

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Beberapa dekade terakhir ini perbankan syari'ah mengalami perkembangan yang pesat dibanyak negara, baik negara Eropa dan Amerika. Saat ini telah terdapat lebih dari 170 Bank Syari'ah yang tersebar diberbagai negara dengan jumlah jaringan dan volume kegiatan yang terus bertambah.<sup>1</sup>

Dalam kata pengantar buku “Jejak-Jejak Ekonomi Syari'ah” oleh M. Luthfi Hamidi, Kepala Biro Perbankan Syari'ah Bank Indonesia mengatakan: Fenomena meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap keberadaan sistem perbankan yang sesuai dengan prinsip syari'ah mendapat respon positif dari pemerintah yang antara lain melalui dikeluarkannya UU No.7 Tahun 1992 tentang perbankan yang menetapkan bahwa perbankan di Indonesia menganut *dual banking system*, yakni menggunakan sistem bunga dan sistem bagi hasil.<sup>2</sup> Setelah dikeluarkannya UU No.10 Tahun 1998 tentang Perbankan sebagai amandemen dari UU No.7 Tahun 1992, maka kedudukan Bank Syari'ah semakin jelas. Dimana pada UU No.10 Tahun 1998 dinyatakan dengan jelas bahwa Bank digolongkan menjadi dua jenis,

---

<sup>1</sup> Seminar Akhir Tahun dan Sarahsehan Aktivis Ekonomi Syari'ah “*Evaluasi Perbankan Syari'ah sebagai Upaya Resolusi di Tengah Krisis Global*”, hlm 1

<sup>2</sup> M. Luthfi Hamidi, *Jejak-Jejak Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: Senayan Abadi Publishing, Cet. ke-2, 2003), hlm vi

yakni Bank Konvensional dan Bank Bagi Hasil.<sup>3</sup> Pada UU No. 10 Tahun 1998 telah mengakomodir peraturan bank syariah, namun belum mengatur ketentuan perbankan syariah pada pasal-pasal khusus. Setelah dikeluarkan UU Perbankan Syari'ah yang tercantum dalam Undang-Undang Perbankan Syari'ah No.21 Tahun 2008 pasal 1 ayat 7 telah dijelaskan bahwa Bank Syari'ah atau Bank Bagi Hasil dibagi menjadi dua jenis, yakni Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.<sup>4</sup> Dengan lahirnya UU Perbankan Syariah perkembangan bank syariah ke depan akan mempunyai peluang usaha yang lebih besar di Indonesia dan juga memberikan peluang aktivitas usaha bank syariah yang lebih banyak dan beragam dibandingkan bank konvensional.<sup>5</sup>

Keberhasilan perbankan syari'ah untuk terus tumbuh dan berkembang serta selamat dari badai krisis ekonomi yang terjadi sejak tahun 1997, telah mengilhami pemerintah untuk memberikan perhatian yang cukup dan mengaturnya secara lebih luas dalam UU, serta memacu segera berdirinya Bank-Bank Syari'ah yang lain baik dalam bentuk Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) maupun *windows syari'ah* untuk Bank Umum.<sup>6</sup>

Menurut Kwat Ismanto, S.H.I dalam bukunya "Manajemen Syari'ah" bahwa Perbankan Syari'ah sebagai bagian dari Lembaga Keuangan Syari'ah yang dibuat oleh Bank Indonesia, membuktikan bahwa market share

---

<sup>3</sup> Seminar Akhir Tahun dan Sarasehan Aktivistis Ekonomi Syari'ah "Evaluasi Perbankan Syari'ah sebagai Upaya Resolusi di Tengah Krisis Global" *loc.cit.*

<sup>4</sup> Undang-Undang Perbankan Syari'ah No.21 Tahun 2008, hlm 3

<sup>5</sup> <http://www.kabarindonesia.com>. Harapan & Tantangan Bank Syariah Pasca UU Perbankan Syariah, Oleh : Merza Gamal. Com. Dikutip pada tanggal 10 Februari 2009

<sup>6</sup> M. Ridwan, *Konstruksi Bank Syari'ah di Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka, SM, 2007), hlm 19

perbankan syari'ah pada akhir Desember 2008 adalah 5,2% dari total aset perbankan secara nasional. Meskipun target tersebut sulit dicapai dalam masa setahun ini, namun tidak bisa dibantah bahwa perkembangan Perbankan Syari'ah di Indonesia, akan terus melaju menuju 5% tersebut, bahkan bisa melebihi angka tersebut beberapa tahun ke depan. Hal ini terbukti bahwa keberadaan Lembaga Keuangan Syari'ah memiliki peranan penting terhadap perekonomian bangsa, meskipun market share-nya belum begitu signifikan di tengah keuangan konvensional, tetapi keberadaannya tidak bisa dipandang sebelah mata.<sup>7</sup>

Banyak pakar memprediksi bahwa persaingan industri keuangan ke depan tidak lagi di dasarkan pada sentimen apapun, kecuali didasarkan pada produk dan pelayanan yang diberikan oleh lembaga tersebut kepada konsumen (nasabah). Karena Lembaga Keuangan Syari'ah sendiri berperan sebagai penyedia jasa yang memberikan pelayanan (*service*) sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan (nasabah).<sup>8</sup>

Betapapun kondusifnya perkembangan Perbankan Syari'ah justru menjadi tantangan dan sekaligus peluang bagi Bank Syari'ah untuk dapat berbenah melakukan berbagai inovasi dalam rangka memenuhi kepuasan nasabahnya. Salah satu variabel kepuasan nasabah tersebut adalah aspek pelayanan yang berkualitas.<sup>9</sup> Salah satu dimensi aspek pelayanan yang berkualitas adalah Dimensi Reliabilitas dan juga perlunya etika pelayanan,

---

<sup>7</sup> Kuat Ismanto, *Manajemen Syari'ah "Implementasi TQM dalam Lembaga Keuangan Syari'ah"*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Cet. ke-1, 2009), hlm 2

<sup>8</sup> *Ibid*, hlm 4

<sup>9</sup> Fandi Tjiptono dan Gregorius Candra, *Service, Quality, and Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), hlm 195

jika etika pelayanannya baik akan memberikan kepuasan kepada nasabahnya dan dapat membangun hubungan kemitraan antara nasabah dan Lembaga Keuangan Syari'ah yang pada akhirnya dapat meningkatkan *market share*. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu kebijakan dalam strategi marketing untuk meningkatkan *market share* Lembaga Keuangan Syari'ah dengan meningkatkan kinerja pelayanan yang berupa kehandalan dan etika pelayanan.

Untuk mengetahui keterkaitan antara dimensi keandalan mengenai kinerja pelayanan perusahaan dengan kepuasan nasabah, berbagai penelitian telah dilakukan. Salah satunya berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ari Kristin Prasetyoningrum dalam "Pengaruh Dimensi-Dimensi Servqual Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syari'ah" terlihat bahwa skor dimensi servqual dari rata-rata *dimensi tangibel, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*, secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat signifikansi nilai T hitung pada taraf 0,000 ( $<0,05$ ) dan nilai F hitung dengan signifikansi  $<0.05$ . Dari hasil analisis statistik juga menunjukkan bahwa kelima variabel dimensi servqual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Tetapi dari kelima dimensi tersebut di atas, Variabel keandalan menduduki tingkat keempat. Hal ini disebabkan karena kurangnya kemampuan bank yang memberi pelayanan secara cepat dan praktis, kemudahan, serta keakuratan saat bertransaksi.<sup>10</sup> Reliability (keandalan) sendiri merupakan kemampuan perusahaan atau

---

<sup>10</sup> Ari Kristin P., *Pengaruh Dimensi-Dimensi Servqual Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syari'ah (Studi Pada Kantor Cabang Bank Syari'ah Kota Semarang)*, Semarang: 2008

lembaga keuangan syari'ah untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.<sup>11</sup>

Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh etika, karena etika dan pelayanan merupakan satu kesatuan yang saling berhubungan. Etika sangat diperlukan oleh Lembaga Keuangan Syari'ah sebagai badan usaha jasa untuk menyempurnakan pelayanannya, begitu sebaliknya, pelayanan itu perlu didukung oleh suatu etika atau tata krama. Karena tujuan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen/nasabah, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan atau Lembaga Keuangan Syari'ah.<sup>12</sup>

Menurut Kotler mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.<sup>13</sup> Dan hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi

---

<sup>11</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm 182

<sup>12</sup> As. Mahmoeddin, *Etiket Pelayanan Bank*, (Jakarta: PT. Toko Gunung Agung, 1996), hlm 1

<sup>13</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, jilid 1 dan 2, Terj. Benjamin Molan, (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hlm 61

harapan yang diinginkan konsumen.<sup>14</sup> Kepuasan nasabah berhubungan erat dengan keandalan produk jasa bank yang ditawarkan dan etika pelayanan yang diberikan oleh Bank. Keandalan baik dalam produk/jasa maupun etika pelayanan merupakan jaminan terbaik dalam kesetiaan nasabah. apabila keandalan dan etika pelayanannya baik, maka akan menghasilkan kepuasan nasabah.<sup>15</sup>

Dalam penelitian kali ini, penulis memilih Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) PNM BINAMA sebagai obyek penelitian karena BPRS PNM BINAMA merupakan sebuah perusahaan jasa keuangan yang sedang berkembang. Dimana lembaga pembiayaan yang didirikan pada 05 Juli 2006 ini telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Ini bisa dilihat dari pertumbuhan asetnya pada tahun awal berdirinya BPRS PNM BINAMA yang memiliki aset Rp 2 miliar, setelah selang dua tahun kemudian atau 2007 asetnya mengalami peningkatan menjadi Rp 12 miliar. Dan kini asetnya sudah mencapai Rp 25 miliar, sedangkan jumlah pembiayaannya sebesar Rp 10 miliar dengan jumlah bagi hasil sebesar 15%. Hal ini juga diikuti dengan perkembangan jumlah nasabah baik nasabah tabungan maupun nasabah deposito. Karena keberadaan BPRS PNM BINAMA yang memiliki visi menjadi bank yang terpercaya, sehat dan menguntungkan ini berharap dapat menjadi motor penggerak pemberdayaan ekonomi rakyat terutama masyarakat menengah ke bawah dalam rangka turut serta berperan untuk meningkatkan kepuasan nasabah yaitu berusaha untuk memperbaiki kualitas

---

<sup>14</sup> Fandi Tjiptono dan Gregorius Candra, *op.cit*, hlm 192

<sup>15</sup> Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Cet. ke-1, 2002), hlm 229

sumber daya insani melalui keandalan karyawan melayani nasabah dan etika karyawan dalam melayani nasabah, agar mutu layanan kepada para nasabah semakin baik (*service excellent*), memperluas jaringan kantor, meningkatkan Ilmu Teknologi dengan menerapkan layanan *online* antar kantor, serta meningkatkan implementasi *good corporate governance* sehingga kepercayaan masyarakat semakin besar kepada BPRS PNM BINAMA.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkatnya dalam sebuah penelitian dengan judul **"Pengaruh Dimensi Reliabilitas Dan Etika Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) PNM BINAMA Semarang "**.

## **B. Penegasan Istilah**

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami arti dari beberapa istilah dalam judul penelitian ini, maka penulis perlu memberikan pengertian dan batasan masalah yang terdapat pada judul sebagai berikut :

### **1. Pengaruh**

Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari suatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi III, (Jakarta: 2005, Balai Pustaka), hlm 849

## 2. Dimensi Reliabilitas

Dimensi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah ukuran.<sup>17</sup> Sedangkan Reliability (keandalan) adalah kemampuan perusahaan atau Lembaga Keuangan Syariah untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.<sup>18</sup>

Sedangkan keandalan menurut Parasuraman yang dikutip Wisnalmawati mencakup kemampuan untuk memenuhi janji pelayanan secara cepat dan akurat.<sup>19</sup>

## 3. Etika Pelayanan

Menurut Kasmir mendefinisikan etika adalah tindakan mengatur tingkah laku atau perilaku manusia dalam bermasyarakat.<sup>20</sup> Sedangkan pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.<sup>21</sup>

## 4. Kepuasan Nasabah

kepuasan menurut Kotler adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.<sup>22</sup> Sedangkan

---

<sup>17</sup> *Ibid*, hlm 265

<sup>18</sup> Rambat Lupiyoadi, *loc.cit.*

<sup>19</sup> Wisnalmawati, *Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Niat Pembelian Ulang*, 2005, hlm 155

<sup>20</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, ( Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm 80

<sup>21</sup> *Ibid*, hlm 26

<sup>22</sup> Philip Kotler, *loc.cit.*

nasabah ialah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.<sup>23</sup>

### **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat diketahui pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh dimensi reliabilitas (keandalan) terhadap kepuasan nasabah pada BPRS PNM BINAMA Semarang?
2. Bagaimana pengaruh etika pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BPRS PNM BINAMA Semarang?
3. Bagaimana dimensi reliabilitas dan etika pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada BPRS PNM BINAMA Semarang?

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh reliabilitas (keandalan) terhadap kepuasan nasabah pada BPRS PNM BINAMA Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh etika pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BPRS PNM BINAMA Semarang.

---

<sup>23</sup> *Ibid*, hlm 123

3. Untuk menguji simultan mengenai dimensi reliabilitas (keandalan) dan etika pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BPRS PNM BINAMA Semarang.

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Untuk mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan dari ekonomi konvensional ke dalam ilmu ekonomi Islam dengan memasukkan indikator-indikator Islam dalam penelitian ini.
2. Dapat memberikan bukti empiris ada tidak pengaruh reliabilitas (keandalan) dan etika pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
3. Dapat memberikan kontribusi pada praktisi, terutama terkait dengan pengembangan BPRS.

#### **E. Kajian Pustaka**

Berangkat dari latar belakang dan pokok permasalahan, maka kajian ini akan memusatkan penelitian tentang Pengaruh Reliabilitas (Keandalan) dan Etika Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. Untuk menghindari kesamaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu, penulis memberikan gambaran beberapa karya atau penelitian yang ada relevansinya, antara lain:

Pertama: Alida Paliati (2004) dengan judul “Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Wilayah Etnik Bugis”. Namun penelitian ini, peneliti mengukur pengaruh tingkat kepuasan pada dua tingkat harapan pelanggan. Dalam hal ini tingkat harapan

yang di maksud adalah harapan adequate (nilai yang diterima sama dengan cukup) dan harapan desired (sama dengan yang diinginkan). Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Tingkat kepuasan adequate nasabah tabungan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah kepada bank. Namun demikian secara rata-rata nasabah telah cukup puas dengan kinerja bank. yang di tunjukkan dari nilai rata-rata dari semua variabel indikator (tingkat suku bunga; fungsi alat transaksi; alat pemindahbukuan keuangan; multiguna produk tabungan; kemudahan, kecepatan; profesionalisme; kenyamanan; informasi; hubungan/relasional; hadiah; citra usaha, yang diberikan oleh bank.

Kedua: Wisnalmawati (2005) dengan judul "Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Niat Pembelian Ulang". Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel reliability yang merupakan kemampuan untuk memenuhi janji pelayanan secara cepat dan tepat, seperti ketelitian kasir melayani pelanggan, daya tanggap seluruh karyawan membantu konsumen berbelanja dan kemampuan karyawan menguasai penempatan produk, merupakan variabel yang dinilai nasabah pada Swalayan Mirota Kampus di Gejayan Yogyakarta sebagai hal yang dianggap paling penting dan mempunyai pengaruh yang paling signifikan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Ketiga: Ari Kristin Prasetyoningrum, SE, M.Si, dengan judul "Pengaruh Dimensi-Dimensi Servqual terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah". Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa score

kepuasan nasabah terhadap service quality dari rata-rata dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Keempat: Muhammad Arif Rahman (2007) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Pembiayaan Syariah di FIF Kudus” Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (kehandalan produk, bentuk fisik produk, kemudahan pelayanan, kecepatan pelayanan) terhadap variabel dependen keputusan menggunakan jasa pembiayaan syariah, yang sangat berpengaruh secara signifikan dalam penelitian ini adalah bentuk fisik produk, kecepatan pelayanan, kemudahan pelayanan, sedangkan kehandalan produk tidak signifikan karena tingkat probabilitasnya di atas 5%.

#### **F. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kausalitas artinya tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh dimensi reliability (keandalan) dan etika pelayanan terhadap kepuasan nasabah, sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif.

## 1. Waktu dan Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data tentang pengaruh dimensi reliabilitas dan etika pelayanan terhadap kepuasan nasabah, maka penelitian ini dilakukan pada :

Waktu penelitian : 27 Juli 2009 sampai dengan 06 Agustus 2009

Tempat penelitian: Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) PNM  
BINAMA Semarang.

## 2. Jenis dan Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari pihak pertama. Data ini dapat diperoleh melalui wawancara, observasi, dan yang lainnya.<sup>24</sup> Data dapat diperoleh dari pengurus BPRS. Dengan kata lain data ini merupakan murni yang diperoleh dari hasil lapangan.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara atau dapat diperoleh dari literatur yang berhubungan dengan penelitian seperti buku, media, jurnal penelitian terdahulu, dan media lain.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991) hlm 87

<sup>25</sup> Nur Indrianto, dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, Cet. ke-2, 2002), hlm 146-147

### 3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu.<sup>26</sup> Jumlah nasabah keseluruhan pada BPRS BINAMA Semarang adalah 800 nasabah. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah 488 nasabah dari nasabah yang aktif ke BPRS BINAMA Semarang artinya nasabah yang menggunakan jasa BPRS dalam tiga bulan terakhir sebanyak 1-4 kali transaksi.

#### b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari penelitian yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi.<sup>27</sup> Untuk mencari jumlah sampel penelitian peneliti menggunakan teknik *random sampling* artinya peneliti mengambil 10-15% dari jumlah populasi.<sup>28</sup>

Dalam teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan Sampling Insidental (*accidental sampling*) merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti pada objek penelitian yaitu pada Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) PNM

---

<sup>26</sup> *Ibid*, hlm 115

<sup>27</sup> Umar Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm 146

<sup>28</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hlm 134

BINAMA Semarang.<sup>29</sup> dimana responden yang dijadikan objek penelitian adalah nasabah yang mudah ditemui. Sehingga responden yang dapat diteliti sebanyak 48,8 nasabah dibulatkan menjadi 50 nasabah.

#### 4. Metode Pengumpulan Data

Dalam usaha memperoleh data yang dapat dipercaya kebenarannya, maka model pengumpulan data yang dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### a. Observasi

Yaitu proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.<sup>30</sup> Metode ini penulis gunakan untuk mendapatkan data melalui pengamatan langsung terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki meliputi keandalan dalam pelayanan dan etika pelayanan dan data-data lain yang diperlukan.

##### b. Interview / wawancara

Yaitu sebuah dialog antara dua orang atau lebih yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara secara langsung.<sup>31</sup> Dalam melakukan interview,

---

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*, (Bandung: CV.Alfabeta, Cet. ke-14, 2006), hlm 2006

<sup>30</sup> Nur Indrianto, dan Bambang Supomo, *op.cit*, hlm 157

<sup>31</sup> Suharsimi Arikunto, *op.cit*, hlm 155

pewawancara membawa pedoman yang hanya garis besarnya tentang hal-hal yang ditanyakan.

c. Kuesioner atau Angket

Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal yang ia ketahui.<sup>32</sup>

Untuk memudahkan dalam menganalisis data, maka variabel yang digunakan diukur dengan mempergunakan model skala 5 tingkat (likert) yang memungkinkan nasabah dapat menjawab pertanyaan dari setiap butir yang di dalamnya menguraikan dimensi reliabilitas, etika pelayanan dan kepuasan nasabah dengan bentuk penilaian sebagai berikut:

Tabel 1.1. Skor Jawaban

Skala Penilaian Dimensi Reliabilitas dan Etika Pelayanan	Skala penilaian Kepuasan Nasabah
5 = Sangat setuju (ST)	5 = Sangat Puas (SP)
4 = Setuju (S)	4 = Puas (P)
3 = Netral (N)	3 = Netral (N)
2 = Tidak setuju (TS)	2 = Tidak puas (TP)
1 = Sangat tidak setuju (STS)	1 = Sangat tidak puas (STP)

---

<sup>32</sup> *Ibid*, hlm 225

#### d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, jurnal, dan sebagainya.<sup>33</sup> Dalam penelitian ini metode dokumentasi digunakan untuk mengetahui sejarah berdirinya BPRS PNM BINAMA, Produk-produk BPRS PNM BINAMA, Prosedur simpanan dan pembiayaan BPRS PNM BINAMA, struktur organisasi BPRS PNM BINAMA, dan jumlah nasabah BPRS PNM BINAMA Semarang.

#### 5. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi yang memberikan pada suatu variabel atau dengan cara memberikan arti atau menspesifikkan kegiatan ataupun membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel penelitian tersebut.

Variabel penelitian adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik penelitian.<sup>34</sup> Obyek penelitian yang dimaksud adalah dimensi reliabilitas, etika pelayanan dan kepuasan nasabah. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu variabel independent (X) yang terdiri dari dimensi reliability dan etika pelayanan. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah kepuasan nasabah.

---

<sup>33</sup> *Ibid*, hlm 231

<sup>34</sup> *Ibid*, hlm 99

Adapun definisi operasional dan indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Dimensi Reliability (keandalan) (X1)

Dimensi Reliability (keandalan) yaitu kemampuan untuk memenuhi janji pelayanan secara cepat dan akurat. (Ari Kristin, 2008). Adapun indikatornya adalah:

- 1) Keandalan petugas layanan menangani transaksi
- 2) Ketepatan petugas layanan memenuhi janji
- 3) Akurasi petugas layanan mencatat transaksi
- 4) Tanggap terhadap keluhan
- 5) Kesungguhan petugas layanan

b. Variabel Etika Pelayanan (X2)

Etika Pelayanan yaitu Kemampuan melayani nasabah dengan etika yang baik untuk memuaskan nasabah. (Hermawan Kertajaya, 2006). Adapun indikatornya adalah:

- 1) Berperilaku baik dan simpatik (Shidq)
- 2) Bersikap melayani dan rendah hati (Khidmah)
- 3) Jujur dan terpercaya (Al-Amanah)

c. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi kesesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. (Alida Paliati, 2004)

Adapun indikator kepuasan nasabah sebagai berikut:

- 1) Fasilitas
- 2) Produk (jasa)
- 3) Pelayanan
- 4) Image/Citra Usaha

## 6. Teknik Analisis Data

### a. Uji Instrumen

#### 1. Validitas

Validitas berarti kesucian alat ukur dengan apa yang hendak di ukur, artinya alat ukur yang digunakan dalam pengukuran dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Jadi, validitas adalah seberapa jauh alat dapat mengukur hal atau subjek yang ingin di ukur. Uji validitas disini untuk mengukur antara skor butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel.

Dalam pengujian validitas instrumen pada penelitian ini digunakan analisa butir. Cara pengukuran analisa butir tersebut adalah mengkorelasikan skor butir dengan skor total dengan rumus *product moment*, yaitu :

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

Keterangan :

R = Koefisien korelasi

N = Jumlah subyek atau responden

X = Skor butir

Y = Skor total <sup>35</sup>

Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* (df) =  $n-2$ . dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Apabila  $r_{hitung}$  (untuk r tiap butir) dapat dilihat pada kolom *corrected item - total correlation* lebih besar dari  $r_{tabel}$  dari nilai r positif maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.<sup>36</sup>

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya. Reliabilitas adalah seberapa jauh konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama.<sup>37</sup> Untuk menguji reliabilitas digunakan teknik *croanbach alpa* > 0,60

Untuk menilai reliabel tidaknya suatu instrument dilakukan dengan mengkonsultasikan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen dinyatakan reliabel dan apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

---

<sup>35</sup> Suharsimi Arikunto, *op.cit*, hlm 170

<sup>36</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*, Ed. 3, (Semarang: Penerbit Undip, 2005), hlm 45

<sup>37</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Akasara, Cet. ke-2, 2006), hlm 15

## b. Analisis Deskriptif Presentase

Metode ini digunakan untuk mengkaji variabel yang ada pada penelitian yaitu dimensi reliabilitas dan etika pelayanan terhadap kepuasan nasabah, adapun rumusnya adalah :

$$\% = \frac{n}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

n = Jumlah skor yang diharapkan

N = Jumlah skor yang diperoleh

% = Nilai presentase atau hasil.<sup>38</sup>

## c. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.<sup>39</sup>

### 2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.<sup>40</sup>

### 3. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas

<sup>38</sup> Muhammad Ali, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Angkasa, 1994), hlm

<sup>39</sup> Imam Ghazali, *op.cit*, hlm 110

<sup>40</sup> *Ibid*, hlm 91

sehingga mempengaruhi. Untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi atau tidak dapat digunakan pendekatan *Durbin Watson test*.<sup>41</sup>

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.<sup>42</sup>

#### d. Analisis Regresi Berganda

Analisa ini digunakan untuk mengetahui atau mengukur pengaruh dimensi reliability (keandalan) dan etika pelayanan dengan kepuasan nasabah yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematik:

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

Dimana: Y = Kepuasan nasabah

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = Dimensi Reliabilitas

X<sub>2</sub> = Etika Pelayanan

#### e. Uji Statistik

##### 1. Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)

Adalah angka yang menunjukkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. R<sup>2</sup> mampu

<sup>41</sup> Husain Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm

<sup>42</sup> Imam Ghazali, *op.cit*, hlm 105

memberikan informasi mengenai variasi nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi yang digunakan. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

## 2. Uji F

Uji signifikansi parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikansi dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F. Kesimpulan diambil dengan melihat signifikansi ( $\alpha$ ) dengan ketentuan:

$\alpha > 5\%$  : tidak mampu menolak  $H_0$

$\alpha < 5\%$  : menolak  $H_0$

## 3. Uji parsial

Hasil uji signifikansi parameter parsial bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara individu berpengaruh terhadap nilai dependen. Hasil uji signifikansi dan parameter individual

dilakukan dengan uji statistik t. Kesimpulan diambil dengan melihat signifikansi ( $\alpha$ ) dengan ketentuan:<sup>43</sup>

$\alpha > 5\%$  : tidak mampu menolak  $H_0$

$\alpha < 5\%$  : menolak  $H_0$

### G. Sistematika Penulisan Skripsi

Skripsi yang penulis susun ini terdiri dari lima bab, dimana masing-masing bab menjadi beberapa sub bab. Adapun garis besar sistematika skripsi adalah sebagai berikut:

1. Bagian awal berisi : halaman judul, persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, persembahan, deklarasi, abstrak, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar.
2. Bagian inti berisi: Pada bagian ini terdiri dari lima bab yang masing-masing terdiri dari beberapa sub bab dengan susunan sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, kajian pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II : Tinjauan tentang Dimensi Reliabilitas (keandalan) dan Etika Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. Sub bab yang pertama tentang Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah. Sub bab kedua

---

<sup>43</sup> Al-Ghifari, *Analisis Regresi Edisi II*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm 80-81

tentang Dimensi Reliabilitas (Keandalan) meliputi; pengertian Dimensi Reliabilitas (Keandalan), Keandalan dalam Perspektif Islam. Sub bab ketiga tentang Etika Pelayanan meliputi; Pengertian Etika Pelayanan, Manfaat Etika Pelayanan, Etika Pelayanan dikaji dengan Nilai Islam, Sub bab keempat tentang Kepuasan Nasabah meliputi; Pengertian Kepuasan Nasabah, Cara Mengukur Kepuasan Nasabah, Harapan dan Kepuasan Nasabah, Konsep Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Islam. Sub bab kelima tentang Model Penelitian dan Kerangka Pemikiran Teoritis. Sub bab keenam tentang Pengujian Hipotesis.

Bab III : Deskripsi Objek Penelitian, yang meliputi empat sub bab. Sub bab pertama membahas tentang gambaran umum Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) PNM BINAMA Semarang. Sub bab kedua membahas tentang produk-produk BPRS PNM BINAMA. Sub bab ketiga membahas tentang prosedur simpanan dan pembiayaan BPRS PNM BINAMA Semarang. Sub bab keempat membahas tentang struktur organisasi BPRS PNM BINAMA Semarang.

Bab IV : Analisis Data dan Pembahasan, yang meliputi enam sub bab. Sub bab pertama membahas tentang pengujian validitas dan reliabilitas. Sub bab kedua membahas tentang deskripsi data hasil penelitian yang meliputi: deskripsi responden (nasabah),

deskripsi variabel dimensi reliabilitas, etika pelayanan dan kepuasan nasabah. Sub bab ketiga membahas tentang hasil uji asumsi klasik. Sub bab keempat membahas tentang hasil analisis regresi berganda. Sub bab kelima membahas tentang hasil uji statistik. Sub bab keenam membahas tentang pembahasan hasil penelitian.

Bab V : Penutup yang terdiri dari kesimpulan, saran-saran dan penutup.

3. Bagian akhir yang terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup penulis.