi) yang artinya H_a ditolak dan H_o diterima. Kemudian jika disimpulkan menurut t hitung yaitu sebesar 0,287 dengan nilai t tabel sebesar 1,661 dengan rumus derajat kebebasan $df = n - k$ ($df = 100 - 5 = 95$). Maka dapat disimpulkan nilai t hitung $< t$ tabel ($0,287 < 1,660$) yang artinya H_o diterima dan H_a ditolak, jadi variabel *Reability*(Keandalan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah.

2. Pengaruh *Responsiveness* (DayaTanggap) terhadap kepuasan Nasabah.

Pada tabel diatas dapat dilihat nilai signifikansi variabel *Responsiveness* (DayaTanggap) (X_2) sebesar 0,049 maka jika nilai signifikansi $0,049 < 0,05$ (taraf signifikansi) yang artinya H_a diterima dan H_o ditolak. Kemudian jika disimpulkan menurut t hitung yaitu sebesar 1,994 dengan nilai t tabel sebesar 1,661 dengan rumus derajat kebebasan $df = n - k$ ($df = 100 - 5 = 95$). Maka dapat disimpulkan nilai t hitung $> t$ tabel ($1,994 > 1,661$) yang artinya H_o ditolak dan H_a diterima, jadi variabel *Responsiveness* (DayaTanggap) positif berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah.

3. Pengaruh *Assurance* (Jaminan) terhadap kepuasan Nasabah.

Pada tabel diatas dilihat nilai signifikansi variabel *Assurance* (Jaminan) (X_3) sebesar 0,005 maka jika nilai signifikansi $0,738 > 0,05$ (taraf signifikansi) yang artinya H_a ditolak dan H_o diterima. Kemudian jika disimpulkan menurut t hitung yaitu sebesar 0,336 dengan nilai t tabel sebesar 1,661 dengan rumus derajat kebebasan $df = n - k$ ($df = 100 - 5 = 95$). Maka dapat disimpulkan nilai t hitung $< t$ tabel ($0,336 < 1,661$) yang artinya H_o diterima dan H_a ditolak, jadi variabel

Assurance(Jaminan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah.

4. Pengaruh *Emphaty* (Perhatian) terhadap kepuasan nasabah.

Pada tabel diatas dapat dilihat nilai signifikansi variabel *Emphaty* (Perhatian) (X_4) sebesar 0,945 maka jika nilai signifikansi $0,945 > 0,05$ (taraf signifikansi) yang artinya H_a ditolak dan H_0 diterima. Kemudian jika disimpulkan menurut t hitung yaitu sebesar -0,069 dengan nilai t tabel sebesar 1,660 dengan rumus derajat kebebasan $df = n - k$ ($df = 100 - 5=95$). Maka dapat disimpulkan nilai t hitung $< t$ tabel ($-0,069 < 1,660$) yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi variabel *Emphaty* (Perhatian) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

5. Pengaruh *Tangibles* (Bukti Fisik) terhadap kepuasan nasabah.

Pada tabel diatas dapat dilihat nilai signifikansi variabel *Tangibles* (Bukti Fisik) (X_4) sebesar 0,028 maka jika nilai signifikansi $0,028 < 0,05$ (taraf signifikansi) yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Kemudian jika disimpulkan menurut t hitung yaitu sebesar 2,232 dengan nilai t tabel sebesar 1,660 dengan rumus derajat kebebasan $df = n - k$ ($df = 100 - 5=95$). Maka dapat disimpulkan nilai t hitung $> t$ tabel ($2,232 > 1,660$) yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel *Tangibles* (Bukti Fisik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

A. Impact Pengaruh Layanan *Front Officer* Terhadap Kepuasan Nasabah

1. Pengaruh *Reability* (Keandalan) terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri (X1).

Keandalan /*Reability* layanan *Front Officer* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah terutama dikalangan mahasiswa/ mahasiswi Universitas Islam Indonesia. Hal ini diketahui dari hasil pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, keandalan merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh *front officer* dalam memenuhi kepuasan nasabahnya. Perkembangan dan kemajuan perbankan syariah yang menuntut harus memiliki keunggulan yang kompetitif bagi *front officer*.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Wirdayani Wahab (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru”, dalam penelitian ini variabel keandalan/*reability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sehingga variabel keandalan/*reability* terhadap kepuasan nasabah mahasiswa mahasiswi Universitas Islam Indonesia sejalan dengan hasil penelitian diatas. Dari hasil penelitian penulis, keandalan/*reability front officer* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia serta tidak tercapainya harapan dan keinginan nasabah yang harusnya terpenuhi dengan baik.

2. Pengaruh *Responsiveness* (DayaTanggap) terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri (X2).

Daya tanggap/*Responsiveness* layanan *front officer* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah terutama dikalangan mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia. Hal ini diketahui dari hasil pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, daya tanggap merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh *front officer* dalam memenuhi kepuasan nasabahnya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wirdayani Wahab (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru” dalam penelitian ini variabel daya tanggap/*responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan Kharisma Nawang sigit (2017) dengan judul “Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah”, dalam penelitian ini daya tanggap berpengaruh signifikan dan positif.

Sehingga variabel daya tanggap/*responsiveness* terhadap kepuasan nasabah mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia sejalan dengan hasil penelitian diatas. Dari hasil penelitian penulis, daya

tanggap/*responsiveness front officer* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia serta tercapainya harapan dan keinginan yang terpenuhi dengan baik.

3. Pengaruh *Assurance* (Jaminan) terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri (X3).

Jaminan /*Assurance* layanan *front officer* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah terutama dikalangan mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia. Hal ini diketahui dari hasil pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, jaminan merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh *front officer* dalam memenuhi kepuasan nasabahnya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wirdayani Wahab (2017) yang berjudul “Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah”, dalam penelitian ini variabel jaminan/*assurance* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah. Dan menurut Cahyani (2016) yang berjudul “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta”, dalam penelitian ini variabel jaminan berpengaruh signifikan dan positif.

Sehingga variabel jaminan/*assurance* terhadap kepuasan nasabah mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia tidak sejalan dengan hasil penelitian diatas. Dari hasil penelitian penulis jaminan/*assurance front officer* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia, serta tidak tercapainya harapan dan keinginan nasabah yang terpenuhi dengan baik.

4. Pengaruh *Emphaty* (Perhatian) terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri (X4).

Perhatian/ *Emphaty* layanan *front officer* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah terutama dikalangan mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia. Hal ini diketahui dari hasil pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, perhatian

merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh *front officer* dalam memenuhi kepuasan nasabahnya.

Namun berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wirdayani Wahab (2017) Variabel perhatian/*emphaty* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah.

Sehingga perhatian/*emphaty* terhadap kepuasan nasabah mahasiswa mahasiswi Universitas Islam Indonesia tidak begitu sejalan dengan hasil penelitian diatas. Dari hasil penelitian penulis variable *emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia serta tidak terpenuhi dengan baik harapan dan keinginan nasabah.

5. Pengaruh *Tangibles* (Bukti Fisik) terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri (X5).

Bukti Fisik/*Tangibles* layanan *front officer* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah terutama kalangan mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia. Hal ini diketahui dari hasil pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, bukti fisik merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh perbankan melalui *front officer* dalam memenuhi kepuasan nasabahnya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wirdayani Wahab (2017) bahwa variabel bukti fisik/*tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sehingga bukti fisik/*tangibles* terhadap kepuasan nasabah mahasiswa mahasiswi Universitas Islam Indonesia sejalan dengan hasil penelitian diatas. Dari hasil penelitian penulis bukti fisik/*tangibles front officer* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia, serta tercapainya harapan dan keinginan yang terpenuhi dengan baik.

6. Pengaruh *Reability* (Keandalan) (X1), *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X2), *Assurance* (Jaminan) (X3), *Emphaty* (Perhatian) (X4), *Tangibles*

(Bukti Fisik) (X₅) terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri (Y).

Layanan front officer terhadap kepuasan nasabah terutama dikalangan mahasiswa/mahasiswi Universitas Islam Indonesia menjadi hal yang diteliti karena sebagian nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang adalah mahasiswa/mahasiswi. Penulis melakukan penelitian disebabkan keresahan mahasiswa terhadap layanan teller dan cs yang bersikap acuh dan seakan-akan mahasiswa/mahasiswi hanya anak remaja serta kurang menunjukkan profesionalitas sebagai front officer.

Peran teller dan cs (*front officer*) dalam suatu bank sangat berpengaruh terhadap reputasi pelayanan sebuah bank, karena hampir sebagian nasabah akan mengunjungi counter teller dan cs untuk bertransaksi. Setiap nasabah pasti memiliki persepsi dalam menilai kualitas layanan suatu bank berdasarkan lamanya waktu menunggu atau kecepatan front officer dalam memberi pelayanan dan dalam bertutur kata serta penampilan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan SERQUAL untuk mengukur kualitas layanan front officer. Dilihat dari uji hipotesis dengan melakukan uji F yaitu uji simultan yang telah dilakukan dapat diketahui nilai signifikan sebesar $0.000 < 0,05$ (taraf signifikansi) yang artinya berpengaruh signifikan. kemudian jika dilihat pada nilai F_{hitung} sebesar 14,613 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,70 yang artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $14,613 > 2,70$ yang artinya variabel *Reability* (Keandalan) (X₁), *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X₂), *Assurance* (Jaminan) (X₃), *Emphaty* (Perhatian) (X₄), *Tangibles* (Bukti Fisik) (X₅) dapat berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah.

Kemudian dilihat pada nilai Adjusted R Square koefisien determinasi yang besarnya senilai 0,437 (0,437x100%). Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen atau variabel bebas yaitu SERVQUAL yang terdiri dari *Reability* (Keandalan) (X₁), *Responsiveness* (Daya Tanggap) (X₂), *Assurance* (Jaminan) (X₃), *Emphaty* (Perhatian) (X₄), *Tangibles* (Bukti

Fisik) (X_5) dapat berpengaruh sebesar 43,7% terhadap kepuasan Nasabah (Y) dengan sisanya sebesar 56,3% yang dijelaskan oleh variabel lain diluar model atau faktor lain yang tidak diteliti.

B. Pandangan Ekonomi Islam terhadap Hasil Penelitian Kualitas layanan

Dalam pandangan islam yang menjadikan tolak ukur dalam menilai kualitas layanan adalah standarisasi syariah. Kualitas pelayanan suatu perbankan tidak hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Namun dalam memberikan pelayanan haruslah berdasarkan nilai-nilai syariah agar terwujud nilai ketakwaan dan membuktikan konsistensi keimanan dalam rangka menjalankan misi syariat islam.

Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan aktivitas ataupun memecahkan setiap masalah. Islam juga mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan yang berkualitas.

Dalam hasil penelitian atau kemampuan perusahaan dalam memberikan *Reability*/keandalan, *assurance*/jaminan, dan *emphaty*/perhatian yang bersifat individual pada konsumen masih sangat kurang dan hasil penelitian menunjukkan *emphaty* tidak berpengaruh signifikan atau negatif. Keandalan, jaminan, dan perhatian dalam pandangan islam ketika memberikan kualitas layanan kepada nasabah sangatlah penting, namun semuanya haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikut seruan Allah swt. untuk selalu berbuat baik kepada orang lain. Sehingga Kantor Kas Bank Syariah Mandiri harus memperbaiki rasa empati dengan menerapkan standarisasi syariah yang akan memberikan masalah untuk umat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh layanan *Front Officer* terhadap tingkat kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri maka dapat disimpulkan

1. Dalam hasil penelitian disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada Kantor Kas BSM Kaliurang adalah *responsiveness* (daya tanggap) (X2) dan *tangibles* (bukti fisik) (X5). Variabel *responsiveness* (daya tanggap) dengan nilai signifikansi $0,049 < 0,05$ dan *tangibles* (bukti fisik) dengan nilai signifikansi $0,028 < 0,05$ yang artinya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Disimpulkan juga bahwa variabel yang tidak berpengaruh signifikan adalah *reability* (keandalan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (perhatian) karena hasil nilai signifikansi tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah KK BSM Kaliurang.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan
 - a. Berdasarkan jawaban responden yang mayoritas memberikan jawaban setuju terdapat variabel *responsiveness* (daya tanggap), dan *tangibles* (bukti fisik). Pada variabel tersebut artinya layanan *Front Officer* terhadap Kepuasan Nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri dirasakan sudah sebanding dan sesuai dengan harapan nasabah. Sehingga diharapkan layanan *Front Officer* pada kantor kas Bank Syariah Mandiri dapat mempertahankan, menjaga, dan meningkatkan layanan maupun citra perusahaan.
 - b. Berdasarkan jawaban responden yang memberikan jawaban tidak setuju terdapat pada variabel *reability* (keandalan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (perhatian). Hal ini dapat dilihat dari layanan

Front Officer yang masih kurang dalam segi keandalan, jaminan, perhatian khusus terutama untuk nasabah mahasiswa/mahasiswi, yang terkadang layanan perusahaan masih cuek dan kurang menunjukkan profesionalitas. Pada variabel tersebut masih dirasakan kurang sesuai dengan harapan nasabah dan perlu diperbaiki layanan *emphaty* pada layanan *Front Officer*.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar meneruskan serta mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan faktor lain yang agar mampu melihat pengaruh layanan *front officer* yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah khususnya mahasiswa/mahasiswi namun tentunya tidak hanya dengan kuesioner saja melainkan dengan menggunakan metode wawancara agar data yang didapat lebih akurat. Kemudian dapat melakukan tatap muka langsung dengan nasabah mahasiswa/mahasiswi dan diharapkan penelitian selanjutnya harus membuat kuesioner dengan lebih baik lagi pada variabel *reability*/keandalan, *assurance*/jaminan, dan *emphaty* (Perhatian) dan tentunya harus sesuai dengan landasan teori.

DAFTAR PUSTAKA

- (2017). Retrieved 2017, from Mandiri Syariah: <https://www.mandirisyariah.co.id/>
- Agama RI, D. (2004). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya: Mekar Surabaya.
- Al-Harist, J. b. (2006). *Fikih Ekonomi Umar bin Al- Khattab* . yogyakarta: Khalifah .
- Al-Harist, J. b. (2006). *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khatab* . Jakarta: Khalifa.
- Ali, H. (2004). *Asuransi Dalam Persepektif Hukum Islam*. Jakarta: Pranada Media.
- Ali, M. (2004). *Asuransi Dalam Persepektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Amiruddin, S. S. (2017). Literasi Keuangan Syariah di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (Studi Kasus UIN Alauddin Makasar). *Al-Ulum* , 44-64.
- Amrin, A. (2011). *Meraih Berkah melalui Asuransi Syariah*. Jakarta: PT Elex Media.
- Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bandung Techno Park2017 *Jurnal Manajemen Pemasaran* 3368-375
- Andriansyah, Y. Y. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Siswa Muslim tentang Produk Halaldi Yogyakarta, Indonesia. *Electronic Journal* , 27-31.
- APJII, S. (2016). Retrieved November 2019, from Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet: <http://www.apjii.or.id/survei>
- Arianty, A. G. (2007). *Akuntansi Asuransi Syariah*. Jakarta: INSCO Consulting.
- Asei, P. A. (2016). *Asuransi Syariah*. Retrieved from <http://www.asei.co.id/id/asuransi-syariah/>
- Aziz, A. (2010). *Manajemen Investasi Syari'ah*. Bandung: Alfabeta.
- Azman, N. H. (2015). Key Factors Influencing Woman Micro Entrepreneurs to Use Ar-Rahnu: Evidence from Siti Khadijah's Market Kelantan. . *Australian Journal of Basic and Applied Sciences* , 105-11.
- Boediono. (1982). *Ekonomi Mikro Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.

- Budiarti, A. (2011). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya. *Ekuitas* , 210-231.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Media Group.
- Cahyani, P. D. (2016). Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* , 151-162.
- Carpa, F. C. (2011). *Unpacking the Causal Chain of Financial Literacy*. Retrieved from WashingtonDC:TheWorldBank.:<http://documents.worldbank.org/curated/en/329301468322465624/Unpacking-the-causal-chain-of-financial-liter>
- Cempaka Dyah Pramita, A. F. (2015). Pengaruh Servicescape (Lingkungan Layanan) Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 1-8.
- Center,P.R.(2019,November03).*GlobalReligiousFuture*.Retrievedfrom<http://www.globalreligiousfutures.org/>
- Chambali, M. (2010). Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Sukuk Melalui Agen Bank Syariah (Studi pada Sukuk Ritel seri SR 001 yang dipasarkan Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus). *Skripsi* , 1-142.
- Chang, C. (2016). The Influence of Social Power in Online Purchase Decision. *British Journal of Applied Science and Technology* , 12 (5), 1-16.
- Chaundhry, M. S. (2012). *Sistem Ekonomi Islam ; Prinsip Dasar*. Jakarta: Kencana.
- Chrismastianto, I. A. (2017). Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia. *jurnal ekonomi dan bisnis* , 133-144.
- Chung-Hua Shen, S.-J. L.-P.-J. (2016). The relationship between financial disputes and financial Literacy. *Elsevier* , 46-65.
- Cyber Branding Through Cyber Marketing*2005JakartaPT Elex Media Komputindo
- Damodar N., G. d. (2012). *Dasar-dasar Ekonometrika Buku 2. Edisi 5* . Jakarta: Salemba Empat.

- Depdiknas. (2003). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Dewi, G. (2005). *Aspek-Aspek Hukum Dalam Perbankan dan Perasuransian Syariahdi Indonesia*. Jakarta: Kencana Pranada Media Grup.
- DSN-MUI, D. S.-M. (2019, April 04). *DSN-MUI*. Retrieved from <https://dsmui.or.id/pedoman-umum-asuransi-syariah/>
- Ekazaputri, F. S. (2018). Service Performance dan Kepuasan Sebagai Nasabah Moderating Variabel Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT BPR Labuh Gunung Payakumbuh . *Jurnal Benefita* , 433-444.
- Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate and Measure Success in the New Web* 2011 New Jersey John Wiley & Sons
- Engel, F. J. (2010). *Perilaku Konsumen Jilid 1* . Jakarta: Binarupa Aksara.
- Frączek, B. M. (2015). Financial literacy and its influence on young customers' decision factors. *Journal of Innovation Management* , 62-84.
- Gardner, H. (1999). *Intelligences Reframed: Multiple intelligences for the 21st century*. New York: Basic Books .
- Gay, L. d. (1992). *Research Methods for Business and Management*. New York: MacMillan Publishing Company.
- Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Gubar, W. a. (1966). Life Cycle Concept in Marketing Research. *Journal of Marketing* .
- Gulo, W. (2000). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Grasindo.
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing*. United States: McGraw Hill.
- Hadi, S. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Akuntansi dan Keuangan* . Yogyakarta: Ekonosia.
- Hafifah, O. N. (2018). Analisis Perilaku Konsumen. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)* , 113-132 .
- Hakim, L. (2012). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga.

- Haura, A. (2010). Pengelolaan Dana Haji pada Sukuk Dana Haji Indonesia. *Skripsi UIN Syarif Hidayatullah* , 82.
- Huda, N., & Nasution, M. E. (2008). *Investasi pada Pasar Modal Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Hung, A. A. (2009, September 9). *Defining and Measuring Financial Literacy*. Retrieved from SSRN: https://www.rand.org/pubs/working_papers/WR708.html
- Huston. (2010). Measuring Financial Literacy. *The Journal of Consumer Affairs* , 296–316.
- Ilyas, R. (2016). Etika Konsumsi dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam . *At-Tawassuth* , 152-172.
- Indonesia.go.id. (2019, Desember 22). *Agama*. Retrieved from Indonesia.go.id: <https://indonesia.go.id/profil/agama>
- Irma Setyawati, S. S. (2016). Sharia Financial Literacy And Effect On Social Economic Factors (Survey On Lecturer In Indonesia. *International Journal Of Scientific & Technology Research* , 92-102.
- Ismail, A. G. (1997). Pawnshop as an Instrument of Microenterprise Credit in Indonesia . *International Journal of Social Economics* , 1343-1352.
- Kardoyo, S. H. (2018). Program Peningkatan Literasi Keuangan Syariah Bagi Guru Taman Pendidikan Alquran (Tpq) Di Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)* , 655-660.
- KEMENDIKBUD, K. P. (2019, April 21). *Buku Literasi Keuangan*. Retrieved from <http://gln.kemdikbud.go.id/glnsite/buku-literasi-finansial/>
- Kharisma Nawang Sigit, E. S. (2017). Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah . *Jurnal Keuangan dan Perbankan* , 157-168.
- Khoernikmah, I., & Widarko, A. (n.d.). Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *e-jurnal Riset Manajemen* , 132-147.
- Khoiril, A. (2007). *Asuransi syariah, halal & maslahat*. Solo: Tiga Serangkai.
- Kholilah, N. &. (2013). Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Jurnal of Business and Banking* , 69-80.

- Kotler, K. . (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Alih Bahasa Nebyamin Molan*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lamb, H. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek. Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat .
- Luthfiani, R. A. (2019). Pengaruh Religiusitas, Tingkat Pendapatan dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Mahasiswa menjadi Nasabah pada Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Nominal* , 110-121.
- Luthfiyah, M. F. (2018). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. Sukabumi: Jejak Publisher.
- M. Miller, G. L. (2019, November 13). *The Case for Financial Literacy in Developing Countries: Promoting Access to Finance by Empowering Consumers*. Retrieved from World Bank, DFID, OECD, and CGAP joint note, Washington, DC: World Bank: <http://brigaders.wdfiles.com/local-files/professional%3Abusiness-project-resources/Financial%20Literacy.pdf>
- Makhdaleva, & Sofyan, A. (2017). Pengaruh promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ekonomi Islam* , 8, 19-46.
- Manajemen Pemasaran*1987JakartaErlangga
- McDaniel, S. d. (1990). Consumer religiosity and retail store evaluative criteria. *Journal of the Academy of Marketing Science* , 101–112.
- Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen2017*Jurnal Bisnis Terapan 1*
- Miller M, G. N. (2009). *The Case for Financial Literacy in Developing Countries : Promoting Access to Finance by Empowering Consumers*. Amerika Serikat: OECD, The World Bank, DFID, CGAP.
- Morrisan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.

- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mulyaningsih, L. A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank OCBC NISP di Denpasar. *Jurnal Manajemen Unud*, 1-30.
- Nadjib, M., & dkk. (2008). *Investasi Syari'ah 'Implementasi Konsep pada Kenyataan Empirik'*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Nasional, D. P. (2012). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama .
- Notoatmodjo. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nuswantoro, U. D. (2019, Desember 04). *Desain Penelitian*. Retrieved from [http://eprints.dinus.ac.id/14589/1/\[Materi\]_4._MP_-_DESAIN_PENELITIAN.pdf](http://eprints.dinus.ac.id/14589/1/[Materi]_4._MP_-_DESAIN_PENELITIAN.pdf)
- OECD. (2016). *Assessment and Analytical Framework: Science, Reading, Mathematic and Financial Literacy*. Paris: OECD Publishing.
- OJK. (2016). *Laporan Triwulanan III*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- OJK. (2019, November 03). *Statistik Perusahaan Pegadaian Indonesia*. Retrieved from <https://www.ojk.go.id> : <https://www.ojk.go.id/https://www.ojk.go.id/iknb/lembaga-keuangan-khusus>
- OJK. (2017). *Strategi Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) Revisit 2017*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- OJK. (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. 3.
- OJK, O. J. (2019, April 21). Retrieved from [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Keuangan-Indonesia-\(Revisit-2017\)-/SNLKI%20\(Revisit%202017\).pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Keuangan-Indonesia-(Revisit-2017)-/SNLKI%20(Revisit%202017).pdf)
- OJK, O. J. (2019, April 04). *DAFTAR PERUSAHAAN ASURANSI UMUM SYARIAH*. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/Files/statistik/26102015daftarperusahaanasuransisyariah.pdf>
- OJK, O. J. (2019, April 21). *Literasi Keuangan*. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Keuangan.aspx>

- OJK, O. J. (2016). *Pegadaian*.
- OJK, O. J. (2019, April 04). *Regulasi Asuransi Syariah*. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/regulasi/asuransi/regulasi-asuransi-syariah/default.aspx>
- Pearce, D. (2011). Financial Inclusion in the Middle East and North Africa : Analysis and Roadmap Recommendations. *Policy Research Working Paper* , 22-24.
- Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian 2018 *Jurnal Administrasi Bisnis* 58190-199
- Pokrikyan, A. (2016). The Impact Of Financial Literacy On The Financial Decisions Of Consumers In Low-Income Countries (Armenia Case) . *Tbilisi* , 1-17.
- Purba, R. (1996). Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis The Asian Manager.
- Purnomo, A. R. (2016). Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy : The Way Forward in Halal Ecosystem. *Elsevier* , 196–202.
- Rafiz, M. F. (2016). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu: Studi pada Konsumen Kendaraan Daihatsu di PT. Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang. *Jurnal Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya* , 2.
- Rahim, R. R. (2016). Islamic Financial Literacy and its Determinants among University Students : An Exploratory Factor Analysis. *International Journal of Economics and Financial Issues* , 32–35.
- Rahman, A. (1995). *Doktrin Ekonomi Islam Jilid 2*. Yogyakarta: PT Dana Bahkti Wakaf.
- Rasyad, R. (2003). *Metode Statistik Deskriptif Untuk Umum*. Jakarta: Gramedia Wdiasarana Indonesia.
- Remund, D. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *The Journal of Consumer Affairs. The American Council on Consumer Interests.* , 276-295.
- Rochimi, A. (2011). *Segala Hal tentang Haji dan Umrah*. Jakarta: Erlangga.

- Sa'adah. (2009). Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah. *Al-Iqtishad* , 61- 86.
- Salim, F. (2011). Konsep dan Aplikasi Sukuk Negara Dalam Kebijakan Fiskal di Indonesia. *Skripsi* , 113.
- Salsi, R. (2005). *Pegadaian Syariah: Konsep dan Sistem Operasional* . Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Santoso. (2009). *Panduan Lengkap Menguasai Statistik dengan SPSS 17*. Jakarta: Alex Media Kompetindo.
- Sardiana, A. (2016). THE IMPACT OF LITERACY TO SHARIAH FINANCIAL SERVICE PREFERENCES . *Journal UINJKT* , 43- 62 .
- Septiana, N. I. (2015). Konstruksi Model Pengelolaan Keuangan Haji pada Bank Syariah di Indonesia. *Tesis UIN Sunan Kalijaga* , 1-96.
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana .
- Setiawati, R. S. (2018). Islamic Financial Literacy: Construct Process And Validity . *Academy of Strategic Management Journal* , 1-12.
- Setyowati, A. H. (2018). Islamic Financial Literacy and Personal Financial Planning: A Socio Demographic Study. *Jurnal Keuangan dan Perbankan* , 63–72.
- Shariati, A. (1983). *Haji*. Bandung: Pustaka.
- Shen, C. H. (2016). The relationship between financial disputes and financial literacy. *elsevier* , 46-65.
- Sholikhin, M. (2013). *Keajaiban Haji dan Umrah*. Jakarta: Erlangga.
- Siddiqi, M. N. (1991). *Aspek-Aspek Ekonomi Islam* . solo: Ramadhani.
- Sondakh, C. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* , 19-32.
- Sri, S. d. (2000). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudarsono, H. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* . Yogyakarta: Ekonisia.

- Sudarsono, H. (2004). *Konsep Ekonomi Isla: Suatu Pengantar, Ed III*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kaulitatif R & D Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suha, M. A. (2013). *Tafsir Ayat Ekonomi ;Teks Terjemah dan Tafsir* . Jakarta: Amzah.
- Sula, M. S. (2004). *Asuransi Syariah (Konsep dan system operasional)*. Jakarta : gema insani.
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community. *Jurnal Komunikasi* , 8, 123-38.
- Susilo, Y. S. (2000). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat.
- Syahbani, F., & Widodo, A. (2017). Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media. *Jurnal Ecodemica* , 46-58.
- Tjiptono, F. (2005). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media2010Elsevier 5359-68
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru . *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* , 52-66.
- Wahid, N. A. (2010). *SUKUK Memahami & Membedah Obligasi Pada Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Wahyudi, A. (n.d.). *Just a personal blog*. Retrieved 10 27, 2015, from <http://ariwahyudi.web.id/>: <http://ariwahyudi.web.id/jumlah-penduduk-indonesia/>
- Widi, R. K. (2018). *Menggelorakan Penelitian; Pengenalan dan Penuntun Pelaksanaan Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.

Wikipedia. (n.d.). *wikipedia*. Retrieved 10 21, 2016, from https://id.wikipedia.org:https://id.wikipedia.org/wiki/Agama_di_Indonesia

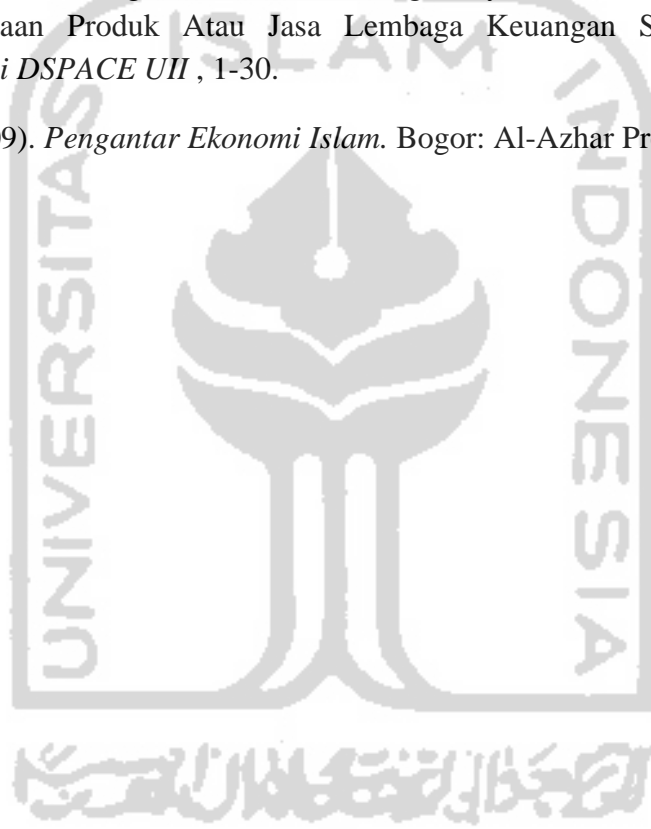
Yahya, A. (2010). *Pegadaian dalam Pandangan Islam*. Bogor: AlAzhar Press.

Yogyakarta, P. U. (2008). *Ekonomi Islam* . Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Yuliadi, I. (2001). *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengalaman Islam (LPPI).

Yulianto, A. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Jasa Lembaga Keuangan Syariah. *Jurnal Publikasi DSPACE UII* , 1-30.

Yusanto, I. (2009). *Pengantar Ekonomi Islam*. Bogor: Al-Azhar Press.



LAMPIRAN

Lampiran 1

KUISONER PENELITIAN

A. Pengantar

Assalamualaikum wr.wb

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Tuhan semesta alam yang Maha menguasai segala sesuatunya. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Kepada saudara/i saya Hani Syahidah Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam yang sedang melakukan penelitian untuk keperluan tugas akhir (skripsi) dengan judul “Analisis Pengaruh Layanan Front Officer Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang”. Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah khususnya Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Islam Indonesia yang membuka rekening di Kantor Kas Bank Syariah Mandiri terhadap Layanan Front Officer. Oleh karena itu saya sangat mengharapkan kesediaan Saudara/i mengisi angket yang telah disediakan. Identitas yang di berikan kepada saya akan menjadi rahasia dan tidak akan disalahgunakan. Bagi 10 orang responden yang beruntung, masing-masing akan mendapatkan reward berupa pulsa Rp 10.000

Terima kasih banyak atas partisipasi saudara/i dalam survey ini. Keikutsertaan saudara/i sebagai responden dalam survey ini akan sangat berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, serta kontribusi praktis. Keberhasilan survey ini sangat bergantung pada keseriusan saudara/i membaca dan memahami seluruh informasi/pengalaman serta melaksanakan intruksi yang diberikan dengan sungguh-sungguh.

Walaikumsalam

wr.wb

Yogyakarta, 26 Febuari 2020

Hormat saya, Hani Syahidah

B. Karakteristik Responden

Sebelum menjawab pertanyaan kuesioner ini, dimohon Saudara/Saudari mengisi data berikut terlebih dahulu.

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

NIM :

Email :

Nomor Handphone :

Fakultas :

- Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI)
- Fakultas Teknologi Industri (FTI)
- Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan (FTSP)
- Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FMIPA)
- Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB)
- Fakultas Bisnis dan Ekonomi (FE&D3)
- Fakultas Kedokteran (FK)
- Fakultas Hukum (FH)

Program Studi :

Apakah anda merupakan nasabah Bank Syariah Mandiri?

- Ya
- Tidak

Sudah berapa lama menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri?

- > 6 bulan
- < 1 tahun

Sebulan berapa kali anda mengunjungi Kantor Kas Bank Syariah Mandiri

?

- 1-2 kali
- 3-5 kali

C. Petunjuk Pengisian Kuisioner

1. Responden diharapkan membaca terlebih dahulu pertanyaan sebelum memberikan jawaban
2. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara/i dengan mengisi pada kolom jawaban yang dianggap sesuai
3. Mohon untuk memilih salah satu pada kolom jawaban atas pertanyaan yang tersedia sesuai dengan pendapat Saudara/i :

Angka 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

Angka 2 = Tidak Setuju (TS)

Angka 3 = Netral (N)

Angka 4 = Setuju (ST)

Angka 5 = Sangat Setuju (SS)

D. Pertanyaan Kuisioner

1. *Reability* (Keandalan)

Pertanyaan <i>Reability</i>	Respon				
	STS	TS	N	S	SS
Staf Front Officer (Teller dan Customer Service) Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab permasalahan nasabah					
Janji bank kepada Nasabah untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu dilakukan sesuai dengan yang dijanjikan					
Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang memberikan pelayanan yang sama sepanjang hari kepada semua nasabah tanpa melihat umur/jabatan antara Mahasiswa/i dan Orang yang lebih tua					
Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang melayani nasabah sejak pertama kali datang					
Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang memberikan pelayanan tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan					
produk yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri Kaliurang bervariasi dan lengkap					
Bank Syariah mandiri Kaliurang melengkapi produknya dengan fasilitas ATM , call center, dan lain lain					

Staff Front Officer Kantor Kas Bank Syariah Mandiri harus memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah ketika melakukan transaksi					
Staff Front Officer Kantor Kas Bank Syariah Mandiri harus menyampaikan informasi mengenai perbankan secara terperinci					

2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Pertanyaan <i>Responsiveness</i>	Respon				
	STS	TS	N	S	SS
Staf Front Officer (Teller dan Customer Service) Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang mengetahui kebutuhan Nasabah					
Staf Front Officer (Teller dan Customer Service) Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang tetap ada pada jam-jam sibuk					
Staf Front Officer (Teller dan Customer Service) Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang melayani transaksi dengan cepat, tepat, dan efisien					
Staf Front Officer (Teller dan Customer Service) Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah					
Staf Front Officer (Teller dan Customer Service) Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang segera menanggapi dan memproses					
Staff Front Officer Kantor Kas Bank Syariah Mandiri harus tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi					
Staff Front Officer Kantor Kas Bank Syariah Mandiri harus tidak melakukan kesalahan dalam pelayanan					

3. *Assurance* (Jaminan)

Pertanyaan <i>Assurance</i>	Respon				
	STS	TS	N	S	SS
Staff Front Officer (Teller dan Customer Service) Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang selalu ramah dalam melayani nasabah					

Staf Front Officer (Teller dan Customer Service) Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang selalu sopan dalam melayani nasabah					
Staf Front Officer (Teller dan Customer Service) Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang mengetahui secara detail produk yang ada di Bank Syariah Mandiri					
Staf Front Officer (Teller dan Customer Service) Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang dapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah					
Staf Front Officer (Teller dan Customer Service) Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat					
Staff Front Officer Kantor Kas Bank Syariah Mandiri harus menjadi tempat yang terpercaya dalam menyimpan uang					

4. *Empathy* (Perhatian)

Pertanyaan <i>Empathy</i>	Respon				
	STS	TS	N	S	SS
Akses menuju lokasi Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang strategis dan mudah di jangkau					
Staf Front Officer (Teller dan Customer Service) Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang selalu mengerti dan memahami permasalahan nasabah					
Staf Front Officer (Teller dan Customer Service) Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang penuh perhatian dan sabar dalam melayani nasabah					
Staf Front Officer (Teller dan Customer Service) Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah					

5. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Pertanyaan <i>Empathy</i>	Respon				
	STS	TS	N	S	SS

Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang memiliki ruang tunggu yang nyaman					
Di ruang tunggu tersedia fasilitas bagi nasabah yang datang seperti majalah, Koran, televisi, dan air mineral					
Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang memiliki peralatan yang canggih dan modern					
Staf Front Officer (Teller dan Customer Service) Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Kaliurang berpenampilan rapi dan profesional					

6. Kepuasan Nasabah

Pertanyaan Kepuasan Nasabah	Respon				
	STS	TS	N	S	SS
Selama ini Kantor Kas Bank Syariah Mandiri memberikan jasa pelayanan yang memuaskan sesuai dengan yang diharapkan					
Pihak front officer Kantor Kas Bank Syariah Mandiri selalu menanggapi keluhan kami dengan cepat dan tepat					
Secara keseluruhan kami menilai Front Officer Kantor Kas Bank Syariah Mandiri memiliki citra yang positif dan baik					
saya merasa nyaman dengan pelayanan Front Officer Kantor Kas Bank Syariah Mandiri					
saya merasa pelayanan Front Officer Kantor Kas Bank Syariah Mandiri sangat tidak profesional dengan melayani nasabah mahasiswa/i dengan seadanya dan kurang ramah					
Saya merasa setiap datang ke kantor kas bank syariah mandiri kurang mendapat pelayanan yang baik , cuek, judes, dan tidak ramah dengan mahasiswa					
saya merasa staff front officer terlalu pilih kasih dengan lebih bersikap ramah dengan nasabah yang lebih tua dibandingkan dengan mahasiswa/i					
kesan pertama saya melihat front officer Kantor kas Bank Syariah mandiri sangat ramah dan melayani dengan baik					

Pearson Correlation	.178	.479*	.434	.386	.341	.505*	1	.469*	.437	.600**
Sig. (2-tailed)	.452	.032	.056	.093	.141	.023		.037	.054	.005
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson Correlation	.336	.725**	.636**	.815**	.776**	.508*	.469*	1	.668**	.826**
Sig. (2-tailed)	.148	.000	.003	.000	.000	.022	.037		.001	.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson Correlation	.580**	.661**	.540*	.643**	.844**	.552*	.437	.668**	1	.822**
Sig. (2-tailed)	.007	.002	.014	.002	.000	.012	.054	.001		.000
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Pearson Correlation	.588**	.900**	.851**	.844**	.895**	.792**	.600**	.826**	.822**	1
Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	
N	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Correlations

		P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	TOTALX 2
P10	Pearson Correlation	1	.740**	.396	.859**	.956**	.719**	.633**	.911**
	Sig. (2-tailed)		.000	.084	.000	.000	.000	.003	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
P11	Pearson Correlation	.740**	1	.501*	.729**	.729**	.548*	.460*	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000		.024	.000	.000	.012	.041	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
P12	Pearson Correlation	.396	.501*	1	.461*	.461*	.584**	.666**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.084	.024		.041	.041	.007	.001	.001
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
P13	Pearson Correlation	.859**	.729**	.461*	1	.909**	.760**	.396	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.041		.000	.000	.084	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
P14	Pearson Correlation	.956**	.729**	.461*	.909**	1	.760**	.589**	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.041	.000		.000	.006	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
P15	Pearson Correlation	.719**	.548*	.584**	.760**	.760**	1	.524*	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.012	.007	.000	.000		.018	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
P16	Pearson Correlation	.633**	.460*	.666**	.396	.589**	.524*	1	.730**
	Sig. (2-tailed)	.003	.041	.001	.084	.006	.018		.000

N		20	20	20	20	20	20	20	20
TOTALX2	Pearson Correlation	.911**	.807**	.701**	.882**	.930**	.849**	.730**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	
N		20	20	20	20	20	20	20	20

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Correlations

	P17	P18	P19	P20	P21	P22	TOTALX3
P17 Pearson Correlation	1	.583**	.513*	.313	.467*	.558*	.772**
Sig. (2-tailed)		.007	.021	.180	.038	.011	.000
N	20	20	20	20	20	20	20
P18 Pearson Correlation	.583**	1	.669**	.650**	.628**	.510*	.840**
Sig. (2-tailed)	.007		.001	.002	.003	.022	.000
N	20	20	20	20	20	20	20
P19 Pearson Correlation	.513*	.669**	1	.703**	.759**	.453*	.816**
Sig. (2-tailed)	.021	.001		.001	.000	.045	.000
N	20	20	20	20	20	20	20
P20 Pearson Correlation	.313	.650**	.703**	1	.560*	.404	.706**
Sig. (2-tailed)	.180	.002	.001		.010	.077	.001
N	20	20	20	20	20	20	20
P21 Pearson Correlation	.467*	.628**	.759**	.560*	1	.694**	.841**

	Sig. (2-tailed)	.038	.003	.000	.010		.001	.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
P22	Pearson Correlation	.558*	.510*	.453*	.404	.694**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.011	.022	.045	.077	.001		.000
	N	20	20	20	20	20	20	20
TOT	Pearson Correlation	.772**	.840**	.816**	.706**	.841**	.787**	1
ALX	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
3	N	20	20	20	20	20	20	20

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

	P23	P24	P25	P26	TOTALX4
P23 Pearson Correlation	1	.486*	.444*	.682**	.831**
Sig. (2-tailed)		.030	.050	.001	.000
N	20	20	20	20	20

P24	Pearson Correlation	.486*	1	.247	.671**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.030		.293	.001	.000
	N	20	20	20	20	20
P25	Pearson Correlation	.444*	.247	1	.652**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.050	.293		.002	.001
	N	20	20	20	20	20
P26	Pearson Correlation	.682**	.671**	.652**	1	.935**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.002		.000
	N	20	20	20	20	20
TOT ALX4	Pearson Correlation	.831**	.749**	.702**	.935**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	
	N	20	20	20	20	20

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Correlations

		P27	P28	P29	P30	TOTALX5
P27	Pearson Correlation	1	.686**	.881**	.833**	.934**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20
P28	Pearson Correlation	.686**	1	.847**	.632**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.003	.000
	N	20	20	20	20	20
P29	Pearson Correlation	.881**	.847**	1	.742**	.951**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	20	20	20	20	20
P30	Pearson Correlation	.833**	.632**	.742**	1	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000		.000
	N	20	20	20	20	20
TOT ALX5	Pearson Correlation	.934**	.869**	.951**	.885**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20

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

Correlations

P38	Pearson Correlation	.681**	.823**	.618**	.762**	-.303	-.435	-.463*	1	.394
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.004	.000	.194	.055	.040		.086
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
TOTALL Y	Pearson Correlation	.610**	.613**	.766**	.627**	.589**	.478*	.473*	.394	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.004	.000	.003	.006	.033	.035	.086	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 3

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.783	.943	10

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.798	.946	8

X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.794	.923	7

X4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.818	.899	5

X5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.843	.960	5

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.729	.809	9

Lampiran 4

Data Hasil Kuisioner

- Total X1, X2, X3

Respon den	Reability									Total X1	Responsiveness						Tota l X2	Assurance						Tota l X3
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9		P1 0	P1 1	P1 2	P1 3	P1 4	P1 5		P1 6	P1 7	P1 8	P1 9	P2 0	P2 1	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18
2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	23	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18
3	5	4	5	4	4	4	5	5	5	41	4	3	4	4	4	5	28	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	42	5	5	4	5	5	4	33	5	5	5	4	5	4	28
5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	37	4	3	4	4	4	4	27	5	4	4	4	4	4	25
6	5	1	2	2	2	2	2	2	3	21	2	2	4	2	2	2	18	3	4	4	4	4	2	21
7	4	5	5	5	5	5	3	5	5	42	4	3	4	4	4	5	29	4	5	4	4	5	5	27
8	3	4	4	3	3	4	5	3	3	32	3	4	4	4	3	4	25	5	3	4	3	4	4	23
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
10	3	3	2	4	3	2	5	4	4	30	4	3	2	4	4	3	23	2	3	4	4	4	4	21
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	5	5	5	5	32	5	4	4	4	5	5	27
13	4	4	3	4	5	3	3	4	5	35	4	4	4	3	4	4	28	4	4	4	4	3	3	22
14	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44	5	4	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38	4	4	5	4	4	4	29	5	5	4	4	4	4	26
16	4	4	4	5	4	3	3	5	3	35	4	4	4	4	4	5	29	4	4	4	3	4	4	23
17	4	4	4	5	4	3	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	4	4	25
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	35	5	5	4	4	4	5	27
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
20	3	4	4	4	4	4	5	5	4	37	4	4	5	4	4	5	30	5	4	4	4	4	4	25
21	3	3	2	4	4	3	4	4	4	31	2	3	2	4	3	4	20	3	3	2	4	4	3	19

22	4	4	4	4	4	5	5	4	3	37	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	3	4	4	23
23	3	4	5	4	4	5	4	3	5	37	4	3	4	4	4	4	3	26	4	4	4	5	4	5	26
24	5	5	3	3	3	4	4	3	3	33	5	4	5	5	5	5	5	34	4	4	5	5	5	5	28
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18
26	5	5	5	5	4	5	5	5	4	43	4	4	4	5	5	4	5	31	4	5	5	4	4	4	26
27	5	5	4	5	5	4	3	5	5	41	4	3	4	4	5	4	3	27	3	5	4	4	4	4	24
28	4	3	4	4	3	4	4	5	5	36	3	4	4	4	4	5	3	27	4	4	4	4	4	5	25
29	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18
31	3	3	4	4	3	4	4	4	4	33	3	4	4	3	4	4	4	26	4	4	4	4	4	5	25
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	5	5	5	4	31	4	5	4	4	4	5	26
33	5	4	4	4	4	5	5	5	5	41	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
34	4	3	2	4	3	3	3	4	4	30	2	3	3	4	3	5	3	23	3	4	4	3	3	5	22
35	4	4	5	5	5	4	5	5	5	42	4	5	4	4	4	5	5	31	5	5	5	4	4	4	27
36	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
37	5	4	4	5	4	5	5	5	5	42	4	3	4	4	4	5	4	28	5	5	5	4	4	5	28
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18
39	4	4	4	3	4	4	5	5	5	38	4	4	4	4	4	4	5	29	5	5	4	5	4	3	26
40	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	3	4	4	4	4	4	3	26	4	4	4	4	4	3	23
41	4	4	4	3	4	4	5	4	4	36	4	3	4	4	4	4	4	27	3	4	5	4	4	3	23
42	4	4	4	4	3	3	4	4	5	35	3	4	4	5	4	4	5	29	4	4	5	4	4	5	26
43	4	4	4	4	3	3	3	4	4	33	3	4	4	4	4	5	5	29	4	5	4	4	4	4	25
44	4	2	3	4	3	5	5	5	5	36	3	3	4	4	3	5	4	26	4	4	5	5	4	5	27
45	4	4	4	4	3	3	4	4	5	35	3	4	4	5	4	4	5	29	4	4	5	4	4	5	26
46	4	3	3	5	3	3	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	5	4	5	5	4	4	5	40	4	4	5	5	5	4	5	32	5	5	5	5	4	4	28
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18
49	4	3	3	2	3	4	3	5	4	31	3	4	3	3	3	4	5	25	4	4	3	4	4	3	22
50	3	3	3	3	3	3	3	3	1	25	3	3	3	3	4	3	3	22	4	4	3	3	3	4	21

51	4	4	5	4	3	5	4	4	4	37	5	4	4	4	4	4	5	30	4	3	3	4	4	3	21
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	4	5	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	30
53	4	4	4	4	4	3	4	5	4	36	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
55	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	4	4	4	5	27
56	4	3	4	4	3	3	4	5	4	34	4	3	3	4	4	5	4	27	3	3	4	4	4	5	23
57	5	4	4	4	4	5	4	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	4	4	5	5	5	4	5	40	4	3	4	4	4	5	2	26	4	5	5	4	4	5	27
59	5	5	5	3	4	4	4	5	5	40	4	4	3	5	4	5	3	28	4	5	5	5	5	5	29
60	3	3	4	3	3	4	3	3	4	30	3	4	3	4	4	4	3	25	4	4	3	3	3	3	20
61	4	3	4	3	3	4	4	5	5	35	3	3	3	4	4	5	5	27	3	4	4	4	4	5	24
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	30
63	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	4	3	3	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18
65	3	3	4	5	4	3	4	5	4	35	3	3	4	3	5	4	3	25	5	5	3	4	4	5	26
66	1	1	3	4	2	2	3	2	2	20	2	2	2	2	2	2	2	14	2	2	2	2	2	2	12
67	4	3	5	4	4	3	4	4	3	34	4	3	3	3	3	4	4	24	4	3	4	3	4	3	21
68	4	4	4	4	5	3	4	5	4	37	2	4	3	5	4	5	5	28	5	5	4	5	4	5	28
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18
70	4	4	3	4	4	3	4	3	3	32	4	4	3	3	4	4	3	25	3	4	4	4	4	4	23
71	4	5	5	5	4	4	5	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	4	5	5	5	29
72	3	3	3	5	3	4	5	3	4	33	4	3	3	4	4	3	4	25	4	4	3	4	5	5	25
73	5	4	5	4	3	3	4	5	5	38	5	5	5	5	5	4	4	33	5	5	5	5	5	5	30
74	4	4	4	5	4	2	4	2	2	31	3	3	4	4	2	4	3	23	4	4	4	4	2	4	22
75	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	4	3	4	4	4	4	4	27	4	4	4	5	5	4	26
76	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38	3	3	4	4	4	4	3	25	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	4	4	4	3	4	3	3	33	3	3	3	4	3	4	3	23	4	4	3	3	3	4	21
78	3	3	3	4	4	4	4	3	4	32	3	3	3	4	3	3	4	23	4	4	3	3	3	3	20
79	5	5	5	5	4	5	4	5	4	42	5	4	5	4	5	4	5	32	5	4	5	4	5	4	27

80	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	28	5	5	4	4	4	5	27
81	5	4	5	5	4	4	4	5	5	41	5	5	5	5	5	5	4	34	5	5	5	5	5	5	30
82	3	3	4	4	3	3	5	3	3	31	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	3	4	3	4	22
83	4	4	5	5	5	5	5	4	5	42	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	4	4	4	4	24
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	3	4	19
85	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35	3	3	3	3	3	3	3	21	4	4	4	4	4	4	24
86	3	2	4	3	3	2	5	3	2	27	5	3	2	3	3	4	3	23	4	4	5	3	4	3	23
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	4	4	5	5	5	5	33	5	5	5	5	5	5	30
88	5	3	4	4	4	3	3	3	3	32	5	2	3	4	4	4	4	26	5	5	3	4	4	3	24
89	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44	5	4	5	5	5	5	4	33	5	5	5	5	5	5	30
90	4	4	3	4	4	3	4	5	5	36	4	4	3	4	4	5	4	28	4	4	4	4	4	5	25
91	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34	3	3	4	4	4	4	3	25	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	4	4	4	5	3	5	5	38	4	3	4	4	4	5	5	29	5	5	4	4	4	5	27
93	4	3	4	4	4	4	3	4	4	34	4	4	4	4	4	4	3	27	4	4	4	4	4	4	24
94	3	4	5	5	4	4	4	5	4	38	3	3	4	5	4	4	4	27	5	5	5	5	5	5	30
95	4	4	4	3	4	4	5	4	5	37	3	3	4	4	3	5	3	25	4	4	4	4	3	5	24
96	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24
98	4	3	2	3	3	4	4	4	5	32	3	3	3	3	3	3	2	20	2	3	3	4	3	5	20
99	3	4	4	5	5	5	5	5	5	41	5	4	5	5	5	5	5	34	5	5	5	5	5	5	30
100	3	2	3	4	4	3	4	3	3	29	3	2	3	4	3	2	3	20	3	2	4	3	3	4	19

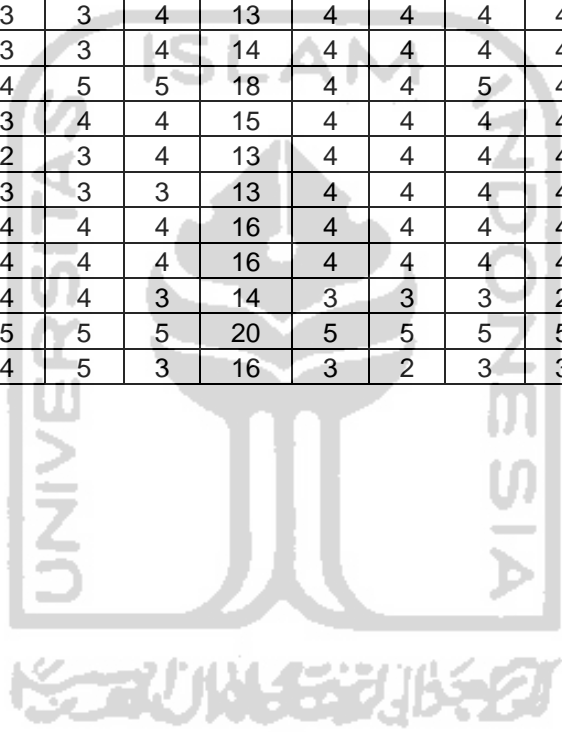
جامعة بغداد

- Total X4,X5,Y

Empahty				Total X4	Tangibles				Total X5	Kepuasan Nasabah								Total Y
P23	P24	P25	P26		P27	P28	P29	P30		P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	12	1	1	1	1	4	2	2	2	2	2	3	3	3	19
5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	2	2	4	27
5	5	4	5	19	4	5	4	5	18	5	5	5	4	2	1	2	5	29
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	2	4	4	28
3	2	4	2	11	4	4	4	3	15	3	3	3	3	4	2	4	3	25
4	4	4	4	16	4	3	4	5	16	4	4	5	4	4	4	4	4	33
3	5	3	3	14	2	3	3	3	11	3	3	4	3	3	4	3	3	26
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	3	3	3	3	3	3	3	4	25
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	4	4	4	4	4	35
3	4	4	4	15	3	3	3	3	12	3	4	4	4	4	3	3	5	30
5	5	5	5	20	5	3	4	5	17	5	5	5	5	1	1	1	5	28
5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	2	2	4	26
4	4	4	3	15	3	3	3	4	13	4	4	4	4	2	2	2	4	26
5	4	3	4	16	3	2	2	4	11	3	4	3	4	2	2	2	4	24
4	4	5	5	18	4	5	4	5	18	5	5	4	4	1	1	1	5	26
5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	4	13	4	4	4	3	15	3	3	4	3	4	4	3	3	27
4	4	5	4	17	5	4	5	5	19	3	5	4	4	2	1	2	4	25
5	4	5	5	19	3	3	5	5	16	5	5	5	5	1	1	1	5	28
3	5	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	3	3	4	5	35
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	5	4	16	5	3	4	5	17	4	4	5	5	1	1	1	5	26

3	4	3	4	14	3	2	3	4	12	4	4	4	4	4	3	5	3	31
4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	2	2	3	25
4	3	4	4	15	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	4	4	5	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	2	2	5	27
3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	1	1	3	4	25
2	4	3	3	12	3	3	3	4	13	4	4	4	4	2	2	2	4	26
4	3	3	3	13	4	3	3	4	14	4	3	4	4	2	3	1	3	24
4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	5	5	5	5	1	1	1	4	27
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	16	5	5	4	5	19	4	4	4	4	3	3	3	4	29
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	1	1	1	5	24
3	3	4	4	14	3	3	4	4	14	4	4	4	3	2	2	2	4	25
4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	3	4	4	2	2	2	3	24
4	4	4	4	16	4	5	4	5	18	5	4	4	5	2	2	2	4	28
5	4	5	5	19	5	5	4	5	19	5	5	4	5	2	2	1	4	28
5	4	4	4	17	4	3	3	4	14	4	4	4	4	4	3	4	3	30
4	4	4	4	16	4	5	4	5	18	5	4	4	5	2	2	2	4	28
4	4	4	4	16	4	2	3	4	13	3	4	4	4	2	2	2	4	25
3	4	4	5	16	5	5	4	4	18	4	4	4	5	4	4	5	5	35
4	4	3	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	3	4	14	4	3	3	4	14	3	3	4	3	3	2	2	3	23
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	2	3	23
2	4	4	4	14	2	4	3	4	13	4	3	4	4	4	3	4	4	30
5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	5	2	2	2	4	30
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	1	1	1	4	23
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	4	18	4	4	5	4	17	5	4	5	5	5	5	4	4	37

3	3	3	3	12	3	2	3	3	11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	3	2	3	10	2	4	2	4	12	3	3	4	2	4	2	2	4	24
3	5	5	5	18	5	3	5	5	18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	3	12	5	4	4	3	16	3	4	3	4	4	4	4	3	29
5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	5	4	5	5	3	3	3	5	33
4	4	4	4	16	3	3	3	4	13	4	4	4	4	1	1	1	4	23
4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	4	4	4	4	1	1	1	4	23
5	4	5	4	18	4	4	5	5	18	4	4	5	4	1	1	1	5	25
4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	4	4	4	4	3	3	3	4	29
4	4	4	4	16	4	2	3	4	13	4	4	4	4	2	1	1	4	24
4	4	4	4	16	4	3	3	3	13	4	4	4	4	2	3	2	4	27
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	3	14	3	4	4	3	14	3	3	3	2	2	3	3	3	22
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	2	2	2	4	30
3	2	2	3	10	4	4	5	3	16	3	2	3	3	5	5	2	4	27



Lampiran 5

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Reability	100	20	45	35.37	.543	5.430
Responsiveness	100	14	35	26.94	.427	4.268
Assurance	100	12	30	24.23	.356	3.561
Empathy	100	9	20	15.44	.263	2.626
Tangibles	100	4	20	15.13	.278	2.780
KepuasanNasabah	100	16	40	27.75	.452	4.522
Nilai total	100	79.00	190.00	144.8600	2.01805	20.18051
Valid N (listwise)	100					

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.39794734
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		.547
Asymp. Sig. (2-tailed)		.926

a. Test distribution is Normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.998	2.470		3.238	.002		

Reability	.039	.135	.046	.287	.775	.228	4.391
Responsiveness	.381	.191	.359	1.994	.049	.185	5.419
Assurance	.077	.230	.061	.336	.738	.183	5.460
Empathy	-.017	.247	-.010	-.069	.945	.290	3.448
Tangibles	.431	.193	.265	2.232	.028	.424	2.361

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah

Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change	Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2		
1	.661 ^a	.437	.407	3.481	.437	14.613	5	94	.000	1.925

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Reability, Empathy, Responsiveness, Assurance

b. Dependent Variable: KepuasanNasabah

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.526	1.189		-3.807	.000
	Reability (X1)	.090	.065	.249	1.381	.170
	Responsiveness (X2)	.125	.092	.273	1.362	.176
	Assurance (X3)	.060	.110	.109	.541	.590
	Empathy (X4)	-.074	.119	-.099	-.618	.538
	Tangibles (X5)	.028	.093	.040	.303	.763

a. Dependent Variable: Abs_RES

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.998	2.470		3.238	.002
	Reability	.039	.135	.046	.287	.775
	Responsiveness	.381	.191	.359	1.994	.049
	Assurance	.077	.230	.061	.336	.738
	Empathy	-.017	.247	-.010	-.069	.945
	Tangibles	.431	.193	.265	2.232	.028

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah
 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.661 ^a	.437	.407	3.481

a. Predictors: (Constant), Tangibles, Reability, Empathy, Responsiveness, Assurance

b. Dependent Variable: KepuasanNasabah

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	885.502	5	177.100	14.613	.000 ^b
	Residual	1139.248	94	12.120		
	Total	2024.750	99			

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah

b. Predictors: (Constant), Tangibles, Reability, Empathy, Responsiveness, Assurance

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.998	2.470		3.238	.002
	Reability	.039	.135	.046	.287	.775

Responsiveness	.381	.191	.359	1.994	.049
Assurance	.077	.230	.061	.336	.738
Empathy	-.017	.247	-.010	-.069	.945
Tangibles	.431	.193	.265	2.232	.028

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Hani Syahidah. Dilahirkan di Bengkulu 13 Agustus 1997 sebagai anak ke dua dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Basuki Dwiyanto S.Pd dan Ibu Elty Puspasari S.Pd (Alm). Saat ini bertempat tinggal di Lingkar Barat RT /RW 11/04 No 48 Perumnas Gading Cempaka Permai, Kota Bengkulu. Hp: 081215373610. Alamat Email: shanisyahidah@gmail.com. Pendidikan SD ditempuh di SDIT IQRA'1 Bengkulu lulus Tahun 2010, pendidikan SMP di SMP N 2 Kota Bengkulu lulus pada Tahun 2013. Pendidikan SMA ditempuh di SMA N 5 Kota Bengkulu dan lulus tahun 2016. Hingga pada tahun 2016, penulis diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Selama di bangku perkuliahan, penulis mengikuti organisasi LPM FIAI periode 2017-2019 sebagai sekretaris divisi PSDM, dan HAWASI UII periode 2017-2019 sebagai divisi Idrotul Tahfidz.

