

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PASCA MERGER BANK SYARIAH INDONESIA
DI PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
*THE EFFECTS OF SERVICE QUALITY ON THE CUSTOMERS’
SATISFACTION IN THE POST OF THE MERGER OF INDONESIA
SHARIA BANKS IN PROVINCE OF SPECIAL DISTRICT OF
YOGYAKARTA***

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan
Guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Ekonomi Islam



Disusun Oleh:

Asri Marlina

14423171

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Asri marlina
NIM : 14423171
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Nasabah Pasca Merger Bank
Syariah Indonesia Di Provinsi Daerah
Istimewa Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak ada hasil karya orang lain kecuali yang diacu dalam penulisan dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka penulis bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini penulis buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 08 September 2021 M



Asri Marlina

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:


Hari : Selasa
Tanggal : 19 Oktober 2021
Nama : ASRI MARLINA
Nomor Mahasiswa : 14423171
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pasca Merger Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

TIM PENGUJI:


Ketua

Martini Dwi Pusparini, S.H.I., M.S.I.

(..........)

Penguji I

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

(..........)

Penguji II

Soya Sobaya, SEI, MM

(..........)

Pembimbing

Tulasmai, SEI, MEI

(..........)

Yogyakarta, 19 Oktober 2021

Dekan,




Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA,

NOTA DINAS

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

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 988/Dek/60/DAATI/FIAI/VIII/2021 tanggal 2 Agustus 2021 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Asri Marlina
Nomor/Pokok/NIMKO : 14423171
Program Studi/Konsentrasi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pasca Merger Bank Syariah Indonesia Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, sudah dapat diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar sarjana. Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut diatas dimunaqasahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 09 September 2021 M



Tulasmi SEI, MEI

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama : Asri Marlina
Nim : 14423171
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Nasabah Pasca Merger Bank
Syariah Indonesia Di Provinsi Daerah
Istimewa Yogyakarta

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, 08 September 2021 M



Tulasmi SEI, MEI

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan dengan segala cinta dan doa karya yang sederhana ini untuk: Ibu dan Bapak tercinta, yang senantiasa mengiringi langkah saya dengan penuh nasihat dan doa yang tiada hentinya.

Adik saya Ucu Aziz Syamsudin tercinta yang selalu memberi support, doa dan dukungan selama saya kuliah.

Saya sangat berterima kasih juga kepada sahabat dan teman-teman yang tidak bisa ku sebutkan satu persatu.

Ibu Dosen Tulasmi, terima kasih telah menjadi inspirasi saya dan segala kesabaran membimbing dan serta yang selalu memberi doa kepada saya.

Terima Kasih

الجامعة الإسلامية
الاستدراكية

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ

لُمْتَوَكِّلِينَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ ۙ

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

(Q.S Ali Imran : 159)

ABSTRAK
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PASCA MERGER BANK SYARIAH INDONESIA DI
PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Oleh:

Asri Marlina

14423171

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank setelah dilakukan merger diantara tiga bank yaitu BNI Syariah, BRI Syariah, dan Mandiri Syariah. Serta untuk mengetahui apakah setelah penggabungan terdapat perbedaan kepuasan nasabah menurut beberapa karakteristik sosial demografi, seperti usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Objek penelitian adalah Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, dimana respondennya adalah nasabah BSI di Yogyakarta. Responden dipilih dengan teknik *convenience sampling* dan diperoleh sebanyak 100 nasabah. Variabel penelitian dikategorikan kedalam dua jenis, yaitu variabel bebas dan terikat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menunjukkan nilai rata – rata 3,86, kemudian nasabah sudah memperoleh kepuasan terhadap jasa yang diberikan Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta. Indikator *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta setelah merger.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Kepuasan Nasabah, *Merger*.

ABSTRACT
**THE EFFECTS OF SERVICE QUALITY ON THE CUSTOMERS’
SATISFACTION IN THE POST OF THE MERGER OF INDONESIA SHARIA
BANKS IN PROVINCE OF SPECIAL DISTRICT OF YOGYAKARTA**

By:
Asri Marlina
14423171

This study aims to analyze the effects of the variable of service quality on the customers’ satisfaction in the post of the merger among three banks: BNI Sharia, BRI Sharia, and Mandiri Sharia and to identify whether after the merger there was a difference in the customers’ satisfaction in accordance to a number of demographic social characteristics such as ages, sex, education and occupation. The object of this study was Indonesia Sharia Bank in Province of Special District of Yogyakarta. The method in collecting the data was through questionnaires in which 100 customers of BSI in Province of Special District of Yogyakarta became the respondents, who were selected using the convenience sampling technique. The variables in this study were categorized into two: independent and dependent variable. The results of this study showed that the service quality showed the average value of 3.86 and the customers were satisfied for the service given by Indonesia Sharia Bank (BSI) in Yogyakarta. The indicators of tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy had a significant effect on the customers’ satisfaction in Indonesia Sharia Bank in Province of Special District of Yogyakarta in the post of merger.

Keywords: Service Quality, Customers’ Satisfaction, Merger

October 22, 2021

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

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 dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di-pergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut 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 seminar 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. Pedoman 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[‘]marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf capital
10. Tajwid

1. 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 dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	ş	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)

د	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	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	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—َ	Fathah	A	A
َ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan. huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ ...	fathah dan ya	Ai	a dan i
وَ ...	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - Kataba

فَعَلَ - fa'ala

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama

ا...ى ...	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ى....	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...و	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قال - qāla قيل - qīla
رمى - ramā يقول - yaqūlu

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

- a. Ta marbutah hidup

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

- b. Ta marbutah mati

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

- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbu"ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl
raudatul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah
al-Munawwarah
al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةَ - talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu

Contoh:

رَبَّنَا – rabbanā الْحَجَّ - al-hajj
نَزَّلَ – nazzala نَعْمَ nu''ima
الْبِرِّ - al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

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

Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu الْقَلَمُ alqalamu

السَّيِّدُ - as-sayyidu
دُ

الْبَيْعُ al-badī'u

الشَّمْسُ - as-syamsu

الْجَلَالُ al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ - ta'khuzūna

إِنَّ - inna

الْنَ وَءُ - an-nau'

أُمِرْتُ umirtu

سَيِّئٌ - syai'un

أَكَلَ -akala

8. Penulisan Kata

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

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair
arrāziqīn

Wa innallāha lahuwa
khairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ Wa auf al-kaila wa-almīzān

Wa auf al-kaila wal mīzān

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa
mursahā

وَاللَّهِ أَجْبَدُ مِنَ اسْتِطَاعِ إِلَيْهِ سَبِيلًا Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-
baiti

manistatā’a

ilaihi sabīla

Walillāhi ‘alan-

nāsi hijjul-baiti

manistatā’a

ilaihi sabīlā

9. 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:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ Wa mā Muhammadun illā rasl

إِنَّا أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي

بِابِكُمْ مَبَارَكًا lallażī bibakkata mubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

al-

Qur’ānu

Syahru Ramadān al-lażī unzila

fīhil

Qur’ānu

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ	Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubīn Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdu lillāhi rabbil al-'ālamīn Alhamdu lillāhi rabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau har-kat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan. Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	Nasrun minallāhi wa fathun qarīb
الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillāhi al-amru jamī'an Lillāhil-amru jamī'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāha bikulli syai'in 'alīm

10. 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

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr.Wb.

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا، تَبَارَكَ الَّذِي جَعَلَ فِي السَّمَاءِ بُرُوجًا وَجَعَلَ فِيهَا سِرَاجًا وَقَمَرًا مُنِيرًا.
أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ الَّذِي بَعَثَهُ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا، وَدَاعِيًا إِلَى الْحَقِّ بِإِذْنِهِ
وَسِرَاجًا مُنِيرًا. اللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى عَلِيٍّ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ وَسَلِّمْ تَسْلِيمًا كَثِيرًا. أَمَّا بَعْدُ

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya, dan memberikan kemudahan kepada penyusun dalam menyelesaikan tanggung jawab dan amanah ini. Sholawat serta Salam penyusun haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, yang diutus dengan kebenaran, sebagai pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan dan sebagai cahaya penerang bagi umatnya.

Sebagai sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia, maka penyusun menyusun skripsi dengan judul **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA PASCA MERGER DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA** Penyusun menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan, pengalaman dan pengetahuan dari penyusun. Dalam penyelesaian skripsi ini penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penyusun sepantasnya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M. Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Dra. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Program Studi Ekonomi Islam FIAI Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Soya Sobaya, S.E.I., M.M., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam FIAI Universitas Islam Indonesia.
5. Ibu Tulasmi S.E.I, M.E.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah berkenan membimbing penyusun dalam penyelesaian penelitian ini.
6. Segenap Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah memberikan ilmu kepada penulis serta membantu dan mempermudah penyusun mengurus administrasi baik dalam penyusunan skripsi maupun selama proses perkuliahan.
7. Bapak Sukardi dan Ibu Rustini selaku Orang Tua saya yang terhebat yang selalu memberikan cinta, kasih sayang, doa dan perhatian. Seseorang yang tidak banyak mengeluh dan tidak banyak bicara namun selalu menunjukkan kasih sayangnya dengan hal-hal yang sederhana dan luar biasa.
8. Kepada adik tercinta Aziz, yang telah memberikan banyak dukungan, kasih sayang, motivasi dan sebagai panutan sebagai kakak terbaik.
9. Kepada Uwa tersayang yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam proses pengerjaan skripsi ini.
10. Seluruh sahabat yang membanggakan Kurnia, Hena, Riris, Maria, Cece, Dwi, Zum, Rezky, terima kasih atas kebersamaan dan dukungan yang kalian berikan.

11. Seluruh teman Ekonomi Islam angkatan 2014 dan Ekis C 2014 telah bersama-sama menimba ilmu dan pengalaman di kampus UII tercinta.
12. Teman- teman ekspedisi TIKI yang memberikan semangat, dan pengalaman yang berharga ketika bekerja.
13. Seluruh pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu-satu, Terima kasih telah membantu dalam penyusunan pembuatan skripsi ini.

Yogyakarta, Oktober 2021

Asri Marlina



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR	xx
DAFTAR ISI	xxiii
DAFTAR TABEL	xxvi
DAFTAR LAMPIRAN	xxvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	6
A. Telaah Pustaka	6
B. Landasan Teori	11
1. Merger	11
2. Tipe Merger.....	12
3. Kualitas Pelayanan	13
4. Kepuasan Nasabah	19
C. Kerangka Berpikir.....	21
D. Hipotesis.....	22

BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Desain Penelitian	24
B. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian	24
C. Objek Penelitian	24
D. Populasi dan Sampel	24
E. Sumber Data.....	26
F. Teknik Pengumpulan Data.....	26
G. Instrumen Penelitian.....	27
H. Teknik Analisis Data.....	27
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 32
A. Sejarah Bank Syariah Indonesia.....	32
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	33
1. Hasil Uji Validitas	33
2. Hasil Uji Reabilitas.....	34
C. Analisis Kualitatif	35
1. Deskriptif Karakteristik Responden	36
2. Analisis penilaian variable penelitian	38
a. Analisis Deskriptif Dimensi Tangible.....	39
b. Analisis Deskriptif Dimensi Reliability.....	40
c. Analisis Deskriptif Dimensi Responsiveness.....	41
d. Analisis Deskriptif Dimensi Assurance	41
e. Analisis Deskriptif Dimensi Empathy	42
f. Analisis Deskriptif Dimensi Kepuasan Nasabah	44
D. Uji Asumsi Klasik	45
1. Uji Normalitas	45
2. Uji Multikolonieritas	46
3. Uji Heterokedastisitas.....	46
E. Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
1. Analisis Regresi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	47
2. Uji Parsial (T).....	50
3. Uji F.....	51

4. Koefisien determinasi (R^2).....	52
F. Pembahasan dan Implikasi Strategi.....	53
BAB V PENUTUP	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Dimensi dan Atribut Model Servqual	16
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	33
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 4. 3 Jenis Kelamin	36
Tabel 4. 4 Usia Responden	36
Tabel 4. 5 Pekerjaan Responden	37
Tabel 4. 6 Pendidikan Responden	37
Tabel 4. 7 Jenis Nasabah Responden	38
Tabel 4. 8 Dimensi Tangibles	39
Tabel 4. 9 Dimensi Reliability	40
Tabel 4. 10 Dimensi Responsiveness	41
Tabel 4. 11 Dimensi Assurance	42
Tabel 4. 12 Dimensi Emphaty	42
Tabel 4. 13 Deskriptif Kualitas Pelayanan BSI setelah Merger	42
Tabel 4. 14 Penilaian Nasabah BSI pada Variabel Kepuasan	44
Tabel 4. 15 Deskriptif Minat Nasabah	45
Tabel 4. 16 Hasil Perhitungan Multikolinearitas	46
Tabel 4. 17 Hasil Regresi Linear Berganda	48
Tabel 4. 18 Hasil uji F	52
Tabel 4. 19 Hasil Uji R	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 3. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Merger atau penggabungan adalah salah satu cara sebuah perusahaan untuk memperluas suatu usaha secara optimal tanpa harus memulai kembali dari nol. Menurut peraturan otoritas jasa keuangan nomor 74 /POJK.04/ 2016 pasal 1 tentang penggabungan usaha atau peleburan usaha perusahaan terbuka menjelaskan bahwa penggabungan usaha adalah “perbuatan hukum yang dilakukan oleh 1 (satu) perusahaan atau lebih untuk menggabungkan diri dengan perusahaan lain yang telah ada yang mengakibatkan aset, liabilitas, dan ekuitas dari perusahaan yang menggabungkan diri beralih karena hukum kepada perusahaan yang menerima penggabungan dan selanjutnya status badan hukum perusahaan yang menggabungkan diri berakhir karena hukum”. (website www.ojk.go.id)

Proses persetujuan merger tidak hanya disetujui oleh salah satu pihak melainkan dari kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan tanpa adanya intervensi dari pihak lain. Negosiasi yang dilakukan oleh pihak manajemen atau direksi adalah langkah awal dari semua proses merger yang akan dilakukan oleh kedua perusahaan. Diharapkan dengan melakukan merger tersebut akan mendapatkan nilai tambah yang bersifat jangka panjang. Selain itu biasanya perusahaan yang kapasitasnya lebih besar akan menjadi pihak yang masih hidup (*surviving firm*) sedangkan perusahaan yang lebih kecil akan berhenti dan bubar (*merged firm*) (Moin, 2007).

Salah satu program Bank Indonesia dalam memperkuat struktur Perbankan Indonesia adalah adanya Arsitektur Perbankan Indonesia (API) pada tahun 2004 yang dilaksanakan secara bertahap dalam waktu 10 (sepuluh) sampai dengan 15 (lima belas) tahun ke depan, yang bertujuan untuk mendorong bank di Indonesia melakukan M & A atau menambah modal sehingga bank akan menjadi lebih kuat,

berdaya saing tinggi, mempunyai nilai dan berskala besar (global) (Kurniawan, 2015). Selain itu dengan dilakukannya merger, perusahaan pasti memiliki tujuan lain selain meningkatkan kinerja keuangan perusahaan diantaranya adalah meningkatkan kualitas layanan dalam perusahaan.

Kualitas layanan tidak dapat diabaikan, karena berpengaruh pada peningkatan keunggulan yang kompetitif dalam memperoleh kepuasan. Meningkatkan kualitas pelayanan yang baik bukan hanya sekedar tujuan tetapi merupakan suatu hak yang harus diberikan kepada pelanggan atau konsumen dimana akan memberikan rasa nyaman dengan pelayanan yang sudah diterimanya. Diketahui bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Panjaitan & Yuliati, 2016). Maka dari itu sangat diperlukan pelayanan yang baik serta berkualitas.

Hal tersebut dapat memberikan nilai lebih bagi perusahaan di mata para pesaing. Pemberian pelayanan yang berkualitas bertujuan untuk memperoleh kepuasan nasabah. Menurut (A. Parasuraman, 1988) terdapat lima faktor yang digunakan hingga saat ini untuk menilai dan membandingkan kualitas pelayanan yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*. Oleh karena itu, jika perusahaan ingin memperoleh kepuasan nasabah maka kelima faktor tersebut harus di kelola dengan baik. Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2002).

Di Indonesia sudah banyak perusahaan yang berhasil melakukan merger diantaranya Bank Mandiri, Bank Danamon dan Bank Permata, serta Bank Hana dan Bank Hana yang bergabung dengan pihak Rabobank (Kurniawan, 2015). Kemudian baru-baru ini telah diresmikan Bank Syariah Indonesia yang diharapkan menjadi sinergi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas serta

diharapkan integritas pelayanan menjadi lebih optimal. Namun tidak sedikit dari nasabah Bank ex-BNI Syariah menyayangkan atas perubahan yang terjadi pasca merger. Setelah bergabung menjadi BSI saldo minimum telah berubah, tidak ada lagi subsidi administrasi saat melakukan transaksi dari maupun ke rekening BNI. *Young Islamic Bankers (YIB)* menilai di era digital, bank syariah dituntut untuk memberikan produk sekompetitif mungkin. BSI sebagai bank syariah terbesar dengan cita-citanya menjadi bank syariah global sudah seharusnya menjadikan kepuasan nasabah sebagai tolak ukur utama kesuksesan merger.

Kritik dan keluhan tersebut yang dapat menimbulkan persepsi negatif nasabah. Apabila hal tersebut dibiarkan terus menerus dapat menurunkan tingkat kepercayaan nasabah. Bukan menjadi hal yang tidak mungkin apabila nasabah beralih ke perusahaan karena mereka merasa perusahaan lain lebih mampu memberikan pelayanan serta produk yang memuaskan mereka. Karena telah dijelaskan dalam penelitian (Anggraeni, Kumadji, & Sunarti, 2016) kepuasan pelanggan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal tersebut dapat diartikan pelanggan merasa puas terhadap segala aspek yang ada baik mengenai produk maupun pelayanan jasa yang diberikan sehingga membuat pelanggan berkeinginan untuk membeli produk yang sama di tempat yang sama.

Penelitian mengenai dampak merger terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah masih sedikit untuk dijadikan topik penelitian. Namun ada beberapa peneliti yang mengangkat topik tersebut, di antaranya adalah (Shaik, Umar, & Kumar, 2019) mengatakan bahwa dengan adanya merger dan akuisisi bank memberikan cakupan administrasi yang luas. Pelanggan sangat puas penggabungan bank yang melaluinya bank memberikan lebih banyak layanan, manfaat dan berbagai layanan yang inovasi serta peningkatan di *ATM center*. Sedangkan penelitian oleh (Yeboah, Asirifi, & Ampadu, 2015) adalah menunjukkan bahwa merger dan akuisisi memiliki dampak positif pada kualitas layanan secara keseluruhan. Kesimpulan yang ditarik oleh para peneliti menunjukkan bahwa merger dan akuisisi menawarkan pertumbuhan yang unggul dan pilihan pembiayaan bagi bank. Hal ini pada gilirannya mendorong efisiensi

ekonomi melalui perbaikan dalam biaya dan pemberian layanan.

Berangkat dari latar belakang diatas, menarik untuk dikaji lebih lanjut mengenai penelitian yang berhubungan dengan dampak merger terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terutama dilihat dari sudut pandang nasabah. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Pasca Merger (Studi Kasus BSI Yogyakarta).**

B. Rumusan Masalah

Dari Latar Belakang di atas maka rumusan masalahnya adalah bagaimanakah indikator *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI di Yogyakarta?

C. Tujuan

Dari Rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh indikator *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan nasabah BSI di Yogyakarta.

D. Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, maka manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai sarana untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai pengaruh kualitas pelayanan setelah merger terhadap kepuasan nasabah terutama pada lembaga yang menjadi referensi dalam dunia akademis. Serta dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya dalam bidang yang sama.

2. Manfaat Praktis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa masukan penilaian mengenai loyalitas nasabah agar perusahaan perbankan mengetahui keinginan serta kebutuhan nasabah sehingga dapat meningkatkan kualitas

pelayanan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan pada dasarnya berisi uraian tentang tahapan pembahasan yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi 5 (lima) bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Dimana latar belakang masalah berisi tentang alasan perlunya dilakukan penelitian dan juga mengandung inti dari permasalahan yang akan diangkat menjadi topik dalam penelitian sehingga akan menghasilkan tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilakukan.

BAB II LANDASAN TEORI Bab ini berisi tentang telaah pustaka, landasan teori, kerangka berfikir dan hipotesis. Dimana telaah pustaka di dalamnya berisikan teori dan hasil penelitian terdahulu dimana dengan adanya telaah pustaka akan memperkuat data dan informasi dari penelitian dalam landasan teori. Selain itu, dalam bab ini juga landasan teori yang mendukung penelitian ini, merupakan penjabaran dari Merger, Kualitas Pelayanan, Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN yang menjelaskan mengenai metode dari penelitian, yaitu menjelaskan ruang lingkup penelitian yang meliputi desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data serta instrumen penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Bab ini berisi gambaran umum Bank Syariah Indonesia, serta analisis dan hasil dari penelitian ini.

BAB V PENUTUP Pada bab ini berisikan kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban dari perumusan masalah dalam penelitian, keterbatasan penelitian, selain itu juga berisi saran dari penulis yang ditujukan kepada perusahaan yang berhubungan dengan objek dan tujuan penelitian serta analisis yang telah dilakukan oleh penulis.



BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Telaah pustaka berisi uraian sistematis mengenai hasil-hasil penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya oleh penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Perbedaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah indikator *merger* merupakan tambahan pendukung dari penelitian-penelitian sebelumnya dan aspek lokasi penelitian dimana BSI merupakan salah satu Bank yang baru melakukan *merger* di awal tahun 2021 ini. Secara terperinci dijelaskan dalam uraian sebagai berikut:

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Febriana & Indah (2016) dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Bank terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Tulungagung” berdasarkan analisis membuktikan bahwa secara simultan dimensi *carter* yang terdiri dari *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu dalam penelitian ini memiliki persamaan dalam pengambilan data yaitu menggunakan data kuantitatif. Perbedaan penelitian ini adalah pada variabel penelitiannya dimana pada jurnal yang di tulis oleh (Febriana & Indah, 2016) adalah kualitas pelayanan bank sedangkan yang peneliti tulis sekarang adalah mengenai dampak dari merger terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

Kedua, Penelitian yang dilakukan Yeboah, Asirifi, & Ampadu (2015) dengan judul “*The Impact Of Mergers and Acquisitions on Service Quality of Banks in Ghana: Case Study of Ecobank And Access Bank Ghana*” penelitian ini menyimpulkan bahwa sebelum pelaksanaan Merger & Akuisisi baik *Ecobank* dan *Access Bank* menunjukkan penurunan persepsi pelanggan secara keseluruhan dibandingkan dengan harapan mereka terhadap kualitas layanan. Namun situasi berbalik setelah pelaksanaan Merger & Akuisisi, yang menunjukkan bahwa

pelaksanaan tersebut berdampak baik pada kualitas layanan secara keseluruhan.

Dari berbagai dimensi kualitas pelayanan yang dipertimbangkan, kenyamanan merupakan pendorong utama kualitas pelayanan begitupun dengan *responsiveness*. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan mengalami peningkatan yang nyata dalam dimensi kualitas pelayanan sebelumnya sebagai hasil dari Merger dan Akuisisi. Meskipun *responsiveness* meningkat pesat, persepsi pelanggan masih jauh dari harapan. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk perbaikan dalam hal *responsiveness*. Selain itu pada dimensi *tangibility* telah memenuhi persepsi pelanggan. Baik sebelum atau sesudah melakukan Merger dan Akuisisi tidak ada perubahan yang berarti pada dimensi *tangibility*. Hal ini menunjukkan bahwa pada saat sebelum adanya merger pun *tangibility* pada bank tersebut sudah memenuhi harapan pelanggan.

Ketiga, The Impact of Merger and Acquisition on Customer Satisfaction in Post- Merger Phase in Banking sector of Nepal, oleh Krishna (2018). Program merger berhasil dari sudut pandang di Nepal karena telah menguntungkan mereka melalui skala ekonomi, perluasan wilayah kerja, dan kemajuan teknologi. Selain itu nasabah menikmati tingkat suku bunga yang kompetitif karena basis permodalan yang ditingkatkan. Dengan adanya merger nasabah merasa puas dengan peningkatan pelayanan di sektor teknologi dengan banyaknya ATM yang dapat diperoleh dengan mudah. Namun untuk sebagian nasabah yang lebih lama bergabung sebelum adanya merger merasa perusahaan sebelumnya lebih maksimal dalam memberikan pelayanan sehingga nasabah tampak kurang puas daripada dengan nasabah yang baru bergabung.

Persamaan dengan penelitian ini adalah dari metode penelitiannya sama- sama menggunakan kuantitatif, dan membahas tentang dampak merger terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaannya adalah pada spesifikasi penelitian. Penelitian ini membahas tentang dampak merger serta akuisisi terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, sementara penelitian ini hanya fokus menganalisis dampak merger terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

Keempat, The Effect of Mergers and Acquisitions on Customer- Company

Relationships: Exploring employees' Perceptions in the Spanish Banking Sector, oleh Gonzales & Neira (2019). Tujuan penelitian ini adalah mengeksplorasi persepsi karyawan tentang reaksi yang di timbulkan oleh pelanggan atas Merger dan Akuisisi. Secara khusus merger dan akuisisi di sektor perbankan mempengaruhi hubungan antara pelanggan dan entitas keuangan dalam konteks kehidupan nyata. Persepsi karyawan menunjukkan bahwa merger dan akuisisi berdampak negatif terhadap harga, lokasi, dan kedekatan cabang, dan rutinitas aktivitas keuangan. Namun berpengaruh positif terhadap produk dan layanan yang ditawarkan setelah merger dan akuisisi.

Perbedaan penelitian ini adalah peneliti melihat dari sudut pandang karyawan perubahan apa yang terjadi pada pelanggan setelah dilakukan merger dan akuisisi. Sementara penelitian saya menganalisis dari sudut pandang pelanggan terhadap perubahan yang terjadi setelah melakukan proses merger.

Kelima, “Korelasi Merger Tiga Bank Syariah, dan Kesadaran Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah” oleh Romadhon & Sutantri (2021). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap kurangnya masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah. Dibuktikan dengan hasil penelitian ini menemukan 3 faktor utama yang menjadi alasan masyarakat kurang meminati produk perbankan syariah, diantaranya adalah ketidaktahuan produk bank syariah, jaringan operasional bank syariah, dan sosialisasi akan produk bank syariah.

Dengan merger, dana kelolaan bank syariah pun akan naik dengan signifikan. Dana yang digunakan untuk literasi keuangan pun akan semakin optimal, sehingga seiring berjalannya waktu BSI akan lebih dikenal oleh masyarakat. Selain itu dengan adanya merger jaringan operasional akan semakin meningkat, dengan begitu di beberapa kota akan memiliki beberapa kantor BSI yang akan memudahkan masyarakat dalam bertransaksi.

Perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti menganalisis faktor-faktor yang menjadi alasan masyarakat tidak memilih produk-produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah. Sedangkan penelitian saya adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan setelah merger terhadap kepuasan nasabah. Dimana untuk

mengetahui perubahan apa saja yang terjadi pada bank setelah melakukan merger, walaupun jaringan operasional akan meningkat tetapi apakah kualitas pelayanan akan tetap optimal dan memenuhi harapan untuk mencapai kepuasan nasabah.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Amalia & Ika (2014) dengan judul “ Kinerja Bank di Indonesia Setelah Melakukan Merger dan Akuisisi dengan Kepemilikan Asing: Apakah Lebih Baik?”. Tujuan penelitian ini adalah menguji secara empiris perbedaan kinerja bank di Indonesia sebelum dan sesudah melakukan merger dan akuisisi dengan pihak asing. Hasil analisis deskriptif membuktikan rasio keuangan mengalami peningkatan sesaat setelah merger dan akuisisi dibandingkan dengan sebelum merger dan akuisisi. Terdapat tiga rasio yaitu LDR, NPL dan CAR yang menunjukkan perbedaan secara signifikan antara sebelum dan sesudah merger dan akuisisi, ini berarti kinerja bank dalam menaikkan likuiditasnya, menurunkan resiko kreditnya, dan mencukupkan kebutuhan modalnya menjadi semakin baik setelah adanya merger dan akuisisi dengan kepemilikan asing.

Persamaan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis perubahan yang terjadi setelah adanya merger. Perbedaannya adalah peneliti menganalisis perbedaan kinerja bank, sedangkan penelitian saya menganalisis kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah setelah adanya merger.

Ketujuh, dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah BUMN Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia” oleh Sultoni & Mardiana (2021). Hasil penelitian menjelaskan bahwa dengan adanya merger tiga bank syariah BUMN berdampak baik bagi dua perbankan khususnya. Selain itu berdampak baik juga dalam hal bisnis diantaranya perluasan diversifikasi usaha, memiliki kapasitas untuk membiayai proyek-proyek besar, dan kinerja keuangan jadi lebih baik. Dalam hal reputasi, adalah tingkat kepercayaan nasabah lebih tinggi. Dalam aspek pendukung, memiliki kemampuan untuk investasi teknologi, riset dan promosi.

Kedelapan, penelitian yang berjudul “*Effect Of Mergers and Acquisitions on Banking Sector Performance in Nigeria*” di tulis oleh Okoye & Uchenna (2016)

penelitian ini berusaha untuk menguji sejauh mana kinerja sektor perbankan apakah berbeda antara periode sebelum dan sesudah merger dan akuisisi. Penelitian ini menemukan bahwa ada perbedaan negatif yang tidak signifikan dalam kinerja pengembalian aset pada periode sebelum dan sesudah merger dan akuisisi. Rasio aset bank menunjukkan perbedaan positif yang signifikan antara periode sebelum dan sesudah merger dan akuisisi, namun hasilnya menunjukkan perbedaan negatif yang signifikan untuk rasio kecukupan modal. Oleh karena itu penelitian ini menyimpulkan bahwa merger dan akuisisi memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja sektor perbankan di Nigeria. Perbedaan dalam penelitian ini adalah dalam menentukan faktor lain yang dapat terpengaruh adanya merger dan akuisisi yaitu pengaruh terhadap kinerja sektor perbankan di Nigeria. Sedangkan penelitian saya meneliti dari sudut pandang nasabah mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah setelah dilakukan merger.

Kesembilan, penelitian yang di tulis oleh Siregar & Sissah (2021) yang berjudul “Analisis Dampak Kebijakan Merger dalam Pengembangan Bank Syariah di Indonesia”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis dampak kebijakan merger dalam kemajuan bank syariah. Sifat penelitian ini adalah analisis deskriptif dimana menjelaskan data yang diperoleh secara sistematis yang kemudian dianalisis secara mendalam. Hasil dari penelitian ini adalah kebijakan merger bank syariah belum bisa menaikkan *market share* bank syariah di Indonesia, bahkan peluang turunnya *market share* bank syariah sangat tinggi mengingat banyaknya bank syariah kecil yang akan kalah bersaing dengan bank syariah hasil merger.

Kesepuluh, penelitian yang di lakukan oleh Mardianto, Christian, & Edi (2018) yang berjudul “Dampak Merger dan Akuisisi Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan” . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak merger dan akuisisi terhadap kinerja keuangan perusahaan, selain itu juga untuk memberikan rekomendasi kepada manajemen perusahaan dalam upaya kebijakan merger dan akuisisi. Hasil penelitian ini menunjukkan secara empiris merger dan akuisisi tidak dapat menjadi salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan pertumbuhan profitabilitas ataupun perbaikan likuiditas secara jangka pendek bagi perusahaan.

Kebaruan penelitian saya dengan semua penelitian yang sudah ada yaitu dari segi spesifikasi penelitian saya menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pasca merger dimana akan terdapat perubahan baik itu positif maupun negative dengan adanya sistem yang berubah dari ketiga bank (BNI Syariah, BRI Syariah dan Syariah Mandiri) menjadi satu bank yaitu Bank Syariah Indonesia. Dengan menggunakan metode *SERVQUAL* yang dijadikan kuesioner dalam bentuk pertanyaan yang mewakili dari pada lima indikator kualitas pelayanan. Sehingga mendapatkan hasil kesimpulan bahwa kelima indikator tersebut berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta.

Kontribusi penelitian ini terhadap keilmuan yaitu diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah khususnya setelah adanya merger di BSI Yogyakarta.

B. Landasan Teori

1. Merger

Merger berasal dari bahasa latin “mergerer” yang berarti (1) bergabung, bersama, menyatu, berkombinasi (2) menyebabkan hilangnya identitas karena terserap atau tertelan sesuatu. Merge merupakan kombinasi dari dua perusahaan atau lebih untuk membentuk sebuah perusahaan baru (Scott C. Whitaker, 2012). Merger biasa digunakan dalam perusahaan sebagai proses penggabungan suatu usaha. Merger dapat dilakukan baik secara internal maupun eksternal. Merger internal terjadi ketika perusahaan sasaran berada dalam satu kepemilikan group yang sama sedangkan Merger eksternal terjadi ketika perusahaan sasaran berada dalam group kepemilikan yang berbeda. Dalam strategi bisnis Merger didefinisikan oleh Hitt (2001, h. 295) sebagai sebuah strategi dimana dua perusahaan setuju untuk menyatukan kegiatan operasionalnya dengan basis yang relatif seimbang, karena mereka memiliki sumber daya dan kapabilitas yang secara bersama-sama dapat menciptakan

keunggulan kompetitif yang lebih kuat. Lebih lanjut Sudarsanam (1999, h. 1) mengatakan bahwa dalam Merger perusahaan perusahaan yang menggabungkan dan membagi sumber daya yang mereka miliki untuk mencapai tujuan bersama, dan para pemegang saham dari perusahaan-perusahaan yang bergabung tersebut seringkali tetap dalam posisi pemilik bersama entitas yang digabungkan.

2. Tipe Merger

Tipe merger menurut (Simanjuntak & Cornelius, 2004) dari segi ekonomi keuangan (*finance*) dan biasanya dipergunakan dan diaplikasikan dalam dunia usaha adalah tipe merger horizontal (*horizontal merge*), merger vertical (*vertical merge*), merger konglomerat (*conglomerate merge*).

a. Merger Horizontal (*Horizontal merge*)

Suatu merger horizontal terjadi apabila 2 (dua) perusahaan yang memiliki lini usaha yang sama bergabung atau apabila perusahaan-perusahaan yang bersaing di industry yang sama melakukan merger.

b. Merger vertical (*vertical merger*)

Merger vertical terjadi apabila suatu perusahaan bergabung dengan penyalurnya atau pelanggannya, seperti merger antara penjual (*seller*) dan pembelinya (*buyer*). Merger vertical ini memberikan perusahaan suatu pengawasan lebih luas atas distribusi dan pembeliannya.

c. Merger Konglomerat (*Conglomerate Merger*)

Merupakan gabungan perusahaan-perusahaan yang tidak mempunyai keterkaitan operasi. Misalnya, perusahaan otomotif membeli perusahaan kosmetik.

d. Merger Congeneric

Menurut (Simanjuntak & Cornelius, 2004) di kutip dari (Brigham & Gapenski, 1990, h. 965) menyatakan para ekonom juga melihat

Congeneric sebagai salah satu grup merger di samping merger horizontal, vertical, dan konglomerat. Merger Congeneric ini melibatkan perusahaan-perusahaan yang terkait namun bukan produsen produk yang sama (*horizontal*) ataupun dalam hubungan produsen dan penyalur (*vertical*).

e. Merger Ekstensi Pasar

Merger ekstensi pasar adalah merger yang dilakukan oleh dua atau lebih perusahaan untuk secara bersama-sama memperluas area pasar. Tujuan merger dan akuisisi ini terutama untuk memperkuat jaringan pemasaran bagi produk masing-masing perusahaan. Merger dan akuisisi ekstensi pasar sering dilakukan oleh perusahaan-perusahaan lintas Negara dalam rangka ekspansi dan penetrasi pasar.

f. Merger Ekstensi Produk

Merger ekstensi produk adalah merger yang dilakukan oleh dua atau lebih perusahaan untuk memperluas lini produk masing-masing perusahaan. Setelah merger perusahaan akan lebih banyak menawarkan jenis dan lini produk sehingga akan menjangkau konsumen yang lebih luas. Merger dan akuisisi ini dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan departemen riset dan pengembangan masing-masing untuk mendapatkan sinergi melalui efektivitas riset sehingga lebih produktif dalam inovasi.

3. Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan perilaku dari suatu perusahaan kepada nasabah atau nasabahnya, dan hasil dari aktifitas layanan berupa jasa, sehingga diantara jasa dan pelayanan sangat berkaitan, sedangkan pelayanan jasa pada hakekatnya adalah suatu pemecahan masalah. Menurut Tjiptono (2004:9) bahwa kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Menurut Zeinthal, et al., dalam (Tjiptono, 2000)

mengungkapkan lima dimensi mengenai kualitas jasa/pelayanan sebagai berikut: bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empathy (*emphaty*) dalam jurnal (Yulianto et al., 2016).

Sedangkan pengertian mengenai kualitas pelayanan itu sendiri banyak dikemukakan oleh para peneliti, antara lain pendapat Olsen dan Wyckof dalam Yamit (2002), bahwa kualitas pelayanan jasa dapat dilihat dari perbandingan antara harapan konsumen dengan kinerja kualitas pelayanan jasa. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.

Secara umum kualitas layanan (*service quality*) adalah sikap atau penilaian global tentang keunggulan dari jasa, meskipun lingkup sebenarnya dari sikap ini tidak ada keseragaman pendapat (Robinson, 1999). Kualitas layanan sering kali dikonseptualisasikan sebagai pertakinerja perbandingan harapan dengan persepsi kinerja sesungguhnya dari jasa (Zeithmal, et al., 2003).

Kotler (1994) mendefinisikan kualitas atau mutu dengan kecocokan pengguna, kesesuaian pada kebutuhan, bebas dari penyimpangan dan seterusnya. Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan ciri atau sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. (A. Parasuraman, 1988) mengemukakan lima penentu kualitas jasa: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empathy (*emphaty*), berwujud (*tangibles*). (Azmi Mustofa and Siyamto, 2014)

Kualitas pelayanan merupakan salah satu jaminan terbaik untuk menciptakan dan mempertahankan kesetiaan nasabah dan benteng pertahanan dalam menghadapi persaingan global. Untuk menciptakan kualitas pelayanan yang unggul harus didukung dengan sumber daya manusia yang handal dan teknologi yang memadai (Welch Jr, dalam Kotler, 1998). Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang

dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Harapan nasabah dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor antara lain pengalaman masa lalu, pendapat teman, informasi dan janji perusahaan (Assefaf, 2009).

Kepuasan dan ketidakpuasan merupakan dampak dari hasil penelitian nasabah atas kualitas pelayanan dan nilai yang ditawarkan oleh perusahaan (Zeithalm dan Bitner (2004) dan Engel (1987). Tjiptono (2005) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan nasabah, dengan melalui *Word-of-mouth*, pembelian ulang, kesetiaan nasabah, pangsa pasar dan profitabilitas. Dari sini dapat kita simpulkan bahwa nasabah yang merasa tidak puas akan menimbulkan perasaan sentimen terhadap jasa yang dibeli dan kecil akan peluang untuk melakukan pembelian ulang. Sebaliknya nasabah merasa puas akan kualitas layanan yang diberikan perusahaan akan memunculkan sikap positif dan rasa percaya yang tinggi terhadap jasa atas perusahaan.

Kepuasan nasabah di pandang sebagai konsep multi dimensional yang melibatkan biaya, kemudahan sarana, aspek teknis dan interpersonal serta hasil akhir. Kepuasan nasabah terjadi sebagai hasil berpengaruhnya keterampilan, pengetahuan, perilaku, sikap dan penyedia sarana. Tingkat kepuasan amat subyektif dimana satu nasabah dengan nasabah lain akan berbeda. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, kedudukan sosial, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan kepribadian (Asegaff, 2009) tingkat kepuasan menurut Cromin and Taylor (1992) merupakan kesenjangan antara apa yang menjadi harapan nasabah sebelum membeli produk/ jasa dengan dirasakan setelah mengevaluasi hasil pembelian tersebut. Tingkat harapan yang lebih kecil atau sama dengan apa yang di rasakan terhadap kinerja produk yang dibeli akan menciptakan tingkat kepuasan, yang selanjutnya akan mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah itu terhadap perusahaan tersebut.

Parasuraman, (1990), bisa disingkat dengan PZB melakukan pengukuran kualitas jasa dengan menggunakan instrumen 10 dimensi yang terdiri dari 97

item pertanyaan. Kemudian penelitian selanjutnya, Parasuraman (1990) mencoba untuk mengukur masalah yang kompleks ini dengan mengembnagkan suatu skala yang dapat di ukur yang di namakan SERVQUAL. Konsep kualitas menurut (A. Parasuraman, 1988) merupakan konsep yang terdiri dari lima dimensi yakni: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance and empathy*. Dimensi-dimensi ini sangat menentukan kualitas pelayanan. (Hardianto Tri et al., 2012)

Tabel 2.1 menjelaskan tentang 5 dimensi dan 22 atribut dalam model SERVQUAL, sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Dimensi dan Atribut Model SERVQUAL

No	Dimensi	Atribut
1	<i>Tangible</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Peralatan modern yang digunakan - Fasilitas yang berdaya tarik visual - Karyawan yang bernampilan rapi dan menarik, profesional - Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual, sehingga nasabah tertarik
2	<i>Reliability</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Menyediakan jasa sesuai dengan yang dijanjikan - Dapat diandalkan dalam menangani masalah nasabah - Menyampaikan informasi secara benar semenjak pertama kali - Menyampaikan informasi sesuai dengan waktu yang dijanjikan
3	<i>Responsiveness</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Menginformasikan nasabah tentang kepastian waktu penyampian jasa - Layanan yang segera/cepat bagi

		<p>nasabah</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kesiediaan untuk membantu nasabah - Kesiapan untuk merespon permintaan nasabah
4	<i>Assurance</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para nasabah - Membuat nasabah merasa aman sewaktu melakukan transaksi - Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan - Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan nasabah
5	<i>Emphaty</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan perhatian individual kepada para nasabah - Karyawan yang memperlakukan nasabah secara penuh perhatian - Sunggu-sungguh mengutamakan kepentingan nasabah - Karyawan yang memahami kebutuhan nasabah - Waktu beroperasi (jam kantor) yang nyaman

Sumber: (Koesasi & Latief, 2017)

4. Kepuasan Nasabah

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk riil atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan (Sangadi dan Sopiah, 2013:180). Kotler (2006) dalam Wijaya (2011), mendefinisikan kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang

setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Pendapat lain Robledo (2001) dalam Astuti (2009) menyatakan bahwa kepuasan nasabah didefinisikan sebagai selisih (*gap*) antara persepsi dan harapan nasabah, sedangkan kepuasan nasabah adalah perasaan nasabah saat menerima dan setelah merasakan pelayanan bank (Dharmayanti, 2006). Sehingga kriteria kepuasan yang ditinjau dari pendapat Robledo (2001) dalam Astuti (2009), menyatakan bahwa nasabah akan memiliki persepsi positif apabila penyedia jasa memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan nasabah (Azmi Mustofa and Siyamto, 2014).

Menurut Umar (2000) kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan dengan harapannya. Seseorang yang jika puas dengan nilai yang diberikan oleh jasa maka sangat besar kemungkinannya untuk menjadi nasabah dalam waktu yang lama. Tjiptono (1996) berpendapat bahwa kepuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Rohmati, 2016).

Mengingat besarnya pengaruh kepuasan nasabah terhadap kinerja bank maka diperlukan beberapa upaya untuk menyelesaikan persoalan tersebut, Sylvina, Andi (2006) menyatakan bahwa upaya peningkatan kualitas merupakan suatu solusi untuk mencapai keunggulan kompetitif. Peningkatan kalitas merupakan salah satu strategi bisnis yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa dapat terpenuhi sesuai kebutuhannya dan keinginannya.

Gunadi (2002) menyatakan untuk memenangkan persaingan setiap organisasi atau penyedia jasa harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan para nasabah, serta berusaha untuk memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada nasabahnya. Bari'ah et al. (2008) mengungkapkan pemahaman ini dimaksudkan untuk memberikan

kepuasan yang optimal kepada nasabah. Kepuasan nasabah merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan nasabah dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya kesetiaan yang berlanjut (Regan et al. 2009). Dalam dunia perbankan, nasabah yang dimaksud adalah nasabah. Kepuasan nasabah adalah ungkapan seseorang dalam memberikan nilai atau mengoptimalkan nilai yang dirasakan dan diharapkan seseorang terhadap suatu produk atau jasa yang mereka terima (Anggrabata & Rahanata, 2015).

a. Faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut Lupioyadi dalam jurnal (Febriana & Indah, 2016) menyebutkan bahwa terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:

1) Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas jika hasil produk yang di evaluasi oleh perusahaan memiliki kualitas yang baik. Konsumen cenderung menghargai produk yang berkualitas bagus karena dengan begitu konsumen tidak akan merasa kecewa dengan pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut.

2) Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan, terutama pelayanan di bidang jasa. Pelanggan cenderung akan kembali membeli produk yang sama dan kembali ke perusahaan yang sama jika merasa puas dengan pelayanan perusahaan tersebut.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia dengan produk merk tertentu yang memiliki tingkat kepuasan yang lebih

tinggi. Kepuasan di peroleh dari nilai social yang membuat pelanggan merasa puas akan produk tersebut.

4) Harga

Dimana terdapat produk dengan kualitas yang sama tetapi memiliki harga yang relatif murah kemungkinan akan lebih dipilih oleh pelanggan.

5) Biaya

Pelanggan akan merasa puas dengan tawaran yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa itu. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman konsumen lain atau informasi yang didapatkan dari pemasar dan pesaingnya.

Mengukur tingkat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh:

- a) *Desire service*: suatu pelayanan yang diharapkan akan diterima. Berupa tanggapan pelanggan sebelum menerima pelayanan.
- b) *Adequate service*: suatu pelayanan yang cukup dapat diterima.berupa tanggapan pelanggan setelah menerima pelayanan (Febriana & Indah, 2016)

Kolter mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan.

Metode tersebut adalah sebagai berikut :

1. Sistem keluhan dan saran (*complaint and suggestion system*)

Setiap perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan meliputi kotak saran yang diletakan di tempat-tempat strategis, misalnya dengan menyediakan kartu komentar dan saluran telpon khusus (*customer hotlines*).

2. Survey kepuasan pelanggan (*customer satisfaction surveys*)

Pada umumnya, penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survey (Tjiptono, 2000)

melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan atau umpan balik dari pelanggan sekaligus pula memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian kepada peanggannya.

3. Belanja siluman (*ghost shopping*)

Metode ini dilakukan dengan cara memperkerjakan orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan- temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk- produk tersebut. Selain itu *ghost shopper* dapat pula mengamati atau menilai cara perusahaan dan pesaingnya untuk menjawab pertanyaan pelanggan dan mengenai sikap keluhan.

4. Analisis kehilangan pelanggan

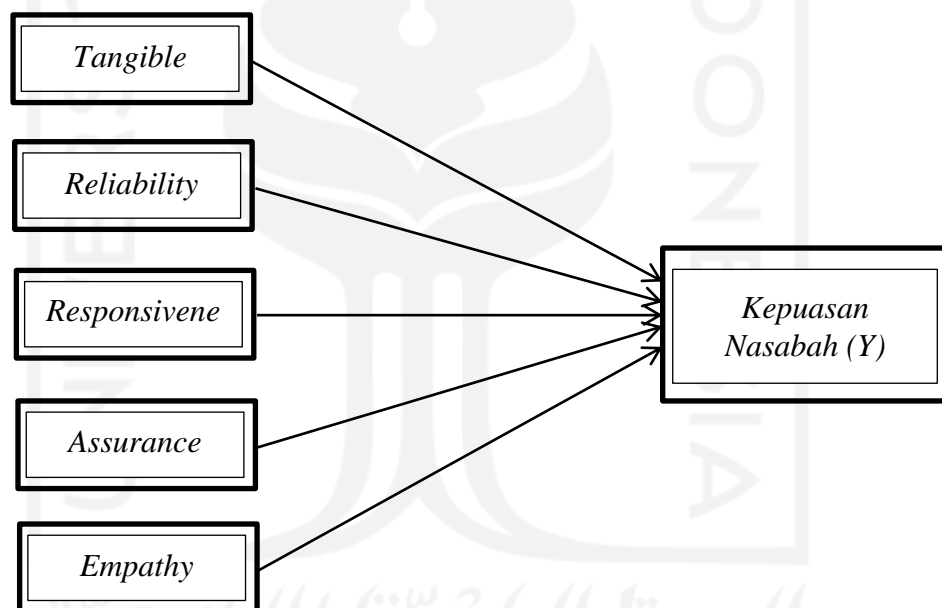
Metode ini cukup unik, perusahaan berusaha menghubungi pelanggannya yang telah berhenti membeli atau telah beralih produsen. Dengan metode ini diharapkan akan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggannya.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan variabel yang akan diteliti, sehingga perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen. Kualitas layanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan nasabah, untuk mendapatkan kepuasan nasabah, bank harus dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan berkualitas. Kepuasan nasabah dapat tercipta karena perasaan/emosi nasabah terhadap produk dan jasa yang ditawarkan pada bank. Dengan adanya merger kemungkinan ada perubahan dari segi kualitas pelayanan, perubahan ke arah buruk atau jauh lebih baik akan mempengaruhi pada kepuasan nasabah.

Dengan kata lain pelayanan dikatakan berkualitas apabila bank dapat memenuhi kebutuhan nasabah, serta pihak bank mampu memberikan harapan pada nasabah atas kualitas barang dan jasa yang dihasilkan pihak bank. Kepuasan nasabah yang tercipta dapat memberikan nilai lebih bagi pihak bank, dimana kualitas pelayanan itu baik atau tidak dapat diukur dari tingkat kepuasan nasabah terhadap barang dan jasa yang nasabah terima. Berikut ini kerangka pemikiran berdasarkan latar belakang.

Pada penelitian ini, penelitian membagi variabel penelitian menjadi variabel independen (x) dan variabel dependen (y), dimana variable independent (x) memiliki 5 indikator.

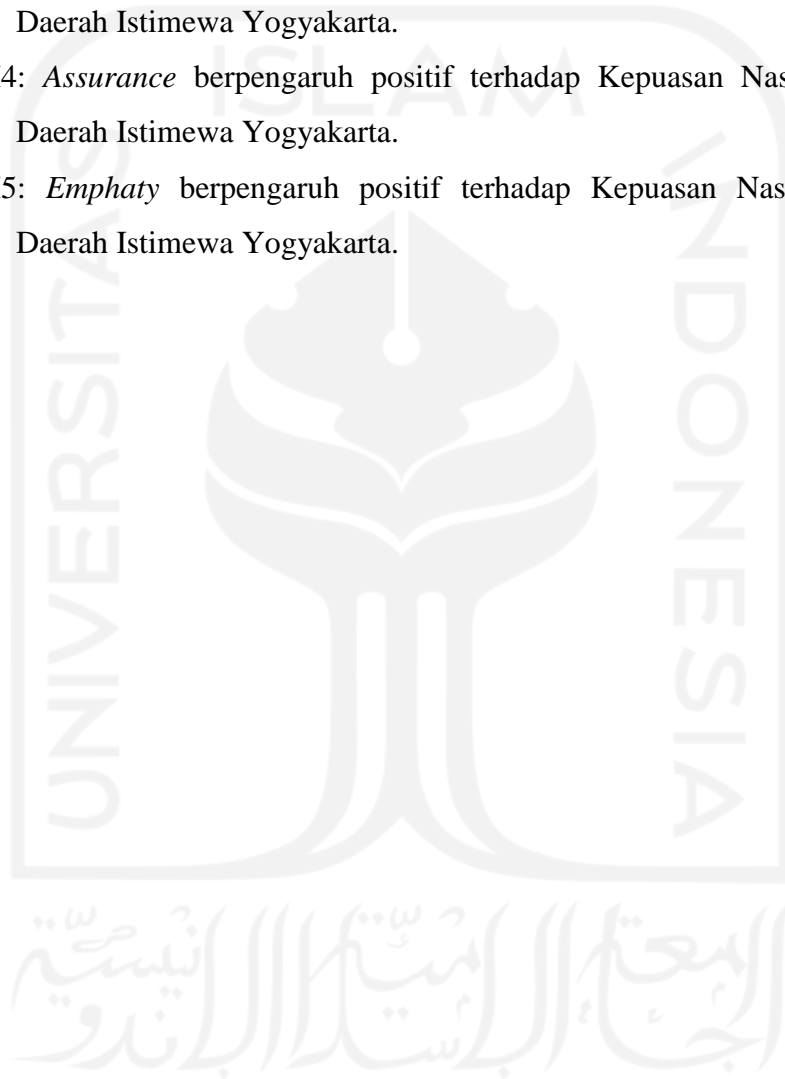


D. Hipotesis

Dalam penelitian ini akan berfokus pada apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah, dimana kepuasan nasabah di pengaruhi oleh beberapa indikator antara lain: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Berikut ini adalah penjelasan hubungan keterkaitan antar variabel independent dan variabel dependent.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- H1: *Tangible* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah BSI di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- H2: *Reliability* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah BSI di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- H3: *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah BSI di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- H4: *Assurance* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah BSI di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- H5: *Emphaty* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah BSI di Daerah Istimewa Yogyakarta.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini berupa kuantitatif deskriptif. Dimana peneliti mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden dan kemudian di uji untuk bisa ditarik kesimpulan oleh peneliti.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data kuantitatif. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer yang dimaksud berupa data yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner yang peneliti berikan dilapangan yaitu di sekitar Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (Koesasi, 2017). Dimana akan menjelaskan secara detail indikator yang paling mempengaruhi kepuasan nasabah BSI.

B. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Bank Syariah Indonesia yang tersebar di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dan nasabah sekitar kota Yogyakarta dan wilayah terdekat seperti Sleman dan Bantul yang menjadi sasaran pada penelitian ini.

C. Objek penelitian

Objek penelitian adalah nasabah industri perbankan syariah yang ada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan jasa pelayanan Bank Syariah Indonesia.

D. Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiarto, 2017), populasi adalah sekelompok orang yang memiliki

karakteristik tertentu yang akan ingin diteliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah secara non probabilitas yaitu *convenience sampling*. Menurut Sugiyono (2015), *convenience sampling* adalah metode penentuan sampel dengan memilih sampel secara bebas sekehendak peneliti. Metode pengambilan sampel ini dipilih untuk memudahkan pelaksanaan riset dengan alasan responden yang digunakan merupakan nasabah BSI yang telah melakukan proses migrasi buku rekening, selain itu peneliti memiliki keterbatasan waktu sehingga *convenience sampling* menjadi pilihan yang efektif bagi peneliti. Menurut, Roscoe (1975) dalam Sugiyono (2017: 131), pada setiap penelitian, ukuran sampel yang layak berkisar antara 30 sampai 500, kedua apabila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah sampel setiap kategori minimal 30, dan yang ketiga apabila penelitian menggunakan analisis *multivariate* (korelasi atau regresi berganda) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BSI di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah tidak diketahui. Menurut (Lameshow, Jr, Klar, & Lwanga, 1997) pada penelitian yang besaran populasinya tidak diketahui dapat ditentukan dengan rumus Lameshow yang juga digunakan oleh peneliti sehingga mengambil 100 responden untuk diteliti (Lestari, 2020).

$$n = \frac{Z^2 \cdot p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n: Jumlah sampel yang dicari

Z: Mencerminka berapa galad baku jauhnya dari nilai rata- rata

p: Proporsi populasi yang tidak diketahui jumlahnya

d: Menunjukkan jarak kepada dua arah

Melalui rumus diatas jumlah sampel yang diperoleh sebesar:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,01} \\
 &= \frac{3,8418 \cdot 0,5 (0,25)}{0,01} \\
 &= 96,04
 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus diatas maka besar sampel sebanyak 96,04 atau dibulatkan menjadi 100 orang.

E. Sumber Data

Di dalam penelitian ini terdapat satu sumber data yaitu data primer yang akan memberikan informasi yang lengkap dan ketepatan data dalam penelitian ini. Data primer merupakan data yang di dapat dari responden yang telah dipilih oleh peneliti yaitu nasabah yang telah melakukan migrasi buku rekening Bank Syariah Indonesia.

Berkaitan dengan itu peneliti telah melakukan penyebaran kuesioner kepada nasabah di beberapa tempat yang terdapat Bank Syariah Indonesia yang sedang melakukan proses migrasi. Diantaranya daerah kecamatan Depok yang terdapat BSI, jl. Kaliurang, Condongcatur dan kecamatan Gamping.

F. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan dengan mengisi kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku, literatur, situs internet, dokumen yang ada diperusahaan, penelitian terdahulu

dapat berupa skripsi atau jurnal ilmiah dan segala macam bacaan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti (Panjaitan & Yuliati, 2016).

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang sudah melakukan migrasi buku rekening BSI di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan menggunakan lembar kuesioner responden dapat menjawab pertanyaan secara tepat dan mengarah ke suatu pokok berikutnya dengan urutan pertanyaan yang logis sehingga memudahkan dalam proses pengolahan data.

G. Instrumen Penelitian

Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel dengan menggunakan skala Likert dengan kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir dalam penelitian ini adalah 10%. Menurut (Sugiyono, 2007), skala Likert adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Penelitian ini menggunakan modifikasi skala *likert* dengan 5 (lima) pilihan jawaban yaitu sangat setuju (ss), setuju (s), kurang setuju (ks), tidak setuju (ts), dan sangat tidak setuju (sts). Dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah tercermin dalam daftar pernyataan, memungkinkan nasabah mengekspresikan tingkat pendapat mereka dalam pelayanan yang mereka terima, lebih mendekati kenyataan yang sebenarnya.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan bagian dari proses pengujian data yang hasilnya digunakan sebagai bukti yang memadai untuk menarik kesimpulan. Adapun beberapa analisis yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Uji Instrumen

a. Validitas

Dalam pengujian validitas ini digunakan untuk mengukur seberapa akurat suatu alat tes melakukan fungsi ukurannya. Instrumen dikatakan

valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur itu mengukur apa yang diukur. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan apabila data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang diteliti. Dengan menggunakan instrumen validitasnya, otomatis hasil penelitian menjadi valid. Dalam pengujian ini digunakan asumsi bahwa nilai korelasi dengan metode *Pearson product moment* tinggi maka dikatakan valid. Selain itu jika nilai signifikansi yang ditunjukkan kurang dari $\alpha = 0,05$ juga dikatakan valid. (Gujarati :2003)

b. Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, dengan menyebarkan kepada nasabah yang berada di lokasi penelitian, yang dimana menggunakan jasa pelayanan di Bank Syariah Indonesia. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Adapun metode yang paling sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan yaitu (dengan metode skala Likert 1-5) adalah *Cronbach Alpha*. Uji validitas merupakan lanjutan dari pengujian validitas, dimana item yang dimasukkan dalam pengujian yaitu item yang valid. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak, dimana suatu model regresi dikatakan baik jika memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Ghazali (2005) menyatakan bahwa, ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan

uji statistik. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan uji *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual suatu model regresi dikatakan distribusi normal jika nilai signifikan (Asymp.Sig 2-tailed) lebih besar dari 0,05.

b. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2011:105-106). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dengan melihat *tolerance* dan lawannya nilai *variance inflation factor* (VIF). Suatu model regresi yang terdapat multikolonieritas adalah apabila nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas yaitu bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam regresi linear diasumsikan bahwa varians bersyarat dari $E(\varepsilon_i^2) = \text{var}(\varepsilon_i) = \sigma^2$ (homoskedastisitas), apabila varians bersyarat $\varepsilon_i = \sigma_i^2$ untuk setiap 1, ini berarti variansnya homogen atau homoskedastisitas. Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dimana apabila varians dari residual ke pengamatan satu pengamatan ke pengamatan yang tetap maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. (Santoso, 2002:208).

3. Uji Hipotesis dan Analisis Data

Analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda.

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah teknik untuk menganalisis

hubungan antara dua atau lebih variabel, khususnya variabel yang mempunyai hubungan sebab akibat yaitu antara variabel independen dan dependen (Djarwanto dan Pangestu.S, 2005:315).

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer, yaitu program *statistical package for social science* (SPSS). Berikut ini adalah model regresi yang digunakan:

$$Kn = a + b_1Tg + b_2Re + b_3Rs + b_4As + b_5Em + e$$

Keterangan:

Kn	: kepuasan nasabah
a	: konstanta
b1, b2, b3, b4, b5	: koefesien regresi
Tg	: <i>Tangible</i>
Re	: <i>Reliability</i>
Rs	: <i>Responsiveness</i>
As	: <i>Assurance</i>
Em	: <i>Emphaty</i>
e	: Error

b. Uji Koefesien Determinasi (R^2)

Koefesien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefesien determinasi adalah antara 0 sampai 1. Nilai R^2 yang kecil (mendekati 0) berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali,2011:105-166).

c. Uji Parsial (Uji Nilai t)

Uji signifikansi nilai t digunakan untuk menguji secara individu pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 5% untuk menguji apakah hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini didukung atau tidak. Apabila tingkat signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 maka H_0 diterima atau dengan $\alpha = 0,05$ variabel independen tersebut berhubungan secara statistik terhadap variabel dependennya (Ghozali, 2011:198).

d. Uji Ketepatan Model (Uji F)

Uji Signifikan F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen. Uji untuk mengetahui apakah model regresi *fit of goodness*. Dari uji signifikansi F ini dapat diketahui adanya pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Kriteria penerimaan hipotesis adalah jika $\text{sig} < \alpha$ 0,05, maka variabel independen secara bersama-sama berhubungan secara signifikan dengan variabel dependen. Hal ini juga berarti bahwa model regresi *fit of goodness* (Ghozali,2011:141).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, kuisisioner dibagikan kepada nasabah sebanyak 100 kuesioner dengan menggunakan lembar kuesioner yang dibagikan setiap hari dalam 10 hari dari 01 Agustus 2021- 10 Agustus 2021 , sehingga bisa dilakukan analisis deskriptif dan regresi linier berganda.

A. Profil Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan factor penting dalam pengembangan ekosistem industry halal di Indonesia.

Bank syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industry halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga decade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya bank syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan bank syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah.

Pada 1 februari 2021 yang bertepatan dengan 19 jumadil akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas,

sehingga memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil Aalamiin).

B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas

Teknik korelasinya memakai *Pearson Correlation*, dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 20. Item pertanyaan dinyatakan valid apabila memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasil uji validitas dengan metode *Pearson Correlation* dapat dilihat Tabel 4.1 sebagai berikut :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Variabel Penelitian	No. Item pertanyaan	Koefisien korelasi (r_{xy})	Nilai r tabel	Keterangan
Tangible	TANG1	0,741	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	TANG2	0,723	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	TANG3	0,793	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	TANG4	0,734	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
Reliability	RELI1	0,733	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	RELI2	0,738	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	RELI3	0,842	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	RELI4	0,776	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	RELI5	0,666	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	RELI6	0,776	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	RELI7	0,691	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
Responsiveness	RESP1	0,902	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	RESP2	0,861	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	RESP3	0,903	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid

Variabel Penelitian	No. Item pertanyaan	Koefisien korelasi (r_{xy})	Nilai r tabel	Keterangan
	RESP4	0,913	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
Assurance	AS1	0,929	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	AS2	0,946	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	AS3	0,887	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	AS4	0,910	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
Empathy	EM1	0,939	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	EM2	0,937	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
Kepuasan	KEP1	0,657	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	KEP2	0,750	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	KEP3	0,758	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	KEP4	0,636	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	KEP5	0,781	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	KEP6	0,804	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	KEP7	0,801	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	KEP8	0,741	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid
	KEP9	0,596	0,1965	$r_{xy} > r_{tabel}$, valid

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas, diperoleh nilai r hitung dari semua item kuesioner variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari nilai r tabel sehingga item-item kuesioner dari variabel tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai *Cronbach's Alpha* variabel kualitas pelayanan dan kepuasan. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,6, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan *reliabel*.

Tabel 4.2
Hasil uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Crobach	Nilai Kritis	Keterangan
Tangibel/bukti fisik	0,711	0,6	Handal
Reliability/keandalan	0,860	0,6	Handal
Responsiveness/daya tanggap	0,915	0,6	Handal
Assurance/jaminan	0,938	0,6	Handal
Empathy/empathy	0,863	0,6	Handal
Kepuasan	0,880	0,6	Handal

Sumber : Hasil Olahdata SPSS versi 20

Rangkuman hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.2 diatas menunjukkan nilai tangible atau bukti fisik memiliki nilai koefisien alpha crobach sebesar 0,711, reliability/keandalan memiliki nilai koefisien alpha crobach sebesar 0,860, daya tanggap memiliki nilai koefisien alpha crobach sebesar 0,915, jaminan memiliki nilai koefisien alpha crobach sebesar 0,938, empathy memiliki nilai koefisien alpha crobach sebesar 0,863, dan kepuasan memiliki nilai koefisien alpha crobach sebesar 0,880. Seluruh variabel penelitian memiliki nilai koefisien *Cronbach Alpha* > 0,6, maka semua butir pertanyaan reliable atau handal.

C. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif atau deskriptif yang menggambarkan latar belakang atau profil responden dan jawaban atau penilaian responden pada variabel penelitian dalam bentuk tabel persentase dan rata – rata (mean).

1. Deskriptif Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Deskriptif karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – laki	57	57%
Perempuan	43	43%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Olahdata SPSS versi 20

Hasil deskriptif jenis kelamin menunjukkan 57% responden adalah kelamin laki - laki dan sebesar 43% perempuan.

b. Usia

Hasil analisis data ini diperoleh persentase responden berdasarkan usia seperti ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	17	17%
20 - 29 tahun	12	12%
30 - 39 tahun	34	34%
40 - 49 tahun	21	21%
>= 50 tahun	16	16%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Olahdata SPSS versi 20

Responden yang menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta mayoritas berusia antara 30 - 39 tahun yaitu sebesar 34%. Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu antara 20 - 29 tahun sebesar 12%, antara 40 - 49 tahun sebesar 21%, kurang dari 20 tahun sebesar 17% dan lebih dari 50 tahun sebesar 16%. Hal ini menunjukkan bahwa responden termasuk usia muda yang memiliki tingkat aktivitas tinggi, dan kebutuhan hidup yang tinggi pula, sehingga untuk membantu dan menunjang aktivitasnya diperlukan pelayanan jasa bank sebagai tempat melakukan transaksi.

c. Pekerjaan Responden

Deskriptif karakteristik responden berdasarkan pekerjaan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar atau mahasiswa	9	9%
PNS	37	37%
Pengusaha	11	11%
Pedagang	14	14%
Pegawai swasta	26	26%
Lain – lain	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Olahdata SPSS versi 20

Responden yang menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta adalah PNS yaitu sebesar 37%, pelajar/mahasiswa sebesar 9%, pengusaha sebesar 11%, pedagang sebesar 14%, pegawai swasta sebesar 26%, dan lain – lain sebesar 3%. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki aktivitas yang tinggi dalam kegiatan bisnisnya sehingga mereka perlu sekali membutuhkan jasa perbankan yang mampu menunjang dalam aktivitasnya, seperti kemudahan untuk transaksi perbankan maupun transaksi lainnya yang difasilitasi oleh bank BSI seperti pembayaran rekening listrik, pembayaran pajak, tranfer dan lain sebagainya.

d. Pendidikan Responden

Deskriptif karakteristik responden berdasarkan pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Persentase
------------	--------	------------

SMA	20	20%
Diploma	10	10%
S1	60	60%
S2	10	10%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Olahdata SPSS versi 20

Tingkat pendidikan nasabah paling banyak adalah S1 sebesar yaitu 60%. Sedangkan yang lulus SMA sebesar 20%, diploma sebesar 10%, dan S2 sebesar 10%. Artinya sebagai besar nasabah Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta berpendidikan tinggi.

e. Jenis Nasabah

Deskriptif karakteristik responden berdasarkan jenis nasabah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Jenis Nasabah Responden

Nasabah	Jumlah	Persentase
Simpanan	51	51%
Pembiayaan	49	49%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Olahdata SPSS versi 20

Nasabah yang menggunakan jasa simpanan sebesar 51% dan pembiayaan sebesar 49%. Hal ini menunjukkan nasabah menggunakan fasilitas Bank Syariah Indonesia untuk keperluan menyimpan atau menabung dana.

2. Analisis Penilaian Variabel Penelitian

Berdasarkan skala likert di bab 3, jawaban responden tertinggi sangat setuju (5) dan jawaban terendah sangat tidak setuju (1), sehingga interval jawaban sebagai berikut :

Skor persepsi minimum adalah : 1

Skor persepsi maksimum adalah : 5

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Sehingga diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,79	=	Sangat Tidak Setuju
1,80 – 2,59	=	Tidak Setuju
2,60 – 3,39	=	Kurang Setuju
3,40 – 4,19	=	Setuju
4,20 – 5,00	=	Sangat Setuju

a. Analisis Deskriptif Dimensi Tangible

Persepsi nasabah Bank Syariah Indonesia dimensi *Tangible* sebagai berikut:

Tabel 4.8
Penilaian Nasabah Bank Syariah Indonesia pada
Dimensi *Tangibles*

No.Item	Indikator	Mean	Kategori
Item 1	Memiliki peralatan terbaru atau modern.	4.32	Sangat Baik
Item 2	Fasilitas bank terlihat dengan jelas dan baik	4.27	Sangat Baik
Item 3	Karyawan berpakaian dan berpenampilan rapi	4.19	Baik
Item 4	Ketika nasabah memiliki masalah, karyawan menunjukkan simpati dan meyakinkan	3.61	Baik
Total Rata – rata		4.10	Baik

Sumber : Hasil Olahdata SPSS versi 20

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 nasabah, rata – rata memberikan penilaian sebesar 4,10 (baik) terhadap dimensi *Tangible*. Dengan demikian menunjukkan bahwa dimensi *Tangible* mampu

memberikan kepuasan pada nasabah. Sedangkan penilaian responden pada dimensi tangible tertinggi adalah pada indikator memiliki peralatan terbaru dan modern dengan rata – rata sebesar 4,32 dan penilaian terendah adalah pada indikator ketika nasabah memiliki masalah, karyawan menunjukkan simpati dan meyakinkan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,61.

b. Analisis Deskriptif Dimensi *Reliability*

Persepsi nasabah Bank Syariah Indonesia dimensi *Reliability* sebagai berikut:

Tabel 4.9
Penilaian Nasabah Bank Syariah Indonesia pada
Dimensi *Reliability*

No.Item	Indikator	Mean	Kategori
Item 1	Kesiapan karyawan dalam melayani nasabah baik.	4.02	Baik
Item 2	Kemauan untuk membantu nasabah	4.03	Baik
Item 3	Cepat merespon nasabah yang datang	3.84	Baik
Item 4	Karyawan memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah.	3.66	Baik
Item 5	Adanya skill tersendiri dari karyawan BSI dalam melayani nasabah	3.62	Baik
Item 6	Menyampaikan layanan sesuai waktu yang di janjikan	3.57	Baik
Item 7	Pemberian informasi tentang produk BSI cukup jelas	3.82	Baik
Total Rata – Rata		3.79	Baik

Sumber : Hasil Olahdata SPSS versi 20

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 nasabah, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,79 (baik) terhadap dimensi *reliability*. Dengan demikian menunjukkan bahwa dimensi *reliability* mampu memberikan kepuasan pada nasabah. Sedangkan penilaian responden pada dimensi *reliability* tertinggi adalah pada indikator kemauan untuk membantu nasabah dengan rata – rata sebesar 4,03 dan penilaian terendah adalah pada

indikator menyampaikan layanan sesuai waktu yang di janjikan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,57 (baik).

c. Analisis Deskriptif Dimensi *Responsiveness*

Persepsi nasabah Bank Syariah Indonesia dimensi *responsiveness* sebagai berikut:

Tabel 4.10
Penilaian Nasabah Bank Syariah Indonesia pada
Dimensi *Responsiveness*

No.Item	Indikator	Mean	Kategori
Item 1	Karyawan BSI memberikan pelayanan dengan sigap ketika nasabah membutuhkan bantuan	4.04	Baik
Item 2	Karyawan selalu siap untuk menanggapi permintaan nasabah dengan cepat	3.73	Baik
Item 3	Karyawan BSI dapat dipercaya	3.92	Baik
Item 4	Nasabah merasa aman untuk bertransaksi di BSI	3.99	Baik
Total Rata – Rata		3.92	Baik

Sumber : Hasil Olahdata SPSS versi 20

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 nasabah, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,92 (baik) terhadap dimensi *responsiveness*. Dengan demikian menunjukkan bahwa dimensi *responsiveness* mampu memberikan kepuasan pada nasabah. Sedangkan penilaian responden pada dimensi *responsiveness* tertinggi adalah pada indikator karyawan BSI memberikan pelayanan dengan sigap ketika nasabah membutuhkan bantuan dengan rata – rata sebesar 4,04 dan penilaian terendah adalah pada indikator karyawan selalu siap untuk menanggapi permintaan nasabah dengan cepat yaitu dengan rata – rata sebesar 3,73 (baik).

d. Analisis Deskriptif Dimensi *Assurance*

Persepsi nasabah Bank Syariah Indonesia dimensi *assurance* sebagai berikut:

Tabel 4.11
Penilaian Nasabah Bank Syariah Indonesia pada
Dimensi Assurance

No.Item	Indikator	Mean	Kategori
Item 1	Petugas memberikan pelayanan ramah dan sopan santun	3.94	Baik
Item 2	Karyawan mengetahui kebutuhan nasabah	3.85	Baik
Item 3	Petugas saling menjaga kesopan santunan	3.73	Baik
Item 4	Penyelesaian pelayanan sesuai keinginan	3.77	Baik
Total Rata – rata		3.82	Baik

Sumber : Hasil Olahdata SPSS versi 20

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 nasabah, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,82 (baik) terhadap dimensi *assurance*. Dengan demikian menunjukkan bahwa dimensi *assurance* mampu memberikan kepuasan pada nasabah. Sedangkan penilaian responden pada dimensi *assurance* tertinggi adalah pada indikator petugas memberikan pelayanan ramah dan sopan santun dengan rata – rata sebesar 3,94 (baik) dan penilaian terendah adalah pada indikator petugas saling menjaga kesopan santunan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,73 (baik).

e. Analisis Deskriptif Dimensi *Empathy*

Persepsi nasabah Bank Syariah Indonesia dimensi *empathy* sebagai berikut:

Tabel 4.12
Penilaian Nasabah Bank Syariah Indonesia pada
Dimensi *Emphaty*

No.Item	Indikator	Mean	Kategori
Item 1	Memberikan perhatian individual kepada para nasabah	3.70	Baik
Item 2	Jam operasional perusahaan sesuai dengan kebutuhan nasabah	3.64	Baik
Total Rata – Rata		3.67	Baik

Sumber : Hasil Olahdata SPSS versi 20

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas dapat dipaparkan bahwa dari 100 nasabah, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,67 (baik) terhadap dimensi *empathy*. Dengan demikian menunjukkan bahwa dimensi *empathy* mampu memberikan kepuasan pada nasabah. Sedangkan penilaian responden pada dimensi *empathy* tertinggi adalah pada indikator memberikan perhatian individual kepada para nasabah dengan rata – rata sebesar 3,70 (baik) dan penilaian terendah adalah pada indikator jam operasional perusahaan sesuai dengan kebutuhan nasabah yaitu dengan rata – rata sebesar 3,64 (baik).

Hasil deskriptif seluruh variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* pada Bank Syariah Indonesia setelah merger adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13

Deskriptif Kualitas Pelayanan BSI Setelah Merger

Variabel	Mean	Kategori
Tangible	4.10	Baik
Reliability	3.79	Baik
Responsiveness	3.92	Baik
Assurance	3.82	Baik
Empathy	3.67	Baik
Total	3.86	Baik

Sumber : Hasil Olahdata SPSS versi 20

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas menunjukkan rata – rata total kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia setelah merger sebesar 3,86 (baik). Sedangkan penilaian responden tertinggi pada dimensi *tangible* rata – rata sebesar 4,10 (baik) dan penilaian terendah pada dimensi *empathy* rata – rata sebesar 3,67 (baik). Dengan demikian kualitas pelayanan pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* pada Bank Syariah Indonesia setelah merger adalah baik dan mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

f. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan nasabah

Persepsi nasabah Bank Syariah Indonesia variabel kepuasan sebagai berikut:

Tabel 4.14

Penilaian Nasabah Bank Syariah Indonesia pada Variabel Kepuasan

No.Item	Indikator	Mean	Kategori
Item 1	pelayanan jasa memuaskan	4.08	Puas
Item 2	BSI mempunyai jaringan operasional yang cukup luas dan terjangkau setelah adanya merger.	4.05	Puas
Item 3	Menanggapi keluhan cepat dan tepat	3.95	Puas
Item 4	Memiliki citra yang positif dan baik.	3.42	Puas
Item 5	Produk BSI memenuhi kebutuhan nasabah	3.87	Puas
Item 6	Tarif administrasi dan terjangkau	3.89	Puas
Item 7	Nyaman pada saat petugas memberikan pelayanan	3.76	Puas
Item 8	Tidak pernah mendapatkan kesulitan ketika mengurus buku rekening setelah adanya merger	3.60	Puas
Item 9	Fitur Internet banking, sms banking dan Mobile banking BSI lebih lengkap dan mudah dipahami.	3.67	Puas
Item 10	Mesin ATM BSI banyak tersebar	4.08	Puas
Total Rata – Rata		3.81	Puas

Sumber : Data primer diolah, 2021

Hasil deskriptif terhadap kepuasan nasabah memiliki rata-rata sebesar 3,81. Hal ini berarti nasabah telah merasa puas terhadap kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta karena berada pada interval 3,41 – 4,20. Hasil ini menunjukkan bahwa nasabah telah memiliki kepuasan yang tinggi pada jasa Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*,

assurance, dan empathy pada Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta adalah baik sehingga nasabah merasa sangat puas ketika menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta .

D. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa dalam penelitian data yang dihasilkan memiliki distribusi normal serta tidak terdapat multikolonieritas dan heteroskedastisitas. Adapun uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heterokedasitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan *Uji Kolmogorof-Smirnov* (Uji K-S).

Tabel 4.15
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.97442031
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.093
	Negative	-.093
Kolmogorov-Smirnov Z		.928
Asymp. Sig. (2-tailed)		.355

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil SPSS versi 20

Hasil uji normalitas diatas menunjukkan bahwa residual hasil analisis regresi memiliki probabilitas sebesar $0,355 > 0.05$. Dengan demikian data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Untuk membuktikan ada atau tidaknya pelanggaran multikolinieritas dapat digunakan Uji VIF yaitu apabila nilai VIF kurang dari 10 atau besarnya toleransi lebih dari 0,1.

Tabel 4.16
Hasil Perhitungan Multikolinieritas

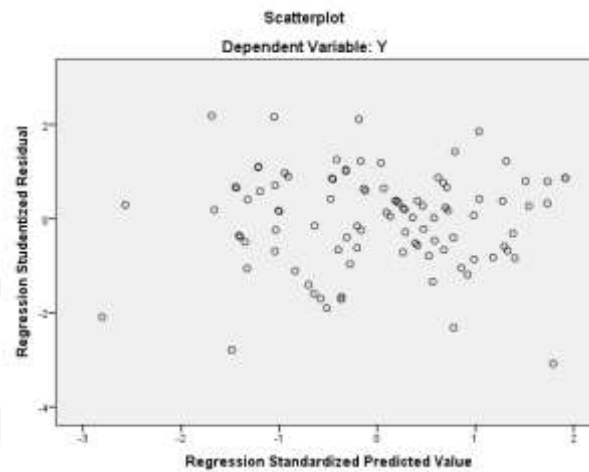
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Tangible	0.534	1.874	Tidak terjadi multikolinieritas
Reliability	0.349	2.869	Tidak terjadi multikolinieritas
Responsiveness	0.396	2.525	Tidak terjadi multikolinieritas
Assurance	0.419	2.385	Tidak terjadi multikolinieritas
Empathy	0.441	2.267	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data Sekunder diolah, 2021

Variabel *tangible* memiliki nilai VIF sebesar 1,874 *reliability* nilai VIF sebesar 2,869 *responsiveness* nilai VIF sebesar 2,525, *assurance* memiliki nilai VIF sebesar 2,385, dan *empathy* VIF sebesar 2,267. Dengan demikian nilai VIF seluruh variabel kualitas pelayanan lebih kecil dari 10 dan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Mendeteksi adanya gejala Heteroskedastisitas digunakan grafik *Scatter Plot*. Hasil heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar grafik berikut :



Gambar 4.1. Grafik Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas

Gambar grafik diatas penyebaran data secara acak atau tidak membentuk pola, maka model yang diajukan terbebas dari gejala Heteroskedastisitas.

E. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah. Uji hipotesis digunakan uji f, uji t, korelasi berganda, koefisien determinasi dan korelasi parsial. Dengan membandingkan antara nilai p-value (Sig-t) dengan taraf signifikansi 0,05. Jika $\text{sig-t} < 0,05$, maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent.

1. Hasil Analisis Regresi Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Hasil analisis regresi linier berganda dapat ditunjukkan pada Tabel berikut:

Tabel 4.17
Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	Regreccion Coeficient	T_{hitung}	Signifikansi	Keterangan
Konstanta	0.357			
Tangibles	0.255	4.354	0.000	Signifikan
Reliability	0.218	3.113	0.002	Signifikan
Responsiveness	0.182	3.657	0.000	Signifikan
Assurance	0.094	2.027	0.045	Signifikan
Empathy	0.139	3.144	0.002	Signifikan

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Hasil persamaan regresi linear berganda pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,357 + 0,255X_1 + 0,218X_2 + 0,182X_3 + 0,094X_4 + 0,136X_5$$

Dalam persamaan regresi di atas, konstanta (Y) adalah sebesar 0,357. Maka jika tidak ada variabel *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*, yang mempengaruhi kepuasan nasabah, maka kepuasan nasabah akan sebesar 0,357 satuan. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan nasabah akan rendah apabila Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tidak memperhatikan kelima dimensi di atas.

Variabel *Tangibles* (X_1) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan nasabah dengan koefisien positif sebesar 0,255. Berarti bila kualitas pelayanan pada *Tangibles* (X_1) meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,255 dengan anggapan variabel *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), dan *Empathy* (X_5), tetap. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan pada

Tangibles maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

Variabel *Reliability* (X_2) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan nasabah dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,218. Berarti apabila *Reliability* (X_2) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,218 dengan anggapan variabel *Tangibles* (X_1), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4), dan *Empathy* (X_5), tetap. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan pada *reliability* maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah..

Variabel *Responsiveness* (X_3) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan nasabah dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,182. Berarti apabila *Responsiveness* (X_3) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,182 dengan anggapan *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Assurance* (X_4), dan *Empathy* (X_5), tetap. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan pada *Responsiveness* maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

Variabel *Assurance* (X_4) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan nasabah dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,094. Berarti apabila *Assurance* (X_4) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,094 dengan anggapan *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), dan *empathy* (X_5) tetap. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan pada *assurance* maka semakin baik pula kepuasan nasabah..

Variabel *empathy* (X_5) merupakan variabel yang mempengaruhi Kepuasan nasabah dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,139. Berarti apabila *empathy* (X_5) meningkat sebesar satu satuan maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,139 dengan anggapan *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), dan *assurance* (X_4) tetap. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan pada *empathy* maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

2. Uji t (Parsial)

Uji t merupakan uji statistik yang telah dipergunakan secara luas dalam analisis regresi untuk menguji hipotesis yang koefisiennya berbeda dari nol, dengan membandingkan antara nilai **Sig t** dengan tingkat signifikansi **5%**.

a. Pengujian secara parsial pada variabel *Tangibles*

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *Tangibles* (X_1) terdapat nilai t_{hitung} sebesar 4,354 dan probabilitas sebesar 0,000 yang berarti $0,000 < 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh variabel *Tangibles* secara signifikan terhadap Kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

b. Pengujian secara parsial pada variabel *Reliability*

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *Reliability* (X_2) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 3,113 dan probabilitas sebesar 0,002 yang berarti $0,002 < 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa *Reliability* berpengaruh nyata terhadap Kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

c. Pengujian secara parsial pada variabel *Responsiveness*

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness* (X_3) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 3,657 dan probabilitas sebesar 0,000 yang berarti $0,000 < 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa *Responsiveness* berpengaruh nyata terhadap Kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

d. Pengujian secara parsial pada variabel Assurance

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Assurance (X_4) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 2,027 dan probabilitas sebesar 0,045 yang berarti $0,045 < 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel Assurance berpengaruh nyata terhadap Kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

e. Pengujian secara parsial pada variabel Empathy

Hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa variabel Empati (X_5) terdapat nilai untuk t_{hitung} sebesar 3,144 dan probabilitas sebesar 0,002 yang berarti $0,002 < 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_0 ditolak yang berarti bahwa variabel Empati berpengaruh nyata terhadap Kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

3. Uji F

Analisis dari hasil uji F (uji serentak) dimaksudkan untuk membuktikan dari penelitian yang menyatakan bahwa variabel–variabel *tangibles*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh antara variabel *independent* atau variabel bebas secara serentak terhadap variabel *dependent* atau variabel terikat yaitu dengan membandingkan **Sig F** yang dihasilkan oleh regresi linear berganda dengan taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil perhitungan uji F ditunjukkan pada tabel 4.18 dibawah ini :

Tabel 4.18**Hasil Uji F****ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.196	5	5.239	88.114	.000 ^b
	Residual	5.589	94	.059		
	Total	31.785	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X1, X4, X3, X2

Sumber ; Data primer yang diolah, 2021

Hasil uji F seperti pada tabel 4.18 diperoleh F_{hitung} sebesar 88,114 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena **Sig** F_{hitung} lebih kecil dari **0,05** maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara serentak Kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel *tangibles*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*, terhadap Kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya prosentase variasi dari variabel independent yang dapat dijelaskan oleh variabel – variabel dependen. Hasil perhitungan Koefisien determinasi ditunjukkan pada tabel 4.19 dibawah ini:

Tabel 4.19**Hasil Uji R****Model Summary^b**

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.908 ^a	.824	.815	.24384

a. Predictors: (Constant), X5, X1, X4, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber ; Data primer yang diolah, 2021

Pada Tabel 4.19 menunjukkan besarnya koefisien adjusted R Square (adj.R^2) = 0,815 yang menunjukkan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 81,5% sisanya sebesar 18,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian, misalnya promosi, tarif, *product feature*, dan lain – lain.

F. Pembahasan dan Implikasi Strategi

Nilai probabilitas variabel *tangible* sebesar $0,000 < 0,005$ menunjukkan bahwa variabel *Tangibles* (X_1) berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta . Artinya semakin meningkat persepsi nasabah pada variabel *Tangibles* maka kepuasan nasabah BSI Yogyakarta juga semakin meningkat. Faktor penting yang menyebabkan puas tidaknya nasabah BSI menggunakan jasa perbankan karena penampilan/ kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan, yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan, serta penampilan pegawainya. Dari hasil penelitian ini menunjukan kesamaan dengan penelitian Khoirotul Umammah (2016) dimana variabel *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan begitu juga penelitian adanya kesamaan dengan penelitian Irma Fidiyanti (2013) yang menghasilkan sarana fisik dan pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Nilai probabilitas variabel *reliability* sebesar $0,002 < 0,005$ menunjukkan bahwa variabel *reliability* berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta . Artinya semakin meningkat persepsi nasabah pada variabel *reliability* maka kepuasan nasabah BSI Yogyakarta juga semakin meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Febriana, (2016) membuktikan bahwa secara simultan dimensi *carter* yaitu *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal

ini disebabkan karena *Reliability* menunjukkan kemampuan BSI Yogyakarta dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, pelayanan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua nasabah tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

Nilai probabilitas variabel *responsiveness* sebesar $0,000 < 0,005$ menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Artinya semakin meningkat persepsi nasabah pada variabel *responsiveness* maka kepuasan nasabah BSI Yogyakarta juga semakin meningkat. Dari penelitian ini menunjukkan adanya kesamaan dengan penelitian Irma Fidiyanti (2013) yang menghasilkan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Khoirotul Umammah (2016) bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hal ini disebabkan karena *responsiveness* merupakan bentuk pelayanan yang cepat, tepat dan penyampaian informasi yang jelas kepada seluruh nasabah. Ketika nasabah merasa kesulitan dalam memanfaatkan fasilitas yang ada di BSI Yogyakarta karyawan dengan sigap bersedia membantu dan dapat dipecahkan secara baik. Sikap kehati-hatian karyawan dalam memberikan pelayanan transaksi nasabah dapat menghindari kesalahan transaksi keuangan.

Nilai probabilitas variabel *assurance* sebesar $0,045 < 0,005$ menunjukkan bahwa variabel *assurance* berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta . Artinya semakin meningkat persepsi nasabah pada variabel *assurance* maka kepuasan nasabah BSI Yogyakarta juga semakin meningkat. Dari penelitian ini menunjukkan adanya kesamaan penelitian oleh Irma Fidiyanti (2013) yang menghasilkan bahwa variabel *assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, penelitian yang dilakukan Khoirotul Umammah (2016) membuktikan bahwa variabel *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan

nasabah

Hal ini disebabkan karena *assurance* menunjukkan tingkat pengetahuan dan kemampuan karyawan BSI, sikap sopan santu karyawan dalam memberikan pelayanan, dan kemampuan karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya nasabah kepada BSI Yogyakarta. Jika pihak perbankan dapat memberikan pelayanan yang sabar, memberikan rasa aman ketika nasabah melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia dan didukung perilaku profesional karyawan, maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

Nilai probabilitas variabel *empathy* sebesar $0,002 < 0,005$ menunjukkan bahwa variabel *empathy* berpengaruh signifikan positif terhadap Kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta . Artinya semakin meningkat persepsi nasabah pada variabel *empathy* maka kepuasan nasabah BSI Yogyakarta juga semakin meningkat. Dari penelitian ini menunjukkan adanya kesamaan penelitian Irma Fidiyanti (2013) yang menghasilkan bahwa variabel *emphaty* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Khoirul Umammah (2016) bahwa variabel *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hal ini disebabkan karena *empathy* menunjukkan pelayanan secara individual atau pribadi, dan memahami keinginan nasabah. Bank Syariah Indonesia diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta waktu buka atau jam operasional bank yang nyaman dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Berdasarkan hasil analisis tersebut maka dapat disampaikan beberapa strategi pemasaran sebagai berikut :

1. Strategi pada Dimensi *Tangibel*

Strategi pada dimensi *Tangibel* dilakukan dengan melakukan perawatan secara berkala, mulai dari kondisi bangunan, pewarnaan (cat), penampilan ruang lobi, halaman gedung, dan tempat parkir. Selanjutnya yang tidak kalah penting adalah penampilan fisik karyawan, terutama pada

seragam agar selalu terjaga kerapihannya, yaitu dengan cara menyediakan seragam yang berkualitas, memiliki desain yang menarik dan warna yang serasi.

2. Strategi Dimensi *Reliability*

Dimensi *reliability*, strategi yang hendaknya dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia, terutama kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang cepat kepada semua nasabah, mengingat profil nasabah mayoritas PNS yang sangat memperhatikan efisiensi waktu. Untuk itu diperlukan kedisiplinan karyawan dalam bekerja, sehingga jadwal kerja yang telah dirancang sebelumnya mampu berjalan dengan baik.

Karyawan hendaknya juga memberikan pelayanan secara akurat, khususnya pada bagian *teller*, agar cermat dan tepat dalam menghitung transaksi nasabah. Karyawan sebaiknya menyampaikan layanan sesuai waktu yang di janjikan, dan dalam memberikan informasi tentang produk BSI cukup jelas.

3. Strategi Dimensi *Responsiveness*

Dimensi *responsiveness* sebaiknya karyawan tanggap dan cepat mengatasi kesulitan yang dialami oleh nasabah. Karyawan BSI bekerja dengan profesional dan jujur, sehingga nasabah memiliki kepercayaan yang tinggi padakerja BSI.

4. Strategi Dimensi *Assurance*

Karyawan yang akan bekerja di BSI sebaiknya selalu diberikan pelatihan atau diberikan *training* selama beberapa bulan, sehingga karyawan memiliki pengetahuan yang luas mengenai pelayanan kepada nasabah dan mampu membantu transaksi nasabah. Hal ini penting agar karyawan dapat bekerja secara profesional dan tidak terjadi kesalahan.

5. Strategi Dimensi *Emphaty*

Untuk dimensi *emphaty*, perlu adanya penanaman empati karyawan kepada nasabah, dengan bentuk-bentuk perhatian individu, misalnya bersikap ramah kepada setiap semua nasabah BSI. Karyawan diharapkan siap membantu nasabah yang mengalami masalah, dan mampu memahami keinginan pelanggan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hipotesis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan menunjukkan nilai rata – rata 3,86. Hal ini berarti nasabah telah memberikan penilaian yang baik pada kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta setelah merger karena berada pada interval 3,40 – 4,19.
2. Nasabah sudah memperoleh kepuasan terhadap jasa yang diberikan Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata – rata 3,81. Hal ini berarti nasabah telah merasa puas terhadap kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta karena berada pada interval 3,40 – 4,19.
3. Terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap Kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta setelah merger dimana indikator *tangible* menunjukkan rata- rata 4,10, *reliability* memiliki rata-rata 3,79, *responsiveness* menunjukkan rata- rata 3,92, *assurance* memiliki rata- rata sebesar 3,82 dan terakhir *empathy* menunjukkan rata- rata sebesar 3,67.

B. Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi manajemen Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta.

1. Persepsi nasabah pada kualitas pelayanan BSI paling rendah adalah dimensi *empathy* yaitu dengan rata- rata 3,67. Langkah yang dilakukan adalah

2. meningkatkan *empathy* karyawan kepada nasabah, dengan bentuk-bentuk perhatian individu, misalnya bersikap ramah kepada semua nasabah BSI. Karyawan siap membantu nasabah yang mengalami masalah, dan mampu memahami keinginannya.
3. Mempertahankan dimensi dimensi *tangible*, karena nasabah memberikan penilaian paling tinggi yaitu dengan rata-rata 4, 10. Pihak BSI dapat melakukan perawatan fisik gedung secara berkala, mulai dari kondisi bangunan, penampilan interior ruang tunggu dan ketersediaan tempat parkir. Seragam karyawan sebaiknya selalu terjaga kerapiahannya, yaitu dengan cara menyediakan seragam yang berkualitas, memiliki desain yang menarik dan warna yang serasi.
4. Selain itu dalam proses pengambilan data peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam proses merger BSI di Kota Yogyakarta ini nasabah tidak merasakan perubahan yang signifikan dengan perusahaan sebelumnya yaitu BNI Syariah, BRI Syariah dan Syariah Mandiri dalam segi pelayanan tetap konsisten dengan memberikan pelayanan yang baik. Namun untuk fitur mobile banking BSI masih kurang memadai dan kurang dipahami, dengan adanya fakta ini diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk bisa meneliti tentang topik mobile banking BSI agar bisa menjadi masukan yang lebih baik lagi untuk pelayanan dan produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, V. A. (1988). Servqual: A Multiple- Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 24-28.
- Amalia, F., & Ika, S. R. (2014). Kinerja Bank di Indonesia Setelah Melakukan Merger dan Akuisisi dengan Kepemilikan Asing: Apakah Lebih Baik? *Efektif Jurnal dan Bisnis Ekonomi*.
- Anggrabata, D. M., & Rahanata, G. B. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT BPR Balidana Niaga Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*.
- Anggraeni, D. P., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Febriana, & Indah, N. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. *An- nisbah*.
- Gonzales, P. A., & Neira, C. O. (2019). The effect of mergers and acquisitions on customer–company relationships: Exploring employees’ perceptions in the Spanish banking sector. *International Journal of Bank Marketing*.
- Koesasi, M., & Latief, M. A. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pad Unit Usaha Syariah (UUS) PT. Bank Tabungan Negara (Persero), TBK. Kantor Cabang Syariah Balikpapan. *Jurnal Akuntansi Madani*, 96.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, jilid 2*. Jakarta: Pt Prenhalindo.
- Krishna, S. (2018). The Impact of Merger and Acquisition on Customer Satisfaction in Post- Merger Phase in Banking Sector of Nepal. *Journal of Nepalese Business Studies*.
- Kurniawan, H. (2015). Analisis Return On Asset (ROA) Beberapa Bank Pasca Merger di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Widya*, 73.

- Lameshow, S., Jr, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Lestari, S. F. (2020). Dampak Media Iklan dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 188.
- Mardianto, Christian, N., & Edi. (2018). Dampak Merger dan Akuisisi Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Benefita*.
- Moin, A. (2007). *Merger, Akuisisi, dan Divestasi Jilid 2*. Yogyakarta: Ekonosia.
- Okoye, & Uchenna, L. (2016). Effect Of Mergers and Acquisitions on Banking Sector Performance in Nigeria. *NG- Journal Of Social Development*.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2*.
- Romadhon, B., & Sutantri. (2021). Korelasi Merger Tiga Bank Syariah, dan Kesadaran Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah. *At- Tamwil*.
- Shaik, S., Umar, P. R., & Kumar, A. D. (2019). An Impact of Mergers & Takeovers of Public Sector Banks In Enhancing Customer Satisfaction. *International Journal of Recent Technology And Engineering*.
- Simanjuntak, & Cornelius. (2004). *Hukum Merger Perseroan Terbatas, Teori dan Praktek*. Bandung: Cetakan 1, PT. Citra Aditya Bakti.
- Siregar, E. S., & Sissah. (2021). Analisis Dampak Kebijakan Merger dalam Pengembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi dan Perbankan*.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sultoni, H., & Mardiana, K. (2021). Pengaruh Merger Tiga Bank Syariah BUMN

Terhadap Perkembangan Ekonomi Syariah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah*.

Tjiptono, F. (2000). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Yeboah, J., Asirifi, E. K., & Ampadu, S. (2015). The Impact of Mergers and Acquisitions on Service Quality of Banks in Ghana: Case Study of Ecobank and Access Bank Ghana. *International Journal of Business and Management*.



LAMPIRAN

Tabel Kuesioner

Lampiran : Kuesioner Penelitian

Kepada Yth :

Bapak /Ibu/Saudara/i

Nasabah Bank Syariah Indonesia

Dengan hormat,

Dalam rangka pengumpulan data untuk penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Merger Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah (Studi kasus BSI Yogyakarta)”, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Asri Marlina

Nim : 14423171

Fak/Prodi : FIAI/Ekonomi Islam

Memohon kesediaan Bpk/Ibu/Saudara/I untuk menjawab dan mengisi kuesioner berikut ini. Mengingat penelitian ini semata-mata untuk kepentingan akademik, saya mengharapkan jawaban yang sejujur-jujurnya sesuai dengan pendapat anda, sesuai dengan kode etik penelitian, saya akan menjamin kerahasiaan identitas dari hasil kuesioner ini.

Atas kerja sama dan kesediaan Bpk/Ibu/Saudara/I mengisi daftar kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Asri Marlina

Data Responden

Nama :(bila tidak keberatan)

Jenis kelamin : Laki- laki Perempuan

Umur : < 20 tahun 20 – 29 tahun
 30 – 39 tahun 40 – 49 tahun
 > 50 tahun

Pendidikan terakhir : SMP Sarjana (S1)
 SMA Sarjana (S2)
 Akademik/ Diploma Doktor (S3)

Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa Pedagang
 PNS Pegawai Swasta
 Pengusaha Lain- Lain.....

Nasabah : Simpanan
 Pembiayaan

Tabel Kuesioner

Jawablah pertanyaan di bawah ini mengenai Pengaruh Merger Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah (Studi kasus BSI Yogyakarta), dengan memberikan tanda silang (x) pada kolom jawaban dengan memperhatikan nilai dan arti sebagai berikut:

5: sangat setuju 3: kurang setuju 1: sangat tidak setuju
4: setuju 2 : tidak setuju

A. Bukti Fisik (*Tangible*)

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Memiliki peralatan terbaru atau modern.					
2.	Fasilitas bank terlihat dengan jelas dan baik					
3.	Karyawan berpakaian dan berpenampilan rapi					
4.	Ketika nasabah memiliki masalah, karyawan menunjukkan simpati dan meyakinkan					

B. Kehandalan (*Reliability*)

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Kesiapan karyawan dalam melayani nasabah baik.					
2.	Kemauan untuk membantu nasabah					
3.	Cepat merespon nasabah yang datang					
4.	Karyawan memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah.					
5.	Adanya skill tersendiri dari karyawan BSI dalam melayani nasabah					
6.	Menyampaikan layanan sesuai waktu yang di janjikan					

7.	Pemberian informasi tentang produk BSI cukup jelas					
----	--	--	--	--	--	--

C. Ketanggapan (*Responsiveness*)

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Karyawan BSI memberikan pelayanan dengan sigap ketika nasabah membutuhkan bantuan					
2.	Karyawan selalu siap untuk menanggapi permintaan nasabah dengan cepat					
3.	Karyawan BSI dapat dipercaya					
4.	Nasabah merasa aman untuk bertransaksi di BSI					

D. Empati (*Empaty*)

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Memberikan perhatian individual kepada para nasabah					
2.	Jam operasional perusahaan sesuai dengan kebutuhan nasabaha					

E. Jaminan (*Assurance*)

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
	Petugas memberikan pelayanan ramah dan sopan santun					

3	Karyawan mengetahui kebutuhan nasabah					
3	Petugas saling menjaga kesopanan santunan					
4	Penyelesaian pelayanan sesuai keinginan					

F. Kepuasan Nasabah

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Setelah dilakukan merger BSI memberikan pelayanan jasa yang memuaskan sesuai dengan yang diharapkan					
2.	BSI mempunyai jaringan operasional yang cukup luas dan terjangkau setelah adanya merger.					
3.	Pihak BSI selalu menanggapi keluhan kami dengan cepat dan tepat.					
4.	Secara keseluruhan kami menilai bahwa BSI memiliki citra yang positif dan baik.					
5.	Produk BSI sudah dapat memenuhi kebutuhan nasabah					
6.	Tarif administrasi sesuai dengan yang diharapkan dan terjangkau					
7.	Saya merasa nyaman pada saat petugas memberikan pelayanan					

8.	Tidak pernah mendapatkan kesulitan ketika mengurus buku rekening setelah adanya merger					
9.	Fitur Internet banking, sms banking dan Mobile banking BSI lebih lengkap dan mudah dipahami.					
10.	Mesin ATM BSI banyak tersebar, sehingga memudahkan untuk bertransaksi.					

Correlations

Correlations

		TANG1	TANG2	TANG3	TANG4	Tot
TANG1	Pearson Correlation	1	.598**	.552**	.254*	.741**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.011	.000
	N	100	100	100	100	100
TANG2	Pearson Correlation	.598**	1	.455**	.279**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.005	.000
	N	100	100	100	100	100
TANG3	Pearson Correlation	.552**	.455**	1	.410**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
TANG4	Pearson Correlation	.254*	.279**	.410**	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.011	.005	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.741**	.723**	.793**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0

Total	100	100.0
-------	-----	-------

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.711	4

Correlations

Correlations

		RELI1	RELI2	RELI3	RELI4	RELI5	RELI6	RELI7	Tot
RELI1	Pearson Correlation	1	.612**	.607**	.516**	.360**	.441**	.425**	.733**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
RELI2	Pearson Correlation	.612**	1	.700**	.523**	.326**	.515**	.335**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
RELI3	Pearson Correlation	.607**	.700**	1	.707**	.506**	.481**	.479**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
RELI4	Pearson Correlation	.516**	.523**	.707**	1	.501**	.478**	.308**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
RELI5	Pearson Correlation	.360**	.326**	.506**	.501**	1	.384**	.321**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
RELI6	Pearson Correlation	.441**	.515**	.481**	.478**	.384**	1	.657**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
RELI7	Pearson Correlation	.425**	.335**	.479**	.308**	.321**	.657**	1	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.002	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.733**	.738**	.842**	.776**	.666**	.776**	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	7

Correlations

Correlations

		RESP1	RESP2	RESP3	RESP4	Tot
RESP1	Pearson Correlation	1	.667**	.785**	.783**	.902**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
RESP2	Pearson Correlation	.667**	1	.673**	.722**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
RESP3	Pearson Correlation	.785**	.673**	1	.777**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
RESP4	Pearson Correlation	.783**	.722**	.777**	1	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.902**	.861**	.903**	.913**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	4

Correlations

Correlations

		AS1	AS2	AS3	AS4	Tot
AS1	Pearson Correlation	1	.865**	.745**	.804**	.929**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
AS2	Pearson Correlation	.865**	1	.789**	.811**	.946**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
AS3	Pearson Correlation	.745**	.789**	1	.727**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
AS4	Pearson Correlation	.804**	.811**	.727**	1	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000

	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.929**	.946**	.887**	.910**	1
Tot	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	4

Correlations

Correlations

		EM1	EM2	Tot
EM1	Pearson Correlation	1	.759**	.939**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
EM2	Pearson Correlation	.759**	1	.937**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.939**	.937**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0

Total	100	100.0
-------	-----	-------

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	2

Correlations

		KEP1	KEP2	KEP3	KEP4	KEP5	KEP6	KEP7	KEP8	KEP9	Tot
KEP1	Pearson Correlation	1	.768**	.653**	.362**	.400**	.388**	.438**	.262**	.149	.657**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.008	.140	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KEP2	Pearson Correlation	.768**	1	.599**	.411**	.556**	.581**	.531**	.365**	.209*	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.037	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KEP3	Pearson Correlation	.653**	.599**	1	.380**	.490**	.580**	.558**	.405**	.332**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KEP4	Pearson Correlation	.362**	.411**	.380**	1	.403**	.346**	.391**	.407**	.211*	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.036	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KEP5	Pearson Correlation	.400**	.556**	.490**	.403**	1	.647**	.624**	.575**	.436**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KEP6	Pearson Correlation	.388**	.581**	.580**	.346**	.647**	1	.675**	.606**	.472**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KEP7	Pearson Correlation	.438**	.531**	.558**	.391**	.624**	.675**	1	.564**	.501**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KEP8	Pearson Correlation	.262**	.365**	.405**	.407**	.575**	.606**	.564**	1	.576**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KEP9	Pearson Correlation	.149	.209*	.332**	.211*	.436**	.472**	.501**	.576**	1	.596**
	Sig. (2-tailed)	.140	.037	.001	.036	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Tot	Pearson Correlation	.657**	.750**	.758**	.636**	.781**	.804**	.801**	.741**	.596**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	9

Frequencies**UMUR**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	17	17.0	17.0	17.0
	20 - 29 tahun	12	12.0	12.0	29.0
	30 - 39 tahun	34	34.0	34.0	63.0
	40 - 49 tahun	21	21.0	21.0	84.0
	>= 50 tahun	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

GENDER

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - laki	57	57.0	57.0	57.0
	Perempuan	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/mahasiswa	9	9.0	9.0	9.0
	PNS	37	37.0	37.0	46.0
	Pengusaha	11	11.0	11.0	57.0
	Pedagang	14	14.0	14.0	71.0
	Pegawai swasta	26	26.0	26.0	97.0
	Lain - lain	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

PENDIDIKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	20	20.0	20.0	20.0
	Diploma	10	10.0	10.0	30.0
	S1	60	60.0	60.0	90.0
	S2	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Simpanan	51	51.0	51.0	51.0
	Pembiayaan	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

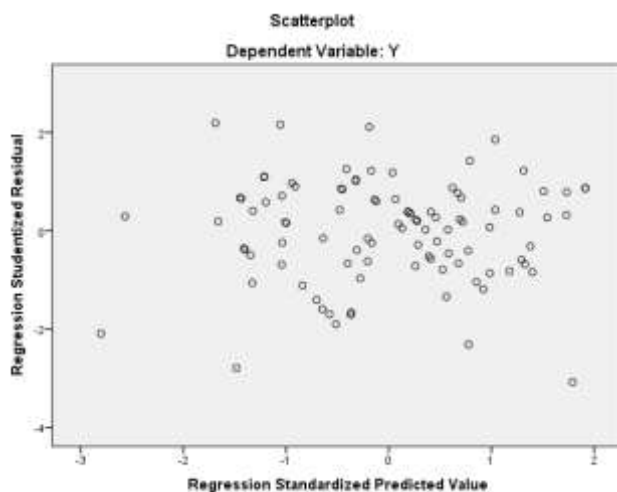
UJI ASUMSI KLASIK

Uji multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.357	.189		1.884	.063		
	X1	.255	.059	.258	4.354	.000	.534	1.874
	X2	.218	.070	.228	3.113	.002	.349	2.869
	X3	.182	.050	.251	3.657	.000	.396	2.525
	X4	.094	.046	.135	2.027	.045	.419	2.385
	X5	.139	.044	.205	3.144	.002	.441	2.267

a. Dependent Variable: Y

Uji heterokedastisitas



Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Standardized Residual
--	-----------------------

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.97442031
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.059
	Negative	-.093
Kolmogorov-Smirnov Z		.928
Asymp. Sig. (2-tailed)		.355

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

HASIL REGRESI LINIER BERGANDA

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X5, X1, X4, X3, X2 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.908 ^a	.824	.815	.24384

a. Predictors: (Constant), X5, X1, X4, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.196	5	5.239	88.114	.000 ^b
	Residual	5.589	94	.059		
	Total	31.785	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X5, X1, X4, X3, X2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.357	.189		1.884	.063
	X1	.255	.059	.258	4.354	.000
	X2	.218	.070	.228	3.113	.002
	X3	.182	.050	.251	3.657	.000
	X4	.094	.046	.135	2.027	.045
	X5	.139	.044	.205	3.144	.002

a. Dependent Variable: Y