

**PENGARUH DIMENSI CARTER DALAM KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA BRI SYARIAH KCP PURWODADI**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1

dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh :

Nurida Fauzia

NIM : 1705036146

**S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar
Hal : Persetujuan Pembimbing
An. Sdr. Nurida Fauzia

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr.Wb

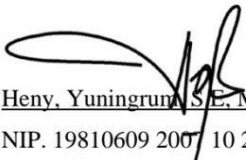
Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, Bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Nurida Fauzia
NIM : 1705036146
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : ***“Pengaruh Dimensi CARTER dalam Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada BRI Syariah KCP Purwodadi”***

Dengan ini kami mohon kiranya agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

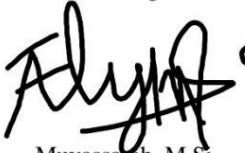
Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing I


Heny, Yuningrum, S.E., M.Si.
NIP. 19810609 2007 10 2005

Semarang, 24 Agustus 2021

Pembimbing II


Muyassarah, M.Si.
NIDN. 2029047101



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.Prof DR.HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Nurida Fauzia
NIM : 1705036146
Judul : ***“Pengaruh Dimensi CARTER dalam Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada BRI Syariah KCP Purwodadi”***

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup baik, pada tanggal :

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata I tahun akademik 2020/2021.

Ketua Sidang

Irma Istiariani, S.E, M.Si

NIP. 19880708 2019 03 2013

Penguji I

Fita Nurotul Faizah, M.E

NIP. 19940503 2019 03 2026

Pembimbing I

Heny Yuningrum, S.E, M.Si

NIP. 19810609 2007 10 2005



Semarang, 30 September 2021

Sekretaris Sidang

Muyassarrah, M.Si

NIDN. 2029047101

Penguji II

Mashilal, S.E.I, M.Si

NIP. 19840516 2019 03 1005

Pembimbing II

Muyassarrah, M.Si

NIDN. 2029047101

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 6)

حَسْبُنَا اللَّهُ وَنِعْمَ الْوَكِيلُ

“Cukuplah Allah (menjadi penolong) bagi kami dan Dia sebaik-baik pelindung”

(QS. Ali Imran: 173)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat, taufiq, hidayah serta inayahNya kepada kami. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang telah kita nanti-nantikan syafaatnya di yaumul akhir. Dengan segala niat, usaha, doa serta dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan rasa bangga dan ketulusan hati, karya yang tentunya jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua penulis Bapak Safi' Alhadi dan Ibu Hidayati, terimakasih atas segala ketulusannya mencintai, mensupport, tak pernah lepas mendoakan kesuksesan penulis. Semoga Allah senantiasa memberikan kesehatan, dan keselamatan dunia akhirat.
2. Adikku tersayang Zahwa Dania serta sanak saudara, yang selalu mendoakan serta memberi semangat kepada penulis, terimakasih banyak.
3. Kedua dosen pembimbing yang sangat luar biasa baiknya Ibu Heny Yuningrum dan Ibu Muyassarah, yang dengan sabar telah membimbing penulis dan selalu memberikan yang terbaik untuk penulis, terimakasih banyak semoga Allah membalas semua kebaikan dan jasa-jasa Ibu.
4. Untuk semua pihak yang pernah memberi arti dalam kehidupan penulis, teman-teman S1 Perbankan Syariah angkatan 2017, khususnya kelas PBAS-D serta teman-teman penulis baik seperjuangan maupun tidak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih banyak telah menjadi orang baik dalam hidup penulis.
5. Terakhir untuk semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

DEKLARASI

Penulis dengan ini menyatakan bahwa hasil karya ilmiah yang berupa skripsi ini ditulis dengan penuh kejujuran dan rasa tanggungjawab. Skripsi ini asli dan belum pernah ditulis atau diterbitkan oleh siapapun. Informasi dan hasil skripsi ini juga berasal dari pemikiran penulis, terkecuali mengenai informasi yang terdapat dalam referensi yang kemudian dijadikan sebagai bahan rujukan.

Semarang, 24 Agustus 2021

Deklarator



Nurida Fauzia

NIM. 1705036146

PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB-LATIN

Transliterasi merupakan suatu pengalihan antara jenis huruf ke jenis huruf lainnya. Pada umumnya terdapat banyak istilah Arab dalam skripsi, baik berupa nama orang, jenis buku, nama lembaga dan berbagai istilah lainnya yang tertulis menggunakan huruf Arab dan kemudian diterjemahkan dengan huruf latin. Oleh karena itu, dalam skripsi ini diperlukan adanya Transliterasi yang menjadikan hal penting dalam penulisan. Untuk menjamin konsistensi tersebut ditetapkan suatu pedoman transliterasi sebagai berikut :

A. Konsonan

ء = a	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = ‘	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

- َ = a
- ِ = i

- ُ = u

C. Diftong

اِي = ay

او = aw

D. Syaddah (ّ-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطّب *al-thibb*.

E. Kata Sandang (.....ال)

Kata Sandang (.....ال) ditulis dengan *al-.....* misalnya الصّناعة = *alshina'ah*. *Al-* ditulis huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta Marbutah' (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan "h" misalnya المعيشة الطبيعيّة = *alma'isyah al-thabi'iyah*

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of the CARTER dimension in service quality on customer satisfaction levels of BRI Syariah KCP Purwodadi. This study used quantitative research method. Meanwhile, the data used in this study was primary data by collecting questionnaire data method used a Likert measurement scale and interview. In this study, the sample studied was 50 customers. In analyzing the data, the researcher used multiple linear regression analysis by using the SPSS version 25 program.

The results of the analysis obtained from this study indicated that Compliance (X_1) has a positive and significant effect on customer satisfaction. Judging from the t-test with a significance of $0.043 < 0.05$, with a t-count value of 2.082. Assurance (X_2) has a positive and significant effect on customer satisfaction. Judging from the t-test with a significance of $0.012 < 0.05$, with a t-count value of 2.631. Reliability (X_3) has a positive and significant effect on customer satisfaction. Judging from the t-test with a significance of $0.023 < 0.05$, with a t-count value of 2.356. Tangible (X_4) has a positive and significant effect on customer satisfaction. Judging from the t test with a significance of $0.009 < 0.05$, with a t count value of 2.735. Empathy (X_5) has a positive and significant effect on customer satisfaction. Judging from the t-test with a significance of $0.000 < 0.05$, with a t-count value of 4.217. Responsiveness (X_6) has a positive and significant effect on customer satisfaction. Judging from the t-test with a significance of $0.018 < 0.05$, with a t-count value of 2.469.

Keywords: Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, Responsiveness, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi CARTER dalam kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Purwodadi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sementara itu, data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dengan metode pengumpulan data kuesioner (angket) menggunakan skala pengukuran Likert dan wawancara. Pada penelitian ini sampel yang diteliti adalah sebanyak 50 nasabah. Dalam menganalisis data penulis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25.

Hasil analisis yang diperoleh dari penelitian ini, menunjukkan bahwa *Compliance* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari uji t dengan signifikansi $0,043 < 0,05$, dengan nilai t hitung sebesar 2,082. *Assurance* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari uji t dengan signifikansi $0,012 < 0,05$, dengan nilai t hitung sebesar 2,631. *Reliability* (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari uji t dengan signifikansi $0,023 < 0,05$, dengan nilai t hitung sebesar 2,356. *Tangible* (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari uji t dengan signifikansi $0,009 < 0,05$, dengan nilai t hitung sebesar 2,735. *Empathy* (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari uji t dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, dengan nilai t hitung sebesar 4,217. *Responsiveness* (X_6) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari uji t dengan signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$, dengan nilai t hitung sebesar 2,469.

Kata kunci: *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, Responsiveness*, Kepuasan Nasabah.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat yang telah Allah berikan kepada penulis. Tiada kekuatan kecuali berasal dari Allah SWT. Sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah yang berupa skripsi ini dengan judul “Pengaruh Dimensi Carter Dalam Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bri Syariah Kcp Purwodadi”. Shalawat serta salam senantiasa kita haturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang kita nanti-nantikan syafaatnya di yaumul akhir.

Karya ilmiah yang berupa skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Penulis sangat menyadari bahwa dalam proses penyelesaian skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya dukungan, bantuan, arahan serta doa dari berbagai pihak yang menjadi bagian dalam penusunan skripsi ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya dalam kesempatan kali ini dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan rasa terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah , M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Heny Yuningrum, S.E, M.Si. selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, selaku Dosen Wali serta Dosen Pembimbing I dan Muyassarah, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang serta selaku Dosen Pembimbing II.
4. Bapak dan Ibu Dosen program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama masa perkuliahan sebagai bekal untuk masa depan.
5. Sahabat-sahabat semua dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah berpartisipasi dan memberikan dukungan serta doanya.

6. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu, memberikan dukungan dan saran hingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT dapat membalas dengan kebaikan dan pahala yang berlipat ganda. Penulis sadar bahwa dalam penulisan karya ilmiah berupa skripsi ini tentunya auh dari kata sempurna baik dari segi bahasa, penulisan, isi maupun analisisnya, oleh karena itu, penulis meminta maaf atas segala kekurangan tersebut. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Semarang, 24 Agustus 2021

Hormat Penulis,



Nurida Fauzia

NIM.1705036146

DAFTAR ISI

COVER	0
PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
DEKLARASI.....	v
TRANSLITERASI.....	vi
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Kualitas Pelayanan	8
2.1.1. Kualitas Pelayanan.....	8
2.1.2. Kualitas.....	8
2.1.3. Pelayanan.....	9
2.1.4. Karakteristik Pelayanan.....	10
2.1.5. Etiket Pelayanan Nasabah.....	11
2.1.6. Kualitas Pelayanan Jasa Bank.....	11
2.1.7. Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa (CARTER).....	12
2.2. Kepuasan Nasabah.....	20
2.2.1. Kepuasan Nasabah.....	20
2.2.2. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	21

2.2.3.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	22
2.2.4.	Kepuasan Nasabah dan Kualitas Jasa	24
2.3.	Bank Syariah	25
2.3.1.	Definisi Bank Syariah.....	25
2.3.2.	Tujuan dan Fungsi Bank Syariah.....	26
2.4.	Penelitian Terdahulu.....	26
2.5.	Kerangka Pemikiran Teoritik.....	Error! Bookmark not defined.
2.6.	Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		32
3.1.	Jenis dan Sumber data.....	32
3.2.	Populasi dan Sampel.....	32
3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4.	Variabel Pengukuran dan Pengukuran.....	33
3.4.1.	Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2.	Pengukuran Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.3.	Definisi Operasional Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5.	Teknik Analisis Data.....	38
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		42
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.1.1	Profil Bank BRI Syariah	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.	Visi dan Misi BRI Syariah.....	43
4.1.3.	Struktur Organisasi PT Bank BRI Syariah KCP Purwodadi Tahun 2021.....	43
4.1.4	Produk BRI Syariah.....	46
4.2.	Karakteristik Responden	47
4.2.1	Jenis Kelamin Responden.....	47
4.2.2	Usia Responden.....	48
4.2.3	Pekerjaan Responden.....	48
4.2.4	Lama Responden Menjadi Nasabah BRI Syariah KCP Purwodadi	49
4.3.	Pengujian dan Hasil Analisis Data	50
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.3.4	Uji Hipotesis.....	60

4.3.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	63
4.4. Pembahasan Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
4.4.1 Pengaruh <i>Compliance</i> terhadap Kepuasan Nasabah	63
4.4.2 Pengaruh <i>Assurance</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	64
4.4.3 Pengaruh <i>Reliability</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	65
4.4.4 Pengaruh <i>Tangible</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	65
4.4.5 Pengaruh <i>Empathy</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	66
4.4.6 Pengaruh <i>Responsiveness</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	66
BAB V.....	Error! Bookmark not defined.
5.1. Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator Pengungkapan <i>Compliance</i> pada BRI Syariah	15
Tabel 2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Skala Penilaian Likert	34
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Compliance</i>	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Assurance</i>	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Reliability</i>	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Tangible</i>	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Empathy</i>	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Responsiveness</i>	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	57
Tabel 4.15 Hasil Uji Glejser	58
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.17 Hasil Uji T-test.....	61
Tabel 4.18 Hasil Uji F-test.....	62
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	63
Tabel 4.20 Hasil Pengukuran <i>Compliance</i> pada BRI Syariah	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ringkasan Kinerja BRISyariah	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritik	30
Gambar 4.1 Grafik P-Plot	56
Gambar 4.2 Grafik ScatterPlot	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	73
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	77
Lampiran 3 Data Pengungkapan <i>Compliance</i> pada BRI Syariah	86
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	88
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	91
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas.....	93
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinieritas	94
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	94
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	95
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis	95
Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	96
Lampiran 12 Surat Permohonan Izin Penelitian	97
Lampiran 13 Surat Penelitian	98

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peranan lembaga keuangan sangat penting dalam perputaran roda perekonomian suatu negara. Karena aktivitas perekonomian masyarakat sehari-hari tidak terlepas dari lembaga keuangan. Lebih-lebih di era globalisasi saat ini, masyarakat banyak menggunakan jasa layanan bank dalam kegiatan perekonomian. Kebutuhan masyarakat terhadap bank tidak hanya terbatas pada penyimpanan dan penyaluran dana, tetapi juga terhadap pelayanan jasa lainnya yang ditawarkan oleh bank. Oleh karena itu, pemerintah harus mengoptimalkan pembangunan lembaga-lembaga keuangan khususnya bank.

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, definisi bank ialah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹ Bank memiliki dua fungsi pokok, yang pertama sebagai penghimpun dana yang didapatkan dari masyarakat yang kedua sebagai penyalur dana kepada masyarakat, maka dari itu diberi sebutan *financial intermediary*.² Sekarang ini Perbankan di Indonesia sedang diramaikan oleh adanya bank syariah. Hal ini didukung dengan mayoritas penduduk di Indonesia adalah Muslim, di mana sistem perbankan atau sistem perekonomian berharap untuk menerapkan sistem yang berbasis syariah (*Islamic economic system*) dalam berbagai jenis bisnis maupun transaksi kehidupan.³ Berdirinya bank syariah dapat dijadikan sebagai peluang bagi umat Islam karena jasa bank dapat dimanfaatkan lebih maksimal. Hal ini dikarenakan sistem pada perbankan syariah dikembangkan berdasarkan syariah (hukum) Islam.⁴

Berdasarkan pada Statistik Perbankan Syariah tahun 2019 oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan), jumlah jaringan kantor individual perbankan Syariah mencapai 2.753 unit tersebar di seluruh Indonesia, yang terdiri dari: 480 Kantor Pusat Operasional (KPO)/Kantor Cabang (KC) pada Bank Umum Syariah, 160 Kantor Pusat

¹ Ismail, "Perbankan Syariah", (Jakarta: Kencana, 2011), h.30

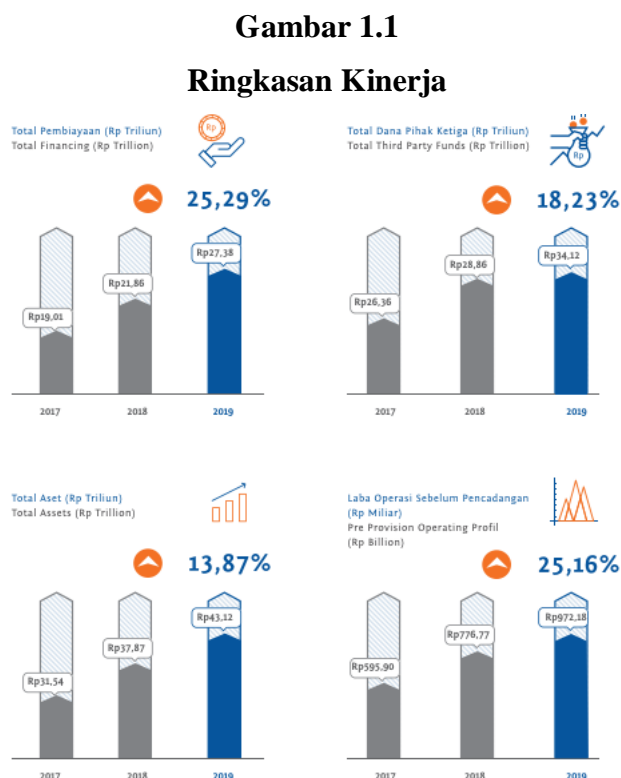
² *Ibid*, h.30-31

³ Muyassarrah, "Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban Di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara", Jurnal Lpmp Imperium, Vol.1, No.3, 2019, h.70

⁴ Nina Indah Febriana, "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung", jurnal An-Nisbah, Vol. 3, No.1, 2016, h.146

Operasional (KPO)/Kantor Cabang (KC) pada Unit Usaha Syariah, 167 Kantor Pusat Operasional (KPO)/Kantor Cabang (KC) pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. 1.243 Kantor Cabang Pembantu (KCP)/Unit Pelayanan Syariah (UPS) pada Bank Umum Syariah, 159 Kantor Cabang Pembantu (KCP)/Unit Pelayanan Syariah (UPS) pada Unit Usaha Syariah. 196 Kantor Kas (KK) pada Bank Umum Syariah, 62 Kantor Kas (KK) pada Unit Usaha Syariah, dan 286 Kantor Kas (KK) pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.⁵ Semakin banyak jumlah bank syariah di Indonesia tentu mengakibatkan persaingan yang semakin ketat, khususnya persaingan kualitas pelayanan untuk mencapai kepuasan nasabah pada BRI Syariah.

PT Bank BRI Syariah Tbk merupakan hasil dari akuisisi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk kepada Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007. Sebagai bank ritel modern terkemuka BRI Syariah hadir dengan beragam layanan dan kemudahan dijangkau dalam memenuhi kebutuhan nasabah. BRI Syariah selalu mengupayakan yang terbaik untuk nasabahnya serta semua mitra kerjanya.⁶ Kinerja pada PT Bank BRISyariah Tbk dari tahun 2017-2019 semakin meningkat, dapat dilihat dari gambar ringkasan kinerja berikut ini:



Sumber: *Annual Report BRIS 2019*

⁵ <http://www.ojk.go.id/Statistik-Perbankan-Syariah-Desember-2019>, diakses pada 24 September 2021 pukul 15.28

⁶ *Annual Report BRI Syariah, h.38*

Layanan didefinisikan sebagai suatu tindakan atau kegiatan yang diberikan oleh pihak satu terhadap pihak lainnya, pada intinya tindakan tersebut tidak berwujud dan tidak memberikan perubahan kepemilikan. Layanan akan dikatakan baik apabila dapat memahami keinginan konsumennya dan selalu berusaha memberikan tindakan-tindakan yang semakin baik kepada konsumen.⁷ Definisi kualitas pelayanan yaitu tingkat kelebihan yang diinginkan dan pengelolaan atas tingkat kelebihan tersebut untuk memuaskan konsumen. Kualitas layanan bisa dilihat dengan membandingkan tanggapan konsumen terhadap layanan suatu perusahaan yang sesuai antara yang diterima dengan yang diinginkan.⁸ Jadi kesimpulannya kualitas pelayanan suatu perusahaan ialah sejauh mana perusahaan tersebut memiliki kemampuan memenuhi tingkat keinginan para pelanggannya.⁹

Peningkatan kualitas pelayanan pada bank dapat dilakukan dengan cara yaitu memenuhi keinginan atau harapan nasabah. Kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah dapat diukur dengan dimensi CARTER, yaitu salah satu model pengukuran kualitas pelayanan yang dijelaskan oleh Abdul Qawi Othman dan Lyn Owen dalam penelitiannya di KFH (*Kuwait Finance House*) pada tahun 2001. Dimensi CARTER merupakan modifikasi dari dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) yang dielaskan oleh Parasuraman, Zeithmal dan Berry pada tahun 1985. Awalnya ketiga peneliti tersebut berhasil menemukan 10 faktor yang digunakan nasabah dalam memberi penilaian dalam kualitas jasa, antara lain: *aces*, *communication*, *competence*, *courtesy*, *credibility*, *reliability*, *responsiveness*, *security*, *understanding* dan *tangibles*. Lalu pada tahun 1998 Parasuraman melakukan penelitian pada *focus grup* yang berhasil mengelompokkan 10 faktor penilaian kualitas pelayanan menjadi lima dimensi, yaitu: *tangibles*, *reliabilitas*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*.¹⁰ Dari dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) yang dikemukakan oleh Parasuraman dkk, Othman dan Owen memodifikasi dengan menambahkan satu dimensi yaitu *compliance* yang dikenal dengan *compliance with Islamic law* (kepatuhan terhadap hukum Islam), *which means the ability to fulfill with Islamic law and operate under the principles of Islamic banking and economy*. Kepatuhan yang berarti kemampuan

⁷ Mansur Azis, "Perbandingan Kualitas Layanan Antara Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Ditinjau Dari Kepuasan Nasabah Di Kabupaten Pacitan", *jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.1, No.2, 2018, h.88

⁸ Heny Yuningrum, Muyassarah, Risma Dewi Astuti, "Effect Of Service Quality, Product Quality And Trust In Customer Satisfaction (Case Study At Bank BRI Syariah KCP Kendal)", *jurnal AL-ARBAH*, Vol.2, No.2, 2020, h.24

⁹ Febriana, "Analisis...", h.150-151

¹⁰ Farida Jasfar, "Manajemen Jasa", (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), h.51

untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip perbankan Syariah dan ekonomi.¹¹ Dengan begitu dimensi CARTER dapat diterapkan untuk mengukur kualitas pelayanan pada lembaga-lembaga Syariah.

Menurut Andi usaha untuk lebih mengembangkan kualitas merupakan langkah agar mampu mencapai keunggulan. Peningkatan kualitas dapat dilakukan sebagai upaya untuk meningkatnya loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan didapat jika mampu memenuhi kualitas produk maupun jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan. Menurut Hasan kepuasan pelanggan tergantung pada persepsi pelanggan, apabila pelanggan memberikan persepsi baik, maka bisa mendorong konsumen untuk membangun ikatan baik dan solid terhadap perusahaan dalam jangka panjang, dengan adanya hubungan tersebut perusahaan harus memungkinkan untuk selalu berusaha memahami dengan seksama harapan-harapan pelanggan serta memenuhi kebutuhan mereka.¹²

Melihat hasil *research gap* dari penelitian-penelitian terdahulu penulis menemukan perbedaan dari hasil satu penelitian dengan hasil penelitian lainnya, yaitu terdapat perbedaan pengaruh *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, Responsiveness* terhadap tingkat kepuasan nasabah. Pada penelitian Eka Farhatun Hidayah hasil penelitiannya diungkapkan faktor *Responsiveness* dan *Assurance* tidak berpengaruh signifikan.¹³ Winarti Utami hasil penelitiannya diungkapkan faktor *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹⁴ Putri Andriani hasil penelitiannya diungkapkan faktor *Tangible* dan *Reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM.¹⁵ Karena terdapat perbedaan dari hasil penelitian-penelitian terdahulu penulis tertarik untuk mengkaji bagaimana pengaruh dimensi CARTER dalam kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah,

¹¹ Abdul Qawi Othman dan Lyn Owen, "Adopting and Measuring Customer Service Quality in Islamic Banks: A Case Study N Kuwait Finance House", International Journal Of Islamic Service, Vol.3, No.1, 2001, h.10-11

¹² Ulul Azmi Mustofa dan Yudi Siyamto, "Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Surakarta", jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol.1, No.2, 2015, h.95

¹³ Eka Farhatun Hidayah, Skripsi: "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada PT.BPR Profidana Paramitra (Studi Kasus pada PT.BPR Profidana Paramitra Sewon Bantul Yogyakarta)", Yogyakarta: Universitas PGRI Yogyakarta, 2016, h.20

¹⁴ Winarti Utami, Skripsi: "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT Pegadaian (PERSERO) (Studi Kasus pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta)", Yogyakarta: Universitas PGRI Yogyakarta, 2017, h.18

¹⁵ Putri Andriani, Skripsi: "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna ATM (Studi pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta)", Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015, h.68

Dalam penelitian kali ini, penulis memiliki perbedaan objek dan satu tambahan variabel dari penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini mengambil objek nasabah BRI Syariah KCP Purwodadi. Peneliti memilih Bank BRI Syariah KCP Purwodadi dikarenakan peneliti melihat banyaknya lembaga keuangan yang berdiri di sekitarnya dan mengakibatkan adanya persaingan yang kompetitif antar lembaga keuangan baik konvensional maupun syariah. Selain itu, dari hasil wawancara dengan karyawan BRI Syariah KCP Purwodadi terdapat kesenjangan antara nasabah dengan karyawan di mana nasabah memiliki harapan yang tinggi untuk memperoleh pelayanan dengan cepat dan tepat, namun nasabah belum sepenuhnya mencapai harapan tersebut. Hal ini dikarenakan sistem yang sering terjadi gangguan (*offline*). Sehingga mengakibatkan kinerja karyawan terhambat dalam memberikan pelayanan dengan baik, cepat dan tepat. Oleh karena itu peningkatan kualitas pelayanan harus diperhatikan untuk dilakukan juga di BRI Syariah KCP Purwodadi. Karena persaingan Bank Syariah sendiri sangat pesat. Sehingga perlu memperhatikan kualitas pelayanan agar mampu meraih kepuasan nasabah.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti semakin tertarik untuk mengkaji seberapa jauh tingkat kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh dimensi CARTER dalam kualitas pelayanan BRI Syariah KCP Purwodadi apakah sudah mampu memberikan kepuasan kepada nasabahnya dan adakah yang perlu ditingkatkan dari dimensi CARTER dalam kualitas pelayanan tersebut. Oleh sebab itu penulis mengambil judul penelitian “**Pengaruh Dimensi CARTER dalam Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada BRI Syariah KCP Purwodadi**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Compliance* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi ?
2. Bagaimana pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi ?
3. Bagaimana pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi ?

4. Bagaimana pengaruh *Tangible* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi ?
5. Bagaimana pengaruh *Empathy* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi ?
6. Bagaimana pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh *Compliance* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi.
2. Mengetahui pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi.
3. Mengetahui pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi.
4. Mengetahui pengaruh *Tangible* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi.
5. Mengetahui pengaruh *Empathy* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi.
6. Mengetahui pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Peneliti

Bagi peneliti dan pembaca, hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman dalam bidang perbankan syariah khususnya seputar pengaruh dimensi CARTER dalam kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah.
 - b. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini berguna sebagai referensi untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam terkait topik.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi bank syariah, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam peningkatan kualitas pelayanan guna mencapai kepuasan nasabah.
 - b. Bagi nasabah, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk menilai kualitas pelayanan pada bank.

1.5 Sistematika Penelitian

Peneliti membagi sistematika penelitian di sini menjadi lima bab yang dijabarkan seperti di bawah ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis akan menguraikan Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini akan dijelaskan tentang kualitas pelayanan, tingkat kepuasan nasabah dan dimensi CARTER yang berisi antara lain : pengertian kualitas pelayanan, karakteristik pelayanan, etiket pelayanan nasabah, dimensi kualitas pelayanan jasa (CARTER). Selanjutnya penulis menguraikan tentang pengertian kepuasan nasabah, metode pengukuran kepuasan nasabah, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, kepuasan nasabah dan kualitas jasa. Kemudian uraian penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritik dan pembahasan terakhir yang penulis uraikan pada bab ini ialah hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab ini akan menjelaskan tentang sumber data primer, jenis penelitian asosiatif, kemudian pengumpulan data yang akan digunakan yaitu kuesioner yang dihitung menggunakan Skala Likert, serta variabel *independent* dan *dependent* yang digunakan. Yang terakhir dari bab ini yaitu uraian teknik analisis data menggunakan alat regresi linier berganda.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan menjabarkan tentang hasil penelitian pengaruh dimensi CARTER dalam kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Purwodadi, pembahasan utama sebagai jawaban atas permasalahan yang terjadi yaitu berisi tentang objek penelitian dan analisis data.

BAB V : PENUTUP

Merupakan bab terakhir yang memuat kesimpulan, keterbatasan dan saran terkait dengan analisis data dan pembahasan dalam menguraikan masalah yang ada.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan bisa diartikan sebagai perbedaan dari kenyataan dengan keinginan konsumen atas layanan yang mereka peroleh. Kualitas pelayanan bisa ditentukan dengan melihat perbandingan penilaian pelanggan terhadap layanan yang sesungguhnya didapatkan.¹⁶ Kualitas pelayanan menurut J Supranto merupakan suatu hasil yang harus dicapai dengan berbagai aktivitas yang harus dilakukan. Tetapi, aktivitasnya tidak dapat dilihat dan mudah hilang, tetapi dapat dirasakan dan diingat. Efeknya ialah konsumen bisa lebih aktif dalam menggunakan produk dan jasa yang dimiliki oleh perusahaan.¹⁷

Menurut Aritonang kualitas pelayanan merupakan penilaian dan sikap konsumen atas produk perusahaan yang sesuai dengan keinginan.¹⁸ Menurut Simamora merupakan ungkapan perasaan pelanggan dengan cara membandingkan ekspektasi atas produk dengan kenyataan yang didapatkan oleh seorang pelanggan.¹⁹

2.1.2 Pengertian Kualitas

Pendapat Kotler adalah, “semua karakteristik dan sifat sebuah produk atau pelayanan yang mempengaruhi kemampuan memenuhi keperluan yang dinyatakan maupun tidak dinyatakan”. Dari definisi kualitas tersebut, bisa dijelaskan bahwa kualitas dalam suatu pekerjaan wajib berupa suatu pola pikir, yang mampu mengartikan kebutuhan dan tuntutan pasar pembeli dalam sebuah upaya pengelolaan dan upaya menciptakan barang atau jasa yang berkelanjutan tanpa berhenti untuk mencapai kepuasan konsumen terhadap

¹⁶ Febriana, "Analisis...", h.150

¹⁷ <http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya> diakses pada tanggal 22 April 2020 pukul 09.14

¹⁸ Aritonang R, Lerbin R., “*Kepuasan Pelanggan: pengukuran dan penganalisisan dengan SPSS*”, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), h.65

¹⁹ Eswika Nilasari & Istiatin, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT.Ramayana Motor Sukoharjo”, *jurnalParadigma*, Vol.13, No.1, 2015, h.4

kualitas pasar.²⁰ *American Society for Quality Control* berpendapat kualitas merupakan seluruh karakteristik atau sifat barang dan jasa yang mempengaruhi kapasitasnya untuk mencukupi kebutuhan yang dinyatakan ataupun tidak dinyatakan.²¹

Definisi kualitas layanan jasa fokus pada usaha dalam pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan serta kesesuaian penyampaian agar dapat sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas ialah keadaan dinamis yang memiliki keterkaitan terhadap produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mencukupi atau melebihi keinginan.²²

2.1.3 Pengertian Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi pelayanan adalah sebagai berikut:

“Pelayanan ialah sesuatu yang memudahkan diberikan atas pembelian serta penjualan suatu barang juga jasa”. Untuk pengertian secara detail dari pelayanan adalah “suatu tindakan atau rangkaian aktivitas di mana sifatnya tak terlihat sebagai akibat dari terjadinya komunikasi oleh pelanggan dengan karyawan bisa juga sebab-sebab lain yang dipengaruhi oleh perusahaan yang menyediakan pelayanan ditujukan guna menyelesaikan persoalan konsumen”. Kemudian, pelayanan diartikan juga dengan “tindakan yang dikerjakan oleh seorang atau berkelompok melewati sistem serta metode sesuai prosedur tertentu berdasarkan faktor material dalam upaya mewujudkan keperluan orang lain sesuai dengan haknya”.²³

Definisi jasa atau layanan menurut Philip Kotler ialah aktivitas atau tindakan apa pun yang bisa diberikan dari satu pihak ke pihak lain, pada intinya tak berwujud dan tak menghasilkan kepunyaan apa-apa. Produksi layanan dapat dikaitkan dengan produk fisik dan juga sebaliknya.

Layanan bisa dibedakan menjadi beberapa bentuk, yaitu sebagai berikut:

²⁰ Febriana, "Analisis...", h.149

²¹ Mustofa dan Siyamto, "Pengaruh...", h.96

²² Wirdayani Wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru", *jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Vol.2, No.1, 2017, h.55

²³ Febriana, "Analisis...", h.150

1. Barang berwujud murni
Menyediakan barang yang ada wujudnya, tidak ada layanan jasa yang disediakan. Misalnya : beras, kecap.
2. Barang berwujud dengan disertai pelayanan
Menyediakan produk dari barang berwujud serta satu atau lebih layanan jasa. Misalnya : bus, kereta.
3. Campuran
Produk yang ditawarkan mencakup benda dan layanan jasa tingkatannya seimbang. Misalnya: kedai kopi.
4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan
Produk yang ditawarkan meliputi jasa pokok serta jasa imbuhan juga benda penunjang lainnya. Misalnya: penumpang pesawat.
5. Jasa murni
Produk yang ditawarkan cuma mencakup layanan jasa. Misalnya: pijat.²⁴

2.1.4 Karakteristik Pelayanan

Kotler mengemukakan ada empat karakteristik yang membedakan antara jasa atau layanan dengan benda, yaitu :

a. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa dikatakan berbeda dengan benda sebab penerima jasa tidak bisa melihat, merasakan, meraba, mendengarkan, atau mencium sebelum membeli layanan jasa tersebut. Artinya, pengguna hanya mampu menilai pelayanan atau jasa ketika pengguna telah menikmati hasil dari pelayanan atau jasa tersebut.

b. Tidak Terpisahkan (*Inseparability*)

Umumnya produk dibuat, disimpan, diedarkan, dijual dan kemudian dipakai. Komunikasi antara pemberi jasa dan konsumen menggunakan karakteristik yang khusus dalam penawaran jasa. Contohnya: ruang tunggu nyaman, box store, dan lainnya.

c. Bervariasi (*Variability*)

Jasa memiliki sifat yang bervariasi, dikarenakan jasa ialah sesuatu yang tak baku yang berarti terdapat banyak macam dalam bentuk, kualitas

²⁴ <http://eprints.undip.ac.id/29246/1/Skripsi002.pdf> diakses pada tanggal 16 Februari 2021 pukul 20.38

dan jenis, menyesuaikan pada siapa, kapan, dan di mana jasanya diberikan. Para konsumen yang membeli jasa sangat teliti terhadap segala macam, sehingga sering menanyakan orang lain untuk memberi pendapat sebelum mengeluarkan keputusan memilih penyedia jasa.

d. Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Jasa ialah komoditas yang tahan hanya sebentar sehingga tak dapat disimpan. Maka dari itu, jika ada jasa tidak dimanfaatkan maka jasa itu akan menghilang.

2.1.5 Etiket Pelayanan Nasabah

Umumnya etiket pelayanan yang bisa dilakukan karyawan bank dalam ruang lingkup pelayanan ialah sebagai berikut:

- a. Mengawali dengan ucapan salam ketika jumpa nasabah atau hendak melayani nasabah. Contohnya mengucapkan selamat pagi, siang, atau sore. Jika tahu keyakinan agama nasabah, seperti umat Islam maka dapat menyapanya dengan memberi salam.
- b. Usai menyapa dengan ucapan salam, nasabah segera dipersilahkan untuk duduk atau menunggu beberapa saat.
- c. Selalu ramah dan tersenyum ketika berucap salam ataupun ketika nasabah dipersilahkan untuk duduk.
- d. Tanyakan kepada nasabah mengenai kebutuhan mereka dengan sikap ramah, sopan dan lembut.
- e. Membiasakan untuk mengucap tolong atau maaf ketika meminta sesuatu kepada nasabah, seperti meminta untuk mengisi formulir juga meminta untuk menunggu.
- f. Mengucapkan terimakasih ketika nasabah memberi saran atau sudah menyelesaikan urusannya.²⁵

2.1.6 Kualitas Pelayanan Jasa Bank

Standar pengukuran kualitas pelayanan jasa tidak cuma ditentukan oleh pihak pelayanan atau perusahaan saja, namun banyaknya tergantung pada pihak yang dilayani, hal ini dikarenakan pihak yang dilayani yang dapat menikmati pelayanan tersebut sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan

²⁵ <http://eprints.radenfatah.ac.id> diakses pada tanggal 23 Maret 2020 pukul 10.23

sesuai dengan tercapainya kepuasan dari harapan-harapan mereka. Kualitas pelayanan dibagi menjadi :

1) Kualitas layanan internal

Kualitas layanan internal berupa komunikasi antar karyawan perusahaan dengan fasilitas-fasilitas yang disediakan. Kualitas pelayanan internal dipengaruhi oleh beberapa unsur, yaitu:

- Sistem manajemen perusahaan
- Menyediakan fasilitas tambahan
- Pengembangan SDM
- Suasana kerja dan komunikasi kerja yang harmonis
- Pola insentif

2) Kualitas layanan eksternal

Beberapa unsur yang menentukan, antara lain:

- Seputar penyediaan layanan
- Seputar penyediaan barang²⁶

2.1.7 Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa (CARTER)

Dimensi CARTER menjadi salah satu model pengukuran kualitas pelayanan dijelaskan oleh Abdul Qawi Othman dan Lyn Owen dalam penelitiannya di KFH (*Kuwait Finance House*) pada tahun 2001. Penelitian tersebut merupakan modifikasi dari dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) yang dijelaskan Parasuraman, Zeithmal dan Berry digunakan dalam penelitian khusus di beberapa macam industri jasa pada tahun 1985. Sebelum memodifikasi kualitas pelayanan (SERVQUAL) menjadi dimensi CARTER, tiga peneliti ini telah berhasil menemukan 10 faktor yang menjadi penilaian konsumen dalam menentukan kualitas jasa. Sepuluh faktor tersebut antara lain: *access, communication, competence, courtesy, credibility, reliability, responsiveness, security, understanding* dan *tangibles*. Kemudian, pada tahun 1988 Parasuraman melakukan penelitian pada *focus group* di mana Parasuraman menemukan hasil bahwa *communication, competence, courtesy, credibility* dan *security* memiliki keterkaitan sangat kuat sehingga digabungkan menjadi satu dimensi, yaitu dimensi *assurance*. Sama halnya dengan *access* dan *understanding* yang memiliki keterkaitan sangat kuat,

²⁶ M. Nur Rianto Al Arif, "*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*", (Bandung: Alfabeta, 2012), h.220

sehingga dikelompokkan menjadi dimensi *empathy*. Pada tahun 1988 Parasuraman akhirnya memutuskan dimensi kualitas pelayanan ada lima, diantaranya: *tangibles, reliabilitas, responsiveness, assurance, empathy*.²⁷ Dari dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) yang dikemukakan oleh Parasuraman dkk, Othman dan Owen memodifikasi dengan menambahkan satu dimensi yaitu dimensi *compliance* dikenal dengan *Compliance with Islamic law* (kepatuhan terhadap hukum Islam), which means the ability to fulfill with Islamic law and operate under the principles of Islamic banking and economy. Kepatuhan yang berarti kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip perbankan Islam dan ekonomi.²⁸ Dengan ditambahkan dimensi *compliance*, maka dimensi CARTER bisa diterapkan dalam pengukuran kualitas pelayanan jasa pada lembaga-lembaga yang menerapkan prinsip-prinsip Syariah. Untuk penelitian yang dilakukan di bank Syariah, maka alat pengukuran yang tepat adalah menggunakan alat pengukuran dengan dimensi CARTER. Adapun dimensi CARTER yang telah dikemukakan oleh Abdul Qawi Othman dan Lyn Owen yaitu:

- c. *Compliance* adalah kepatuhan/ketaatan pada hukum Islam, di mana perusahaan mampu melaksanakan kegiatan usahanya sesuai dengan aturan perbankan dan ekonomi syariah.²⁹ Artinya, dalam penerapan operasional bank Syariah dilarang melanggar syariat Islam, bank Syariah harus mampu mematuhi prinsip-prinsip hukum Syariah guna tercapainya suatu masalah.

Selain Abdul Qawi Othman dan Lyn Owen, Arifin menjelaskan bahwa *compliance* adalah bentuk penerapan prinsip Syariah, aturan Syariah serta tradisi pada aktivitas keuangan, perbankan dan juga bisnis-bisnis yang serupa.³⁰ Ansori percaya jika *compliance* merupakan suatu indikator pengungkapan prinsip Syariah yang digunakan untuk memastikan operasional suatu bank Syariah mematuhi hukum Syariah.³¹ Kepatuhan Syariah dalam prakteknya dimaknakan sebagai kepatuhan terhadap fatwa DSN, yang mana fatwa DSN adalah

²⁷ Farida Jasfar, "Manajemen Jasa", (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), h.51

²⁸ Othman dan Owen, "Adopting...", h.10-11

²⁹ *Ibid*, h.10-11

³⁰ Zainal Arifin, "Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah", (Tangerang: Aztera Publisher, 2009), h.2

³¹ Ansori, "Pengungkapan Sharia Compliance Dan Kepatuhan Bank Syariah Terhadap Prinsip Syariah", *Jurnal Dinamika Akuntansi*, Vol.13, No.2, 2001, h.3

pelaksanaan prinsip Syariah yang wajib ditaati suatu lembaga keuangan Syariah di Indonesia. DSN mengeluarkan segala fatwa yang dijadikan sebagai acuan kerja bagi Dewan Pengawas Syariah (DPS) dalam menerapkan prinsip serta aturan Syariah pada lembaga keuangan Syariah.³²

Penerapan *Compliance* pada lembaga keuangan Syariah merupakan pembeda dari sistem Syariah dengan sistem konvensional. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa': 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang mukmin, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara salah, melainkan dalam perdagangan yang berdasarkan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa': 29)³³

Ayat tersebut menjelaskan larangan Allah kepada orang beriman memakan makanan dengan cara batil. Sesungguhnya rahmat Allah SWT sangat luas, dan Allah telah menjamin rezeki untuk hambanya, oleh karena itu tidak sepatutnya orang beriman memakan harta dengan cara yang tidak baik (batil).

Menurut Adrian Sutedi lembaga keuangan Syariah bisa diukur kepatuhannya melalui indikator-indikator berikut ini:

1. Akad penghimpun dan pendistribusian dana selaras dengan aturan Syariah.
2. Dana akat dibayar, dihitung dan diatur berdasarkan aturan Syariah.
3. Semua aktivitas dan transaksi ekonomi dilaporkan sewajarnya dengan mengacu pada standar akuntansi Syariah.

³² Adrian Sutedi, *"Perbankan Syariah: Tinjauan Dan Beberapa Segi Hukum"*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), h.145

³³ Departemen Agama RI, *"Syaamil Quran Yasmina Al-Qur'an & Terjemah"*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2007), h.83

4. Area kerja dan *corporate culture* disesuaikan aturan Syariah.
5. Biaya untuk bisnis usaha tidak melanggar aturan Syariah.
6. Keberadaan DPS mengarahkan seluruh pelaksanaan bank Syariah sesuai Syariah.
7. Dana diperoleh secara sah dan halal.³⁴

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengkaji pengungkapan kepatuhan Syariah BRI Syariah KCP Purwodadi dalam menjalankan operasionalnya. Berdasarkan indikator-indikator yang telah dikemukakan oleh Adrian Sutedi, peneliti hanya menggunakan 5 indikator untuk menilai pengungkapan *compliance* pada BRI Syariah KCP Purwodadi, dikarenakan indikator lingkungan kerja dan *corporate culture* sesuai Syariah serta kehalalan sumber dana tidak dapat dianalisa menggunakan laporan tahunan dan laporan GCG bank syariah. Untuk menganalisa 5 indikator tersebut, peneliti mengembangkan indikator menjadi sub-sub indikator yang menjadikan UU Nomor 21 Tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah, Fatwa DSN-MUI, Peraturan Bank Indonesia (PBI), Serat Edaran Bank Indonesia (SEBI) dan PSAK No.101-110 Tahun 2007 sebagai acuannya.

Berikut pengembangan indikator pengungkapan *compliance* yang akan diteliti pada penelitian ini:

Tabel 2.1

Indikator Pengungkapan *Compliance* pada BRI Syariah

No.	Indikator	Sub Indikator
1.	Akad pengumpulan dan penyaluran dana BUS	a. Pengumpulan Dana : <ol style="list-style-type: none"> i. Giro (Akad <i>Mudharabah</i> atau <i>Wadi'ah</i>) ii. Tabungan (Akad <i>Mudharabah</i> atau <i>Wadi'ah</i>) iii. Deposito (Akad <i>Mudharabah</i>) b. Penyaluran Dana : <ol style="list-style-type: none"> i. Jual Beli (Akad <i>Mudharabah</i>, <i>Salam</i> atau <i>Istishna'</i>) ii. Pembiayaan Bagi Hasil (Akad <i>Mudharabah</i> atau <i>Musarakah</i>)

³⁴ Adrian Sutedi, "Perbankan...", h.146

		iii. Pembiayaan Lain : 1. Sewa Beli (akad <i>Ijarah Muntahiya Bittamlik</i>) 2. Sewa-menyewa (Akad <i>Ijarah</i>) 3. Pinjaman dalam bentuk piutang (Akad <i>Qard</i>)
2.	Pengelolaan dana zakat BUS	a. Metode pengakuan dan pengukuran dana zakat b. Laporan sumber dan penggunaan dana zakat c. Sumber dana zakat d. Penyaluran dan penggunaan dana zakat e. Kenaikan dan penurunan dana zakat f. Saldo awal dan akhir dana zakat
3.	Seluruh transaksi dan aktivitas ekonomi dilaporkan secara wajar sesuai dengan akuntansi Syariah yang berlaku	a. Neraca atau Laporan Posisi Keuangan b. Laporan Laba Rugi c. Laporan Perubahan Ekuitas d. Laporan Arus Kas e. Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Zakat f. Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Kebajikan g. Catatan atas Laporan Keuangan
4.	Bisnis usaha yang dibiayai tidak bertentangan dengan Syariah	a. Tidak mengandung <i>riba</i> b. Tidak mengandung <i>maysir</i> c. Tidak mengandung <i>gharar</i> d. Tidak mengandung <i>haram</i> e. Tidak mengandung <i>dzalim</i>
5.	Keberadaan Dewan Pengawas Syariah sebagai pengarah Syariah atas keseluruhan kegiatan operasional umum syariah	a. Nama Anggota DPS b. CV DPS c. Foto DPS d. Jumlah, kriteria, dan rangkap jabatan sesuai ketentuan RI e. Usulan pengangkatan DPS oleh RUPS dan rekomendasi Komite Remunerasi dan Nominasi f. Masa Jabatan DPS g. Tugas dan tanggungjawab DPS h. Patuh terhadap periode penyampaian laporan i. Aktu penyampaian laporan j. Penyediaan aktu untuk pelaksanaan tugas dan

		tanggungjawab k. Jumlah rapat l. Risalah rapat m. Patuh pada larangan pemanfaatan BUS untuk kepentingan pribadi n. Opini DPS yang dipublish
--	--	---

Sumber: *Dikembangkan untuk penelitian*

Indeks pengungkapan *Compliance* diukur menggunakan metode *scoring*. Apabila bank Syariah melaksanakan pengungkapan pada sub indikator di atas maka diberi nilai 1 (satu), namun apabila tidak terdapat pengungkapan pada sub indikator maka diberi nilai 0 (nol).

$$\text{Indeks SC} = \frac{\text{jumlah item diungkapkan}}{\text{total item yang harus diungkapkan}} \times 100\%$$

- d. *Assurance* adalah jaminan atas pengetahuan, kemampuan atau keahlian secara profesional oleh para karyawan suatu perusahaan, perusahaan menjamin keahlian karyawan pada masing-masing bidang, berpengalaman, berdedikasi yang baik serta mampu memberikan hasil pelayanan yang akurat, sehingga dapat membangun kepercayaan atau keyakinan.³⁵ Sesuai dalam QS. Al-Syu'ara: 181-182.

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطِ الْمُسْتَقِيمِ

“Sempurnakanlah ukuran dan janganlah kamu membuat rugi orang; dan timbanglah dengan timbangan yang benar.” (QS. Al-Syu'ara:181-182)³⁶

Kandungan ayat di atas ialah bahwa dalam memberikan sebuah pelayanan harus sesuai takarannya, tidak boleh merugikan orang lain, pelayanan harus akurat. Sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya dari konsumen terhadap jasa pelayanan yang digunakan.

- e. *Reliability* adalah perusahaan mempunyai keahlian yang dijanjikan dalam memberi pelayanan dalam rangka mencapai harapan nasabah atas pelayanan yang tepat, baik, serta cepat.³⁷ Pelayanan harus menyesuaikan harapan konsumen dengan keahandalan yang dimiliki

³⁵ Othman dan Owen, “*Adopting...*”, h.10-11

³⁶ Departemen Agama RI, “*Syaamil...*”, h.374

³⁷ Othman dan Owen, “*Adopting...*”, h.10-11

untuk memberi pelayanan tanpa kesalahan. Sesuai dalam QS. An-Nahl:91.

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

“Dan penuhilah janji dengan Allah jika kamu berjanji dan janganlah kamu menentang sumpah setelah ditetapkan, sedang kamu sudah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah tahu apa yang kamu lakukan.” (QS. An-Nahl: 91)³⁸

- f. *Tangible* adalah sarana prasarana berwujud yang disediakan perusahaan yang memungkinkan pelanggan untuk melihat dan merasakannya.³⁹ Sarana prasarana berwujud seperti: gedung, alat transaksi, area parkir, dan ruang tunggu yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah akan menjadi eksistensi sebuah perusahaan. Dalam menjalankan operasional perusahaan, para pelaku perusahaan perlu memperhatikan penampilan fisik perusahaan serta penampilan karyawan seperti pakaian, perilaku dan etika. Sesuai dalam QS. Al-A'raf: 26.

يَبْنِيْءَ آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُورِي سَوَاءَ تَكْمُمْ وَرِيْشًا وَلِبَاسَ التَّقْوَى ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

“Wahai anak cucu adam. Sesungguhnya Kami telah memberi pakaian untuk menutup auratmu dan untuk perhiasanmu. Tetapi pakaian taqwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.” (QS. Al-A'raf: 26)⁴⁰

- g. *Empathy* adalah komunikasi yang baik antara karyawan dengan nasabah secara kekeluargaan dalam batas-batas menjunjung etika profesi.⁴¹ Hal ini dapat diartikan bahwa karyawan suatu perusahaan harus mampu memberikan perhatian khusus dengan tulus, bersifat

³⁸ Departemen Agama RI, “Syaamil...”, h.277

³⁹ Othman dan Owen, “Adopting...”, h.10-11

⁴⁰ Departemen Agama RI, “Syaamil...”, h.153

⁴¹ Othman dan Owen, “Adopting...”, h.10-11

individu kepada nasabahnya, sehingga akan mewujudkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan bagaimana cara memahami kebutuhan nasabahnya. Allah SWT memerintahkan hamba-Nya untuk bertindak adil dan berlaku baik terhadap orang lain. Sesuai dalam QS. An-Nahl: 90.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ
وَالْبَغْيِ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

“*Sesungguhnya Allah mengutus (kamu) bertindak adil dan berbuat kebaikan, memberi pertolongan pada saudara, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemunkaran, dan perselisihan. Dia memberi pengajaran kepadamu supaya kamu bisa mengambil pelajaran.*” (QS. An-Nahl : 90)⁴²

- h. *Responsiveness* merupakan kemampuan karyawan untuk merespon, menolong serta melayani nasabah dengan cepat juga tanggap dan informasi disampaikan secara jelas.⁴³ Karena jika pelayanan yang diberikan lambat dapat membuat nasabah menunggu sehingga akan tercipta perspektif yang negatif dari nasabah terhadap kualitas pelayanan. Dalam Islam dianjurkan untuk tidak menyalah-menyalahkan amanah yang ditanggung dengan cara bekerja cepat dan tanggap. Sesuai dalam QS. Al-Isra’: 34.

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

“*Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, melainkan dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai dia dewasa, dan tepatilah janji, karena janji itu pasti diminta pertanggung jawabannya.*” (QS. Al-Isra’: 34)⁴⁴

Menurut Perasuraman lima dimensi yang bisa konsumen gunakan untuk memberikan penilaian pada kualitas pelayanan yaitu:

⁴² Departemen Agama RI, “*Syaamil...*”, h.277

⁴³ Othman dan Owen, “*Adopting...*”, h.10-11

⁴⁴ Departemen Agama RI, “*Syaamil...*”, h.285

- a. Keandalan (*reability*) adalah keahlian dalam memberi layanan sesuai dengan janjinya secara tepat waktu, akurat, dan mencapai kepuasan.
- b. Daya tanggap (*Responsiveness*) adalah upaya karyawan dalam menolong konsumen serta memberi layanannya secara tanggap.
- c. Jaminan (*Assurance*) meliputi pengetahuan, kemampuan, sopan santun juga kredibilitas karyawan, tanpa ada ancaman, risiko ataupun kecurigaan
- d. Empati (*Emphaty*), mencakup kemudahan menciptakan hubungan, perhatian secara individu, dapat berinteraksi baik dan bisa mendalami kebutuhan masing-masing pelanggan.
- e. Bukti fisik (*Tangible*), antara lain fasilitas yang berupa fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana berinteraksi.

Menurut Alma dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Bukti fisik (*Tangible*) ialah suatu hal nyata dapat terlihat konsumen yang meliputi lokasi strategis, parkir aman, kebersihan, kerapian serta keindahan kantor, pakaian pegawai, tampilan formulir, buku tabungan, giro, cek, desain yang menarik untuk brosur, iklan, dan lain-lain.
- b. Keandalan (*Reability*) yaitu keahlian pegawai dalam melayani pembukaan tabungan, giro, pengiriman uang, penarikan tabungan, serta mampu menyelesaikan keluhan nasabah.
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu ketanggapan yang dimiliki pegawai dalam mengatasi masalah nasabah serta cepat dalam penanganan, dalam hal ini terdapat marketing officer, customer officer yang sigap, merespon telepon dengan cekatan dan sebagainya.
- d. Jaminan (*Assurance*) yaitu sikap dan tingkah laku pegawai perusahaan, jaminan kepada nasabah atas perasaan aman dalam menggunakan layanan bank.
- e. Empati (*Empaty*) yaitu memberikan perhatian dengan seksama atas semua aktivitas dan masing-masing nasabah tanpa membedakan status sosial.⁴⁵

⁴⁵ Nining Catur Pawestriningtyas dan Imam Suyadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Perum Pegadaian Kantor Cabang Syariah Tlogomas Malang)", *jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.32, No.2, 2016, h.41-42

2.2 Kepuasan Nasabah

2.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan sangat penting pada suatu perusahaan. Selama ini sudah banyak ahli yang menyatakan definisi mengenai pengertian kepuasan pelanggan, antara lain:

1. Menurut Aritonang ialah hasil penilaian konsumen atas apa yang diinginkan terhadap pembelian serta konsumsi produk. Selanjutnya, pelanggan membandingkan ekspektasi dengan persepsi kinerja yang dirasakan saat memakai produk tersebut.
2. Menurut Tjiptono ialah tanggapan konsumen terhadap perbedaan atas apa yang dirasakan antara keinginan dan kinerja produk sebenarnya.
3. Menurut Kotler kepuasan pelanggan ialah reaksi seseorang terhadap perbandingan suatu produk yang dirasakan secara nyata dengan harapan-harapannya.
4. Menurut Suroso kepuasan konsumen merupakan reaksi seseorang membandingkan antara harapan dengan pelaksanaan atau hasil yang dirasakan.
5. Menurut Band kepuasan pelanggan ialah tingkatan kebutuhan, pemenuhan keinginan pelanggan yang bisa menyebabkan terjadinya pembelian berulang atau loyalitas yang berkelanjutan.⁴⁶

2.2.2 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Philip Kotler kepuasan pelanggan dapat diukur dengan cara:

1. *Directly reparted satisfaction*. Mengenai penyampaian kepuasan atas pelayanan yang diterima yang diungkapkan secara langsung.
2. *Derived dissatisfaction*. Memberi responden pertanyaan seberapa besar harapannya terhadap suatu hal dan bagaimana perasaannya.
3. *Problem analysis*, responden diminta menulis problem yang dialami dalam penawaran produk suatu perusahaan. Selain itu, meminta responden untuk menulis sarannya agar diperbaiki.

⁴⁶ Nilasari & Istiatin, "Pengaruh...", h.3-4

4. *Importance/performance ratings*. Meminta responden mengurutkan atribut-atribut penawaran sesuai dengan tingkatan masing-masing elemen dan sebaik apa kinerja perusahaan pada masing-masing elemennya.⁴⁷

Hal-hal yang mempengaruhi tingkat pengukuran kepuasan pelanggan:

1. *Desire Service*: harapan terhadap apa yang nanti didapat dari suatu pelayanan. Pelanggan memberi sebuah tanggapan sebelum pelayanan diterima.
2. *Adequate servise*: dapat menerima suatu pelayanan yang cukup. Tanggapan diberikan setelah pelayanan diterima pelanggan.⁴⁸

2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan dipengaruhi faktor-faktor berikut ini:

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)
Kepuasan konsumen diukur dengan cara termudah yaitu dengan bertanya pelanggan secara langsung tentang sejauh mana pelanggan terpenuhi oleh layanan jasa dan produknya.
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan
Menentukan konsumen agar memberi penilaian terhadap suatu produk/jasa didasarkan pada hal-hal misalnya kecepatan layanan, fasilitas layanan. Pelanggan diminta untuk mengidentifikasi hal yang diyakini penting untuk menilai kepuasan konsumen dengan menyeluruh.
3. Konfirmasi Harapan (*Confirmations of Expectation*)
Pengukuran kepuasan secara tidak langsung, tetapi ditarik kesimpulan atas kesesuaian/tidak sesuai antara asumsi pelanggan terhadap kerja perusahaan dalam berbagai dimensi penting.
4. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)
Mengukur loyalitas pelanggan caranya mencari tahu apakah mereka akan memakai layanan perusahaan lagi.
5. Kesiediaan untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)
Pada waktu pembelian kembali sebuah produk sedikit lama, bahkan pembelian hanya satu kali (contohnya membeli mobil, rumah dan lain-

⁴⁷ *Ibid*, h.5

⁴⁸ Febriana, "*Analisis...*", h.154

lain), perlu menindak lanjuti pelanggan yang mempromosikan produk tersebut kepada keluarga serta temannya.

6. Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Untuk mengukur ketidakpuasan pelanggan ada beberapa macam aspek yang sering diteliti, antara lain: a) kompalin; b) *retur*; c) biaya garansi; d) *product recall*; e) *defections* (konsumen yang beralih ke pesaing).⁴⁹

Lupiyoadi berpendapat perusahaan perlu memperhatikan lima faktor penting untuk menilai tingkat kepuasan konsumen, diantaranya:

a. Kualitas Produk

Kepuasan konsumen bisa tercapai jika hasil penilaian memperlihatkan bahwa barang yang dikonsumsi berkualitas bagus. Pembeli yang berfikir positif akan konsisten meminta barang bagus di setiap pengorbanan yang mereka lakukan agar mendapatkan barang tersebut. Di sini, kualitas barang yang bagus bisa menambah konsumen memberi penilaian bagus.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan khususnya di bidang jasa, jika konsumen memperoleh layanan yang bagus dan memenuhi keinginan mereka, maka mereka akan puas. Kepuasan itu akan mengikat mereka untuk beli kembali barang yang pernah dibeli. Pelanggan tersebut juga lebih mampu memberi penilaian produk perusahaan.

c. Emosional

Merupakan sebuah rasa bangga bagi pelanggan serta merasa yakin jika ada seseorang yang senang kepadanya apabila memakai suatu produk dengan merk produk yang sudah dinilai bagus. Kepuasan didapatkan tidak berasal dari kualitas produknya, melainkan dari nilai sosial, sehingga menciptakan kepuasan kepada pelanggan karena menggunakan merk tersebut.

d. Harga

Kualitas produk sama namun harga ditetapkan di bawah harga produk lain cenderung akan memberi nilai lebih tinggi di benak pelanggannya.

e. Biaya

Untuk mendapatkan suatu produk dan jasa yang memuaskan, pelanggan tidak perlu kehilangan biaya tambahan juga tidak kehilangan waktu.

⁴⁹ Fandy Tjiptono, "*Pemasaran Jasa*", (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2014), h.368

Pengalaman pada masa lampau dapat membentuk harapan pelanggan, seperti komentar kerabat yang menjanjikan, informasi dari markeing dan pesaing. Pelanggan yang merasa puas maka konsisten dalam menggunakan produk juga akan memberi persepsi bagus seputar perusahaan.⁵⁰

2.2.4 Kepuasan Nasabah dan Kualitas Jasa

Kotler menyatakan kepuasan ialah tingkat perasaan yang dimiliki oleh seseorang serta dinyatakan atas hasil membandingkan suatu produk yang nyata dengan harapannya. Nilai yang pelanggan berikan mengenai kepuasan yang dirasakan merupakan akhir atau ujung dari seluruh aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan.

Di era globalisasi ini, perusahaan harus sadar terhadap pentingnya faktor pelanggan. Itulah sebabnya, perlu dilaksanakan pengukuran terhadap tingkat kepuasan nasabah, meskipun tidak semudah seperti mengukur berat atau tinggi nasabah. Tetapi, dengan tercapainya tingkat kepuasan nasabah yang tinggi, maka perusahaan akan memperoleh banyak manfaat. Allah telah berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah: 267

تُنْفِقُونَ مِنْهُ الْخَبِيثَ تَمِيمًا وَلَا الْأَرْضَ مِنْ لَكُمْ أُخْرَجْنَا وَمِمَّا كَسَبْتُمْ مَا طَيَّبْتُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ وَالَّذِينَ يَأْتِيهَا
حَمِيدٌ غَنِيٌّ اللَّهُ أَنْ وَأَعْلَمُوا فِيهِ تَعْمَضُوا أَنْ إِلَّا ۖ اذْذِيْبِ وَلَسْتُمْ

“Hai orang-orang mukmin, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang jelek-jelek kemudian kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya kecuali dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (QS. Al-Baqarah:267).

Dijelaskan dari ayat di atas jika Islam sangat memperhatikan pemberian pelayanan yang berkualitas, memberi pelayanan bagus, serta menghindari pelayanan yang buruk.

Tingkat kepuasan yang tinggi bisa menambah kepuasan pelanggan, menyangkal pergantian pelanggan, menurunkan sensitifitas pelanggan terhadap harga, menurunkan biaya gagalnya promosi, menurunkan biaya kerja

⁵⁰ *Ibid*, h.153-154

terhadap perluasan pelanggan, memajukan efektivitas promosi dan memajukan reputasi bisnis.⁵¹

Indikator kepuasan nasabah meliputi :

- a. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*overall customer service*)
Memperlihatkan keseluruhan penyedia jasa pelayanan yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.
- b. Dimensi Kepuasan Pelanggan
Penilaian dari konsumen terhadap produk, jasa didasarkan pada pelayanan yang cekatan, fasilitas, juga keramahan pegawai dalam membantu konsumen.
- c. Konfirmasi Harapan (*confirmation of expectation*)
Memperlihatkan peluang terhadap penawaran produk serta jasa sesuai dengan persepsi pelanggan.
- d. Niat Beli Ulang (*repurchase intention*)
Minat untuk kembali menggunakan jasa/berbelanja pada perusahaan yang timbul dari pengalamannya setelah merasakan pemberian pelayanan.
- e. Kesiediaan Merekomendasi (*willingness to recommend*)
Kemauan pelanggan dalam menyarankan pengalamannya kepada orang lain.
- f. Ketidakpuasan Pelanggan (*customer dissatisfaction*)
Memperlihatkan persepsi pelanggan antara puas atau tidak puas selama terjalin hubungan antara pelanggan tersebut dengan suatu perusahaan.⁵²

2.3 Bank Syariah

2.3.1 Definisi Bank Syariah

Menurut UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, perbankan Syariah ialah bank yang beroperasi sesuai prinsip-prinsip Syariah diatur oleh fatwa MUI, misalnya: kemashlahatan, keadilan, terhindar dari riba, maysir, gharar, zalim dan hal-hal yang haram.

Kegiatan bank Syariah berpedoman pada hukum Islam di mana dalam menjalankan kegiatannya tidak mengandung bunga, tetapi kegiatan bank Syariah tergantung pada akad atau perjanjian yang telah disepakati oleh

⁵¹ Danang Sunyoto, "Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran", (Yogyakarta: CAPS, 2012), h.186

⁵² <http://eprints.radenfatah.ac.id> diakses pada tanggal 23 maret 2020 pukul 10.23

pihak bank dengan nasabah. Akad yang di maksud di sini juga harus mengacu pada syarat dan rukun akad yang terdapat pada syariat Islam. Bank Umum Syariah ialah bank yang berdiri sendiri sesuai akta pendirian. Contoh BUS antara lain: Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Bukopin, Bank Muamalat Indonesia dan lain sebagainya.

Sistem operasional bank Syariah tidak sama dengan sistem operasional bank konvensional. Bank Syariah memberi layanan yang bebas bunga, dalam transaksi apapun tidak diperbolehkan mengandung bunga, karena dalam operasional bank Syariah mempraktekkan sistem bagi hasil dalam setiap akad.⁵³

2.3.2 Tujuan dan Fungsi Bank Syariah

Tujuan bank Syariah ialah membantu pembangunan nasional guna memajukan keadilan, kebersamaan serta kesejahteraan rakyat secara merata. Sedangkan fungsinya ada tiga fungsi utama, antara lain: mengumpulkan dana dari masyarakat, mendistribusikan dana pada masyarakat serta memberi pelayanan berupa jasa perbankan Syariah.⁵⁴

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Eka Farhatun Hidayah “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada PT. BPR Profidana Paramitra”	$x_1 = Tangible$ $x_2 = Reliability$ $x_3 = Responsiveness$ $x_4 = Assurance$ $x_5 = Empathy$ $y = Kepuasan Nasabah$	- Berdasarkan hasil analisis uji t, secara parsial variabel daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra. - Berdasarkan hasil analisis uji t maka dapat diketahui

⁵³ Andrianto and M. Anang Firmansyah, "Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)", (CV. Penerbit Qiara Media, 2019), h.23-24

⁵⁴ *Ibid.*, h.27-28

			bahwa variabel jaminan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan nasabah PT. BPR Profidana Paramitra.
2.	Winarti Utami, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada PT. Pegadaian Persero Cabang Ngupasan Yogyakarta”,	$x_1 = \text{Tangible}$ $x_2 = \text{Reliability}$ $x_3 = \text{Responsiveness}$ $x_4 = \text{Assurance}$ $x_5 = \text{Empathy}$ $y = \text{Kepuasan Nasabah}$	<p>Dari hasil uji t, diketahui :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variabel bukti fisik, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. - Variabel jaminan memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan konsumen. - Variabel daya tanggap dan kehandalan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3.	Putri Andriani, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna ATM Pada BNI Syariah Cabang Yogyakarta”	$x_1 = \text{Tangible}$ $x_2 = \text{Reliability}$ $x_3 = \text{Responsiveness}$ $x_4 = \text{Assurance}$ $y = \text{Kepuasan Nasabah}$	<ul style="list-style-type: none"> - Dari hasil uji t disimpulkan bahwa : variabel bukti fisik (Tangible) dan kehandalan (Reliability) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM. - Variabel daya tanggap (Responsiveness) dan jaminan (Assurance)

			berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM.
4.	Natalia Ribka Lumempow, Silvy Mandey dan Jopie Jorie Rotinsulu “ <i>Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado</i> ”	$x_1 = \text{Tangibles}$ $x_2 = \text{Reliability}$ $x_3 = \text{Responsiveness}$ $x_4 = \text{Assurance}$ $x_5 = \text{Empathy}$ $y = \text{Kepuasan Nasabah}$	- Berdasarkan hasil uji t disimpulkan bahwa : Variable Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Di antaranya:

1. Perbedaan dan Persamaan penelitian ini dengan penelitian Eka Farhatun Hidayah.

Terdapat persamaan dalam penggunaan variabel bebas *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*, variabel terikatnya kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang sama dengan penelitian Eka Farhatun Hidayah yaitu metode penelitian kuantitatif, pengumpulan data dengan menyebarkan angket, teknik analisis data dengan alat regresi linier berganda.

Perbedaannya terletak pada penambahan variabel bebas penulis menambahkan variabel *Compliance* pada penelitian ini. Hal ini dikarenakan penulis menggunakan faktor-faktor kualitas pelayanan dengan dimensi CARTER. Selain itu, perbedaan juga terdapat pada metode pengumpulan data observasi, karena pada penelitian ini hanya menyebar kuesioner. Kemudian perbedaan mendasarnya terletak pada objek dan waktu penelitian. Eka Farhatun Hidayah melakukan penelitian pada tahun 2016 dengan objek penelitian nasabah PTT. BPR Profidana Paramitra.

2. Perbedaan dan Persamaan penelitian ini dengan penelitian Winarti Utami.

Terdapat persamaan dalam penggunaan variabel bebas *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*, variabel terikatnya kepuasan nasabah. Metode penelitian sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif, pengumpulan data dengan menyebar angket dan teknik analisis data dengan alat regresi linier berganda.

Perbedaan terletak pada penambahan variabel bebas penulis menambahkan variabel *Compliance* pada penelitian ini. Hal ini dikarenakan penulis menggunakan faktor-faktor kualitas pelayanan dengan dimensi CARTER. Selain itu, perbedaan terdapat pada teknik pengambilan sampel, penelitian Winarti Utami menggunakan teknik *Accidental Sampling* sedangkan penelitian ini menggunakan teknik *Convenience Sampling*. Kemudian perbedaan mendasar terletak pada objek dan waktu penelitian. Winarti Utami melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan objek penelitian nasabah pada PT. Pegadaian Persero cabang Ngupasan Yogyakarta. Selain itu perbedaan juga terdapat pada sumber data. Penelitian ini hanya menggunakan data primer, sedangkan penelitian Winarti Utami menggunakan data primer dan data sekunder.

3. Perbedaan dan Persamaan penelitian ini dengan penelitian Putri Andriani.

Persamaan terletak pada penggunaan variabel bebas *Assurance*, *Reliability*, *Tangible* dan *Responsiveness*, variabel terikatnya kepuasan nasabah. Persamaan juga terletak pada metode penelitian yaitu metode penelitian kuantitatif, mengumpulkan data dengan menyebar angket, serta teknik analisis data dengan alat regresi linier berganda.

Perbedaan mendasar terletak pada objek dan waktu penelitian. Kemudian perbedaan juga terletak pada variabel bebas di mana pada penelitian ini menambahkan variabel *Compliance* dan *Empathy*. Putri Andriani melakukan penelitian pada tahun 2015 dengan objek penelitian nasabah pada Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta. Selain itu ada perbedaan dalam metode pengambilan sampel. Penelitian ini menggunakan *convenience sampling* sedangkan pada penelitian Putri Andriani menggunakan *accidental sampling*.

4. Perbedaan dan Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian Natalia Ribka Lumempow, Silvy Mandey dan Jopie Jorie Rotinsulu.

Persamaan terdapat pada variabel bebas yang digunakan yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*, variabel terikatnya ialah

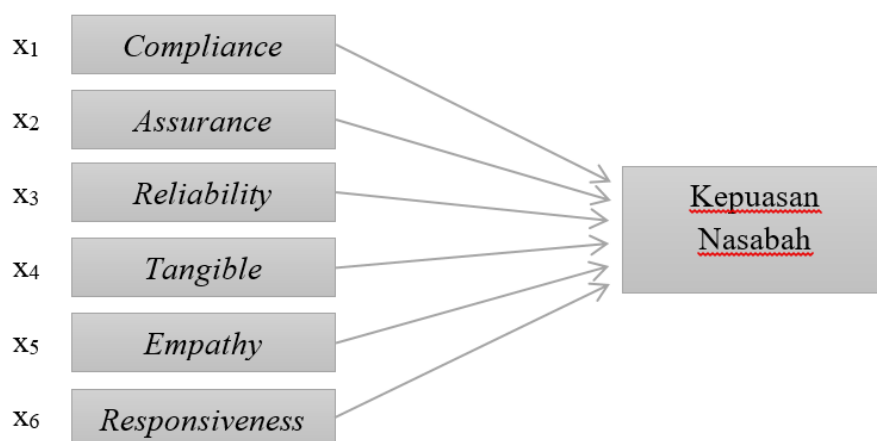
kepuasan nasabah. Selain itu, persamaan pada metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif, pengumpulan data dengan menyebar angket, teknik analisis data dengan alat regresi linier berganda.

Perbedaan mendasar terletak pada objek dan aktu penelitian. Kemudian perbedaan terletak pada variabel bebas di mana pada penelitian ini menambahkan variabel *Compliance*. Natalia Ribka Lumempow, Silvy Mandey dan Jopie Jorie Rotinsulu melakukan penelitian pada tahun 2015 dengan objek penelitian nasabah pada Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado.

2.5 Kerangka Pemikiran Teoritik

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Teoritik



Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh nasabah, agar mampu mencapai kepuasan nasabah. Berdasarkan kerangka di atas peneliti menganalisa mengenai dimensi CARTER dalam kualitas pelayanan di antaranya: kepatuhan (*Compliance*), kepastian (*Assurance*), keandalan (*Reliability*), keberwujudan (*Tangibles*), empati (*Empathy*), ketanggapan (*Responsiveness*). Dimensi itulah yang akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Purwodadi.

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang perlu peneliti uji kembali kebenarannya dengan penelitian ilmiah atau dapat diartikan hipotesis adalah sebagai jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang dilakukan peneliti dalam penelitiannya yang mungkin tinggi kebenarannya. Hipotesis ini bertujuan untuk

membantu peneliti di dalam penelitiannya supaya dapat lebih terencana.⁵⁵ Dari uraian rumusan masalah di atas, penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut :

H₁ : *Compliance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi

H₂ : *Assurance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi

H₃ : *Reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi

H₄ : *Tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi

H₅ : *Empathy* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi

H₆ : *Responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi

⁵⁵ www.statistikian.com diakses pada tanggal 23 April 2020 pukul 15.02

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

a) Jenis Data

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang merupakan analisis dengan menggunakan alat yang sifatnya kuantitatif, maksudnya hasil yang disajikan berbentuk angka, model statistik dan ekonometrik serta dijelaskan dalam uraian.⁵⁶ Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif, merupakan penelitian yang tujuannya mengetahui pengaruh ataupun juga korelasi antara dua variabel atau lebih.⁵⁷

b) Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah menggunakan data primer, di mana data primer adalah data yang diambil secara langsung dari objek penelitian. Pada penelitian ini data yang diolah nanti berasal dari penyebaran angket kepada nasabah BRI Syariah KCP Purwodadi. Data merupakan hasil sebuah pengamatan suatu objek, fungsinya untuk mencari perbedaan berbagai objek pada satu variabel, data berupa kumpulan angka, kenyataan, kejadian atau keadaan lainnya.⁵⁸

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi berisi objek maupun subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan peneliti agar dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁵⁹ Populasi pada penelitian ini ialah pengguna jasa pelayanan industri perbankan syariah yaitu nasabah BRI Syariah KCP Purwodadi.

Sampel ialah sebagian jumlah serta karakteristik dari populasi.⁶⁰ Menurut Augusty Ferdinand ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 sudah cukup

⁵⁶ Mustofa dan Siyamto, "*Pengaruh...*", h.98

⁵⁷ <https://widsudharta.weebly.com/metode-penelitian-skripsi.html> diakses pada tanggal 29 Mei 2020 pukul 19.29

⁵⁸ Imam Gunawan, "*Pengantar Statistika Inferensial*" (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h.6

⁵⁹ Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*", (Bandung: Alfabeta, 2016), h.80

⁶⁰ Ricki Yulardi dan Zuli Nuraeni, "*Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*", (Yogyakarta: Innosain, 2017), h.6

bagi kebanyakan penelitian.⁶¹ Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *convenience sampling*, menurut Sugiyono merupakan metode penentuan sampel dengan memilih sampel secara bebas sekehendak peneliti.⁶² Pengambilan sampel yang dilaksanakan atas dasar mudahnya menemui responden. Karena terbatasnya waktu penelitian yang diizinkan serta terbatasnya biaya dalam penelitian, maka diambil sampel 50 orang responden yang menggunakan jasa pelayanan BRI Syariah KCP Purwodadi.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner atau angket serta wawancara. Dengan kuesioner peneliti bisa menggali informasi dari responden berupa pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan, tujuannya mencari data atau informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah penelitian.⁶³ Di sini peneliti melakukan wawancara dengan karyawan BRI Syariah KCP Purwodadi untuk mendapatkan informasi serta menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden yakni nasabah BRI Syariah KCP Purwodadi dengan tipe pertanyaan tertutup di mana responden dapat langsung menandai (✓) pada pilihan jawaban yang sudah tersedia.

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

3.4.1 Variabel Penelitian

Dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel mempengaruhi (*Independent*) dan variabel dipengaruhi (*Dependent*).

1. Variabel mempengaruhi (*Independent*) pada penelitian ini adalah dimensi CARTER dalam kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan ialah tingkat kelebihan serta pengelolaan terhadap tingkat kelebihan guna mencapai harapan pelanggan. Kualitas jasa dinilai bagus dan memuaskan, jika jasa yang diberikan memenuhi harapan. Namun, apabila pemberian jasa mampu melebihi harapan konsumen, maka kualitas jasa dinilai ideal. Sebaliknya apabila pemberian jasa di bawah

⁶¹ Augusty Ferdinand, "Metode Penelitian Manajemen", BPFE Universitas Diponegoro, (Semarang: 2006), h.191

⁶² Sugiyono, "Metode...", h.116

⁶³ M. Ma'ruf Abdullah, "Metode Penelitian Kuantitatif", (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015), h.248

harapan, maka kualitas jasa dinilai buruk. Jadi, bisa diambil kesimpulan kualitas pelayanan adalah sejauh mana kemampuan pemenuhan harapan pelanggannya.⁶⁴

Dimensi CARTER meliputi :

- a. Kemampuan (*Compliance*) X_1
 - b. Jaminan (*Assurance*) X_2
 - c. Keandalan (*Reliability*) X_3
 - d. Berwujud (*Tangible*) X_4
 - e. Empati (*Empathy*) X_5
 - f. Ketanggapan (*Responsiveness*) X_6
2. Variabel dipengaruhi (*Dependent*) pada penelitian ini ialah kepuasan nasabah (Y). Menurut Kotler kepuasan nasabah ialah persepsi seseorang dengan membandingkan kinerja yang didapatkan dengan apa yang diharapkan.⁶⁵

3.4.2 Pengukuran Penelitian

Skala Likert digunakan sebagai pengukuran dalam penelitian ini. Skala Likert biasa dipakai untuk mengukur sikap serta persepsi seseorang mengenai obyek atau kejadian tertentu. Skala Likert mempunyai 2 bentuk pernyataan, yaitu pernyataan positif dan pernyataan negatif, dengan Skala Likert variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Lalu indikatornya menjadi titik tolak untuk menyusun item-item instrumen berupa pernyataan.⁶⁶ Di bawah ini tingkatan skala yang digunakan untuk menjawab setiap instrumen pernyataan:

Tabel 3.1
Skala Penilaian Likert

Simbol	Keterangan	Nilai
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

⁶⁴ Febriana, "Analisis...", h.150-151

⁶⁵ Mustofa dan Siyamto, "Pengaruh...", h.97

⁶⁶ Sugiyono, "Metode...", h.93

3.4.3 Definisi Operasional Penelitian

Definisi operasional dimaksudkan untuk menjelaskan makna dari masing-masing variabel yang diteliti.

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	<i>Compliance</i> (X ₁)	Merupakan persepsi responden di Bank BRI Syariah KCP Purwodadi mengenai kepatuhan operasionalnya dalam menerapkan prinsip-prinsip Islam.	1. Pelayanan yang diberikan sesuai prinsip Syariah. 2. Produk-produk yang dimiliki sesuai prinsip Syariah. 3. Akad-akad yang digunakan sesuai prinsip Syariah. 4. Segala transaksi yang dilakukan terbebas dari <i>riba</i> , <i>maysir</i> , <i>gharar</i> , <i>haram</i> , <i>dalim</i> .	Likert
2.	<i>Assurance</i> (X ₂)	Merupakan persepsi responden di Bank BRI Syariah KCP Purwodadi mengenai jaminan dengan berbagai prosedur yang menjadi acuan bank dalam memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada nasabah sehingga timbul rasa puas dari nasabah.	1. Memberikan rasa aman disetiap transaksi kepada nasabah. 2. Memenuhi kebutuhan nasabah. 3. Memiliki pengetahuan yang baik.	Likert

			4. Memberikan pelayanan kepada nasabah dengan sangat baik.	
3.	<i>Reliability</i> (X ₃)	Merupakan persepsi responden di Bank BRI Syariah KCP Purwodadi mengenai kemampuan pegawai yang handal, sangat mengetahui prosedur kerja dan mampu memberi informasi setiap bentuk pelayanan yang belum dipahami oleh nasabah.	<p>1. Memberi salam, senyum, sapa sebelum melayani nasabah.</p> <p>2. Jujur dalam memberikan pelayanan.</p> <p>3. Melayani dengan teliti.</p> <p>4. Memiliki kemampuan dalam memecahkan masalah nasabah.</p>	Likert
4.	<i>Tangible</i> (X ₄)	Merupakan persepsi responden di Bank BRI Syariah KCP Purwodadi mengenai bentuk pelayanan bukti fisik yang terlihat seperti sarana prasarana dan teknologi pelayanan.	<p>1. Bangunan yang indah dan bersih.</p> <p>2. Peralatan kerja yang lengkap.</p> <p>3. Area parkir yang aman.</p> <p>4. Memiliki ruang tunggu yang cukup dan nyaman.</p>	Likert
5.	<i>Empathy</i> (X ₅)	Merupakan persepsi responden di Bank BRI Syariah KCP Purwodadi	1. Memberikan perhatian kepada	Likert

		mengenai sikap pegawai dalam memberikan suatu perhatian, keseriusan, simpatik, dan pengertian terhadap nasabah.	<p>nasabah.</p> <p>2. Mengutamakan kepuasan nasabah.</p> <p>3. Menerima complain dan menyelesaikan dengan baik.</p> <p>4. Memiliki kepekaan dalam mengetahui minat serta kebutuhan khusus nasabah.</p>	
6.	<i>Responsiveness</i> (X ₆)	Merupakan persepsi responden di Bank BRI Syariah KCP Purwodadi mengenai ketanggapan pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh nasabah.	<p>1. Menyambut nasabah dengan baik dan ramah.</p> <p>2. Memiliki komunikasi yang baik.</p> <p>3. Memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat.</p> <p>4. Melayani nasabah sesuai prosedur.</p>	Likert
7.	Kepuasan Nasabah (Y)	Merupakan tingkat perasaan responden di Bank BRI Syariah KCP Purwodadi dalam membandingkan kinerja yang diterima dengan	1. Menggunakan jasa yang terjamin baik dan terpercaya sesuai pedoman pada prinsip-prinsip	Likert

		harapan sebelumnya.	Syariah. 2. Pelayanan yang baik, sopan dan ramah. 3. Memberikan pelayanan dengan cepat, tepat dan akurat. 4. Kebersihan, kenyamanan, dan keamanan yang sangat baik.	
--	--	---------------------	--	--

3.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda, yaitu menganalisis variabel bebas (*independent variable*) yang terdiri dari: *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, Responsiveness* terhadap variabel terikat (*dependent variable*) yaitu kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Purwodadi. Peneliti menggunakan analisis data sebagai berikut:

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat kesesuaian antara data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan data yang sebenarnya terjadi. Sehingga dipastikan jika data yang diperoleh adalah valid dan bisa digunakan. Kevalidan suatu data dalam penelitian diketahui melalui uji validitas terhadap setiap butir kuesioner. Uji validitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilainya positif, diartikan data yang diuji valid. Kriteria penilaian uji validitas sebagai berikut:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka butir-butir kuesioner dikatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka butir-butir kuesioner dinyatakan tidak valid.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebagai alat ukur suatu fenomena pada waktu yang berlainan menunjukkan hasil yang sama atau konsisten. Tujuannya untuk melihat hasil penelitian apakah relatif sama atau konsisten meskipun dilakukan berkali-kali dalam waktu berlainan.⁶⁷ Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan memakai metode *Cronbach Alpha*. Kriteria penilaian uji reliabilitas:

- a. Jika hasil koefisien alpha $> 0,60$, maka dikatakan reliabel.
- b. Jika hasil koefisien alpha $< 0,60$, maka dikatakan tidak reliabel.

3.6 Uji Asumsi Klasik

3.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah instrumen yang digunakan untuk mengukur data yang dimiliki apakah berdistribusi secara normal sehingga bisa dipakai pada statistik parametrik. Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat suatu variabel normal apa tidak.⁶⁸ Uji normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria penilaian sebagai berikut :

- a. Apabila nilai signifikan $> 0,05$, artinya data dikatakan memiliki distribusi normal.
- b. Apabila nilai signifikan $< 0,05$, artinya data dikatakan tidak memiliki distribusi normal.

3.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ialah instrumen yang dipakai untuk melihat apakah ada hubungan antar variabel bebas dalam suatu model regresi.⁶⁹ Cara menguji multikolinearitas bisa dengan melihat nilai dari *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria penilaiannya sebagai berikut :

- a. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Jika nilai Tolerance lebih dari 1 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan instrumen yang dipakai untuk melihat adakah penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yakni dengan adanya ketidaksesuaian varian residual untuk seluruh model regresi yang telah diamati. Dapat dikatakan baik jika model regresi terhindar dari penyakit heterokedastisitas. Uji

⁶⁷ Nasution, "*Metode Research*", (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), h.76

⁶⁸ Sugiyono, "*Metode...*", h.196

⁶⁹ Agus Eko Sujianto, "*Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*", (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), h.79

heteroskedastisitas dapat dilihat dari uji Glejser, grafik *Scatterplot* antara prediksi variabel dependen dengan nilai residualnya. Pada uji Glejser, jika nilai signifikansi antara variabel independent dengan residual $> 0,05$ artinya model regresi tidak memiliki masalah heteroskedastisitas, namun jika nilai signifikansinya $< 0,05$ artinya model regresi memiliki masalah heteroskedastisitas. Pada grafik *Scatterplot* apabila grafik *Scatterplot* membentuk pola tertentu atau teratur maka diidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas, namun jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y, maka diidentifikasi tidak terjadi heteroskedastisitas.⁷⁰

3.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis regresi yang dipakai guna menentukan bentuk dari hubungan antar variabel, jika variabel dependen hanya satu maka variabel independen ada dua atau lebih. Tujuan utama penggunaan teknik analisis data ini adalah untuk menduga hubungan dari satu variabel dengan variabel lain yang bisa dilihat dari persamaan garis regresinya. Pengaruh dimensi CARTER terhadap kepuasan nasabah dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan :

- Y : Variabel terikat (Kepuasan Nasabah)
- α : Intercept (Konstanta)
- β_n : Koefisien regresi variabel independen n
- X_1 : *Compliance*
- X_2 : *Assurance*
- X_3 : *Reliability*
- X_4 : *Tangible*
- X_5 : *Empathy*
- X_6 : *Responsiveness*
- e : Nilai residu

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji-t (Uji Parsial)

Uji-t dilakukan dengan tujuan melihat variabel dependen dan variabel independen apakah keduanya memiliki pengaruh secara parsial yang signifikan

⁷⁰ Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23", (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), h.139

ataukah tidak. Apabila nilai t hitung melebihi nilai t tabel maka hipotesis yang diajukan diterima. Nilai t hitung bisa diperoleh dari $\text{sig } \alpha = 0,05$ dengan $df = n-k$.

Kesimpulannya:

1. Apabila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara parsial.
2. Apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya ada pengaruh secara parsial.

3.8.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat seberapa jauh semua variabel X (independen) secara simultan dapat mempengaruhi variabel Y (dependen).

1. Apabila F hitung $< F$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara simultan.
2. Apabila F hitung $> F$ tabel, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya ada pengaruh secara simultan.

3.9 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi merupakan analisis yang pada intinya dipakai untuk melihat besaran atau nilai kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Dikatakan baik jika kesesuaian regresi dilihat dari R^2 nya memiliki nilai antara 0 dan 1.

Rumus : $R^2 = r^2 \times 100\%$

Keterangan : R^2 : Koefisien Determinasi
 r : Koefisien Korelasi

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Bank BRI Syariah

Akusisi yang dilakukan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk kepada Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 sangat berperan pada berdirinya PT Bank BRI Syariah Tbk. BRI Syariah memperoleh izin operasional dari Bank Indonesia berdasarkan surat No.10/67/KEP.GBI/DPG/2008 pada 16 Oktober 2008, diresmikan tanggal 17 November 2008 dan diberi nama PT Bank BRI Syariah, keseluruhan pelaksanaan usahanya mengacu pada standar Syariah. Karena dirasakan adanya potensi cukup baik dibidang perbankan Syariah, BRI Syariah berniat memunculkan bisnis keuangan yang berprinsip Syariah. BRI Syariah berpegang teguh dalam menciptakan produk dan layanan sebaik mungkin demi ketentraman dan pertumbuhan yang positif.

Kegiatan BRI Syariah semakin kuat setelah Unit Usaha PT BRI (Persero) Tbk bergabung menjadi PT Bank BRI Syariah pada 19 Desember 2008. Langkah *spin off* mulai efektif pada 1 Januari 2009 ditandatangani Direktur Utama PT Bank BRI (Persero) Tbk yaitu Sofyan Basir dan Direktur Utama PT Bank BRI Syariah Venjte Rahardjo selaku

Sebagai bank ritel modern terkemuka BRI Syariah hadir dengan beragam layanan dan kemudahan dijangkau dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Sejak 2016 BRI Syariah diberi logo baru oleh Induk Perusahaan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk agar citranya semakin terlihat. Pada tanggal 14 November 2016 dengan surat No.SB24-MDR/11-2016 BRI Syariah mengajukan perubahan logo PT Bank BRI Syariah dan surat No.SB225-PDR/12-2016 tanggal Desember 28 Tahun 2016, pengajuan tersebut diterima dan dicatat oleh OJK dengan Surat Nomor S-35/PB.132/2017. Logo BRI memiliki makna BRI Syariah adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dengan perusahaan induknya, yaitu BRI yang merupakan bank terbaik di Indonesia.

BRI Syariah selalu berusaha untuk mampu mengupayakan yang terbaik untuk nasabahnya serta semua mitra kerjanya. BRI Syariah juga menjamin pemenuhan

standar Syariah dan hukum yang berlaku di Indonesia agar terus berkembang menjadi bank Syariah terbaik, terdepan dan bermanfaat untuk kehidupan.⁷¹

Bank BRI Syariah KCP Purwodadi sendiri didirikan pada bulan Mei 2013, terletak di Jl. A. Yani No.188, Jengglong Barat, Kec. Purwodadi, Kab. Grobogan, Jawa Tengah, 58111.

4.1.2 Visi dan Misi BRI Syariah

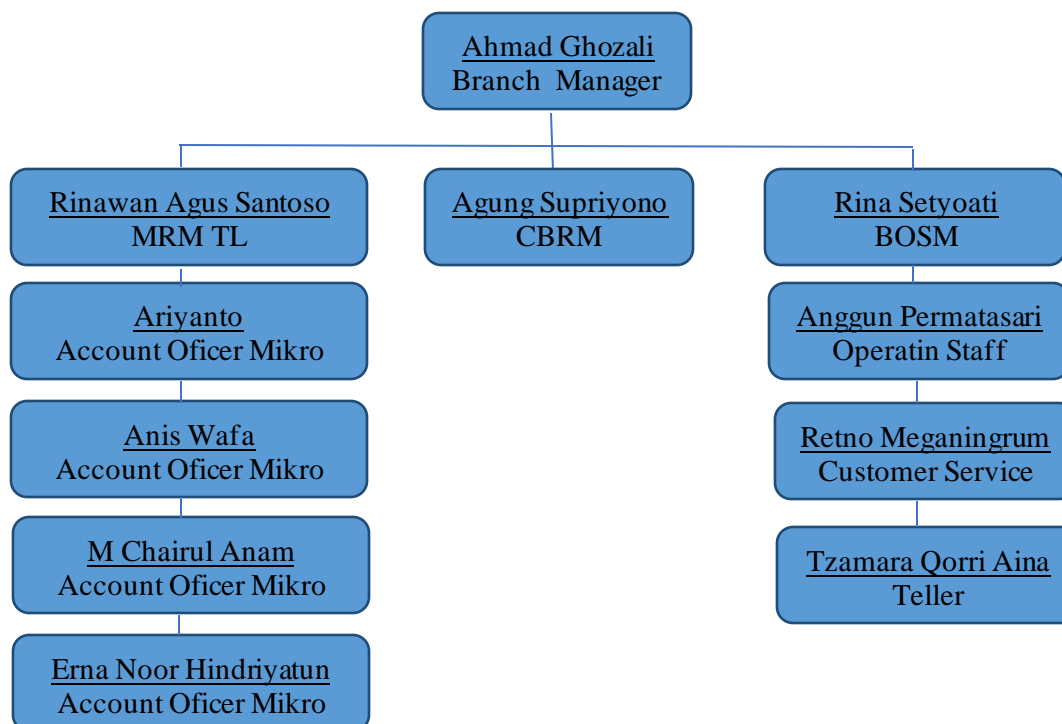
- Visi

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

- Misi

- a. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- b. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah.
- c. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan di mana pun.
- d. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.

4.1.3 Struktur Organisasi PT Bank BRI Syariah KCP Purwodadi Tahun 2021



⁷¹ Annual Report BRI Syariah, h.36-38

Job Description**a. Pimpinan Cabang Pembantu**

1. Memperluas distribusi pembiayaan
2. Menaikkan simpanan dana
3. Menaikkan taraf aktiva produktif (menurunkan NPF)
4. Menaikkan *Fee Based Income*
5. Mempertahankan kelegaan nasabah luar
6. Menaikkan nasabah pembiayaan
7. Menaikkan nasabah simpanan dana
8. Mengembangkan kualitas aktivitas dan layanan
9. Membiasakan kepatuhan
10. Menetapkan aturan di setiap aktivitas operasional juga usaha
11. Menghindarkan pelanggaran dalam segala hal dan keamanan hasil audit
12. Membiasakan kedisiplinan

b. Branch Operation Supervisor

1. Memberi binaan serta latihan terhadap *Teller* dan *Customer Service* supaya menyelesaikan tugas dengan baik dan tepat
2. Bertanggung jawab atas kebersihan di seluruh bagian perusahaan
3. Mengatur operasional *Teller* dan *Customer Service* KC
4. Mengkoordinasi secara internal maupun eksternal perusahaan mengenai operasional dan *front office* KC
5. Menciptakan tim kerja yang solid, komunikasi efektif, mengembangkan karier serta memberi pelatihan guna menunjang karyawan *front office* di KC
6. Menelesaikan temuan audit di Kantor Kas/KCP/KC
7. Mengawasi dokumen pembiayaan mikro untuk unit kerja Mikro Sentralisasi
8. Ikut serta dalam *Tes Product Knowledge*

c. Customer Service

1. Melayani nasabah menginformasikan produk serta membuka juga menutup rekening berdasarkan SLA dan wewenang yang dipunya

- untuk melakukan transaksi operasional, sesuai permintaan nasabah mengacu pada kebijakan/prosedur/mechanisme yang ada
2. Menangani komplain-komplain nasabah melalui koordinasi dengan pihak-pihak yang berwenang
 3. Menginput data nasabah dengan tepat, lengkap dan akurat
 4. Menjaga kebersihan lokasi kerja, ruang menunggu, tempat brosur serta *area banking hall*.
 5. Mengamankan dokumen juga menjaga alat-alat kerja dengan baik
 6. Mempelajari produk dan layanan yang tersedia sehubungan dengan operasional CS Input data LKT
 7. Bertanggungjawab kepada supervisor berinteraksi produktif dengan karyawan lain guna menerapkan kebijakan atau aturan yang berlaku pada *front office* di Operasional KC/KCP/KK
 8. Rajin mempromosikan produk/layanan BRISyariah sesuai yang dibutuhkan nasabah
 9. Bersedia mengikuti pelatihan guna terwujudnya *team work* yang solid

d. Teller

1. Menambah kas supaya pelayanan terhadap nasabah berjalan lancar, baik dan memuaskan
2. Membantu nasabah dalam transaksi setoran, penarikan dan pemindah bukuan
3. Mengecek kebenaran bukti transaksi yang diterima untuk keamanan
4. Mengatur serta menyetorkan fisik kas kepada *Supervisor* pada jam oprasional maupun akhir hari supaya terjaga Pelaporan Asuransi *On Line*
5. Mengalihkan kas antar teller yang membutuhkan demi lancarnya pelayanan
6. Menerima juga memastikan keaslian tanda setoran dan warkat kliring dengan tujuan kevalidan juga keamanan transaksi
7. Mengisi kas ATM saat *replenish* ATM
8. Memasarkan produk/layanan BRISyariah yang dibutuhkan nasabah
9. Mampu bekerjasama dan ikut sera dalam pelatihan dalam mewujudkan *team work* yang solid
10. Memberi pelayanan sesuai standar BRISyariah

e. AO (*Account Officer*)

1. Memperluas distribusi pembiayaan
2. Menaikkan simpanan
3. Mencapai target keuntungan
4. Menaikkan kualitas akiva produktif (menurunkan NPF)
5. Memelihara kelegaan nasabah luar
6. Menaikkan nasabah pembiaaaan komersial, SME, *Linkage*, Konsumer
7. Menaikkan nasabah dana simpanan
8. Memproses pelayanan binaan kepada nasabah
9. Mengurangi pelanggaran, pemastian Hasil Temuan Audit
10. Memenuhi keseluruhan *Covenant*
11. Membiasakan kedisiplinan
12. Menaikkan keterampilan/pengetahuan

f. AOM (*Account Officer Mikro*)

1. Memperluas pembiayaan mikro
2. Menaikkan *Yield* pembiayaan
3. Melengkapi dokumen yang belum terpenuhi (TBO)
4. Mempertahankan kelegaan nasabah luar
5. Menaikkan nasabah pembiayaan mikro
6. Menaikkan nasabah dan simpanan
7. Mempercepat layanan pembiayaan pada nasabah
8. Memelihara *repayment rate*
9. Menaikkan aktiva produktif (menurunkan NPF)
10. Menaikkan simpanan dana
11. Mengembangkan keterampilan pengetahuan
12. Mengurangi pelanggaran serta memastikan hasil temuan audit
13. Memenuhi kelengkapan *convenant*
14. Membiasakan kedisiplinan

4.1.4 Produk BRI Syariah

a. *Funding* (Pendanaan)

1. Tabungan Faedah BRISyariah iB

Merupakan produk tabungan dengan akad wadi'ah memiliki fasilitas atau keunggulan bermacam-macam FAEDAH (Fasilitas Serba Mudah)

2. Tabungan Haji iB Syariah

Merupakan produk tabungan di BRI Syariah dengan akad bagi hasil (*mudharabah*) berprinsip Syariah khusus calon haji dengan tujuan memenuhi Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH)

3. Tabungan Impian iB Syariah

Simpanan berjangka di BRISyariah dengan akad *Mudharabah Mutlaqah* (bagi hasil) dibuat guna memenuhi keinginan nasabah secara terstruktur dengan sistem autodebet setoran rutin bulanan.

4. Tabungan FAEDAH Sempel BRISyariah iB (Tabungan Pelajar)

Merupakan tabungan siswa yang dihadirkan secara nasional dengan syarat yang simpel dan program menarik, tujuannya mengedukasi serta menciptakan budaya gemar menabung sejak dini.

b. *Financing* (Pembiayaan)

1. KPR Faedah
2. KKB BRISyariah iB
3. Qard Beragun Emas BRISyariah iB (Gadai)
4. Pembiayaan Mikro BRISyariah
5. Pembiayaan Umrah BRISyariah iB
6. KMF Purna BRISyariah iB
7. KMF BRISyariah iB
8. Pembiayaan SME 200-500 BRISyariah iB

4.2 Karakteristik Responden

Populasi yang peneliti ambil pada penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Syariah KCP Purwodadi. Karakteristik responden pada penelitian ini berbeda-beda, sehingga perlu dilakukan pengelompokan disetiap karakteristik. Pengelompokan karakteristik yang dipakai pada penelitian ini antara lain: jenis kelamin responden, usia responden, pekerjaan responden dan lama menjadi nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi. Berikut adalah pengelompokan responden berdasarkan kuesioner yang telah peneliti sebar.

4.2.1 Jenis Kelamin Responden

Responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin laki-laki dan perempuan agar lebih jelas dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	27	54,0	54,0	54,0
	Perempuan	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa dari 50 responden yang terbesar adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 54%, sedangkan responden perempuan sebesar 46%.

4.2.2 Usia Responden

Dari hasil pengolahan data, karakteristik responden berdasarkan usianya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-24	4	8,0	8,0	8,0
	25-34	24	48,0	48,0	56,0
	35-49	21	42,0	42,0	98,0
	50-64	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.2 di atas memperlihatkan dari 50 responden, usia terbanyak ialah nasabah dengan usia 25-34 tahun yaitu sebesar 48%, usia 35-49 tahun sebesar 42%, usia 17-24 tahun sebesar 8% dan terendah ialah nasabah dengan usia 50-64 tahun yaitu sebesar 2%.

4.2.3 Pekerjaan Responden

Dari hasil pengolahan data, karakteristik berdasarkan pekerjaan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	2	4,0	4,0	4,0
	Pegawai Swasta	25	50,0	50,0	54,0
	Buruh	4	8,0	8,0	62,0
	Pedagang	13	26,0	26,0	88,0
	Tidak Bekerja	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.3 di atas memperlihatkan dari 50 responden nasabah terbanyak adalah nasabah yang bekerja sebagai pegawai swasta yaitu sebesar 50%, nasabah yang bekerja sebagai pedagang sebesar 26%, nasabah yang tidak bekerja sebesar 12%, nasabah yang bekerja sebagai buruh sebesar 8%, dan yang terendah adalah nasabah yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebesar 4%.

4.2.4 Lama Responden Menjadi Nasabah BRI Syariah KCP Purwodadi

Hasil pengolahan data yang diperoleh dari penyebaran angket karakteristik berdasarkan lama responden menjadi nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-5	43	86,0	86,0	86,0
	6-10	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Sumber data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.4 di atas memperlihatkan dari 50 responden jumlah nasabah terbanyak yaitu menjadi nasabah selama 1-5 tahun sebesar 86%, sedangkan yang terendah yaitu yang menjadi nasabah 6 tahun sampai 10 tahun sebesar 14%.

4.3 Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat kesesuaian antara data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan data yang sebenarnya terjadi. Sehingga dipastikan jika data yang diperoleh adalah valid dan bisa digunakan. Kevalidan suatu data dalam penelitian diketahui melalui uji validitas terhadap setiap butir kuesioner.

Pengujian validitas dilakukan pada setiap pertanyaan, dengan membandingkan hasil r hitung dengan r tabel di mana $df = n-2$ dengan sig 5%. Jika r hitung $>$ r tabel maka dikatakan valid. Jadi besarnya $df = 50-2 = 48$ dengan signifikansi 0,05 maka didapat nilai r tabel sebesar 0,2353. Kriteria penilaian uji validitas dengan taraf signifikansi 0,05 adalah sebagai berikut :

- a. Jika r hitung $>$ r tabel (sig. 0,05), maka komponen kuesioner dikatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel (sig. 0,05), maka komponen kuesioner dikatakan tidak valid.

Dari penyebaran angket diperoleh 50 responden nasabah BRI Syariah KCP Purwodadi. Hasil uji validitas diolah dengan aplikasi SPSS versi 25.0 berikut ini:

Tabel 4.5

Uji Validitas Variabel *Compliance*

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<i>Compliance</i> (X_1)	<i>Compliance 1</i>	0,264	0,235	valid
	<i>Compliance 2</i>	0,467	0,235	valid
	<i>Compliance 3</i>	0,799	0,235	valid
	<i>Compliance 4</i>	0,678	0,235	valid

Sumber : data primer yang diolah 2021

Dari tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari variabel *Compliance* (X_1) dapat diketahui bahwa r tabel $df = 50-2 = 48$ dengan signifikansi 0,05 maka didapat nilai r tabel sebesar 0,235. Maka masing-masing komponen kuesioner dinyatakan valid karena r hitung $>$ nilai r tabel.

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Assurance

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<i>Assurance (X₂)</i>	<i>Assurance 1</i>	0,638	0,235	valid
	<i>Assurance 2</i>	0,638	0,235	valid
	<i>Assurance 3</i>	0,606	0,235	valid
	<i>Assurance 4</i>	0,641	0,235	valid

Sumber : data primer yang diolah 2021

Dari tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari variabel Assurance (X₂) dapat diketahui bahwa r tabel df = 50-2 = 48 dengan signifikansi 0,05 maka didapat nilai r tabel sebesar 0,235. Maka masing-masing komponen kuesioner dinyatakan valid karena r hitung > nilai r tabel.

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Reliability

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<i>Reliability (X₃)</i>	<i>Reliability 1</i>	0,341	0,235	valid
	<i>Reliability 2</i>	0,477	0,235	valid
	<i>Reliability 3</i>	0,489	0,235	valid
	<i>Reliability 4</i>	0,546	0,235	valid

Sumber : data primer yang diolah 2021

Dari tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari variabel Reliability (X₃) dapat diketahui bahwa r tabel df = 50-2 = 48 dengan signifikansi 0,05 maka didapat nilai r tabel sebesar 0,235. Maka masing-masing komponen kuesioner dinyatakan valid karena r hitung > nilai r tabel.

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel *Tangible*

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<i>Tangible (X₄)</i>	<i>Tangible 1</i>	0,463	0,235	valid
	<i>Tangible 2</i>	0,560	0,235	valid
	<i>Tangible 3</i>	0,603	0,235	valid
	<i>Tangible 4</i>	0,596	0,235	valid

Sumber : data primer yang diolah 2021

Dari tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari variabel *Tangible (X₄)* dapat diketahui bahwa r tabel $df = 50 - 2 = 48$ dengan signifikansi 0,05 maka didapat nilai r tabel sebesar 0,235. Maka masing-masing komponen kuesioner dinyatakan valid karena r hitung > nilai r tabel.

Tabel 4.9
Uji Validitas Variabel *Empathy*

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<i>Empathy (X₅)</i>	<i>Empathy 1</i>	0,572	0,235	valid
	<i>Empathy 2</i>	0,612	0,235	valid
	<i>Empathy 3</i>	0,762	0,235	valid
	<i>Empathy 4</i>	0,541	0,235	valid

Sumber : data primer yang diolah 2021

Dari tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari variabel *Empathy (X₅)* dapat diketahui bahwa r tabel $df = 50 - 2 = 48$ dengan signifikansi 0,05 maka didapat nilai r tabel sebesar 0,235. Maka masing-masing komponen kuesioner dinyatakan valid karena r hitung > nilai r tabel.

Tabel 4.10
Uji Validitas Variabel *Responsiveness*

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<i>Responsiveness (X₆)</i>	<i>Responsiveness 1</i>	0,483	0,235	valid
	<i>Responsiveness 2</i>	0,658	0,235	valid
	<i>Responsiveness 3</i>	0,683	0,235	valid
	<i>Responsiveness 4</i>	0,586	0,235	valid

Sumber : data primer yang diolah 2021

Dari tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari variabel *Responsiveness* (X_6) dapat diketahui bahwa r tabel $df = 50-2 = 48$ dengan signifikansi 0,05 maka didapat nilai r tabel sebesar 0,235. Maka masing-masing komponen kuesioner dinyatakan valid karena r hitung > nilai r tabel.

Tabel 4.11
Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan Nasabah 1	0,583	0,235	valid
	Kepuasan Nasabah 2	0,647	0,235	valid
	Kepuasan Nasabah 3	0,731	0,235	valid
	Kepuasan Nasabah 4	0,530	0,235	valid

Sumber : data primer yang diolah 2021

Dari tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa hasil uji validitas dari variabel Kepuasan Nasabah (Y) dapat diketahui bahwa r tabel $df = 50-2 = 48$ dengan signifikansi 0,05 maka didapat nilai r tabel sebesar 0,235. Maka masing-masing komponen kuesioner dinyatakan valid karena r hitung > nilai r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebagai alat ukur untuk melihat hasil penelitian apakah relatif sama atau konsisten meskipun dilakukan berkali-kali dalam waktu berlainan. Uji ini hanya dilakukan pada data yang dinyatakan valid. Uji reliabilitas dilakukan dengan memakai metode *Cronbach Alpha*. Kriteria penilaian uji reliabilitas:

- a. Jika hasil koefisien alpha > 0,60, maka dikatakan reliabel.
- b. Jika hasil koefisien alpha < 0,60, maka dikatakan tidak reliabel.

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
<i>Compliance</i> (X ₁)	0,710	5	Reliabel
<i>Assurance</i> (X ₂)	0,733	5	Reliabel
<i>Reliability</i> (X ₃)	0,679	5	Reliabel
<i>Tangible</i> (X ₄)	0,686	5	Reliabel
<i>Empathy</i> (X ₅)	0,735	5	Reliabel
<i>Responsiveness</i> (X ₆)	0,722	5	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,737	5	Reliabel

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.12 di atas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha dari variabel *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness*, dan Kepuasan Nasabah dikatakan reliabel karena nilainya $> 0,60$.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah instrumen yang digunakan untuk mengukur data yang dimiliki apakah berdistribusi secara normal sehingga bisa dipakai pada statistik parametrik. Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat suatu variabel normal apa tidak.⁷² Uji normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov dengan kriteria penilaian sebagai berikut :

- a. Apabila nilai signifikan $> 0,05$, artinya data dikatakan memiliki distribusi normal.
- b. Apabila nilai signifikan $< 0,05$, artinya data dikatakan tidak memiliki distribusi normal.

⁷² Sugiyono, "Metode Penelitian Administrasi", (Bandung: Alfabeta, 2006), h.196

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,58723284
Most Extreme Differences	Absolute	,091
	Positive	,073
	Negative	-,091
Test Statistic		,091
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

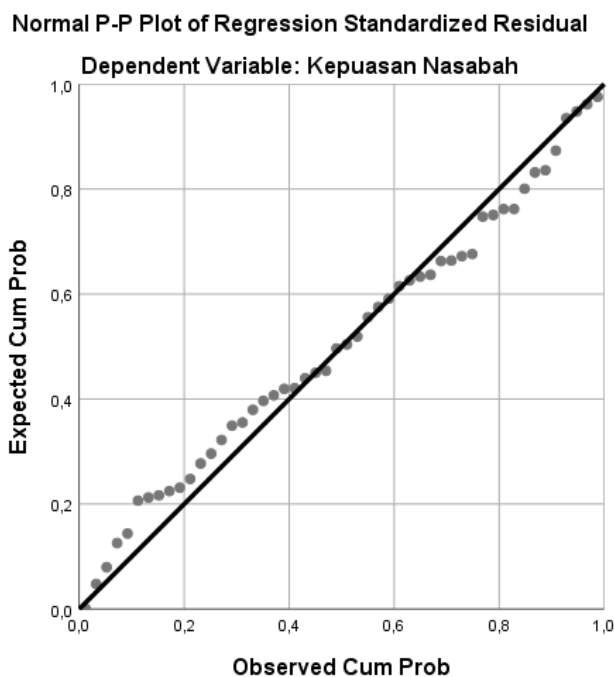
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : data primer yang diolah 2021

Dari tabel 4.13 hasil uji normalitas kolmogorov-smirnov diatas menunjukkan bahwa berdistribusi normal. Dilihat dari nilai (Asymp. Sig. 2-tailed) pada variabel *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, Responsiveness*, dan Kepuasan Nasabah lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200 ($0,200 > 0,05$). Disimpulkan data yang diuji berdistribusi normal.

Uji normalitas juga uji dengan grafik P-plot untuk melihat data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Data yang diuji dikatakan normal jika data atau titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Gambar 4.1



Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan gambar 4.1 grafik P-Plot diatas dapat dikatakan bahwa titik-titik tersebut menyebar disekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan bahwa pola distribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ialah instrumen yang dipakai untuk melihat apakah ada hubungan antar variabel bebas dalam suatu model regresi.⁷³ Cara menguji multikolinieritas bisa dengan melihat nilai dari *Variance Inflation Factor* (VIF). Kriteria penilaiannya sebagai berikut :

- a. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.
- b. Jika nilai Tolerance lebih dari 1 maka tidak terjadi multikolinieritas.

⁷³ Agus Eko Sujianto, "Aplikasi...", h.79

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-11,792	2,640		-4,466	,000		
	Compliance	,262	,126	,175	2,082	,043	,816	1,226
	Assurance	,292	,111	,217	2,631	,012	,846	1,182
	Reliability	,245	,104	,197	2,356	,023	,825	1,213
	Tangible	,298	,109	,263	2,735	,009	,626	1,598
	Empathy	,389	,092	,359	4,217	,000	,798	1,253
	Responsiveness	,274	,111	,262	2,469	,018	,514	1,947

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : data primer yang diolah 2021

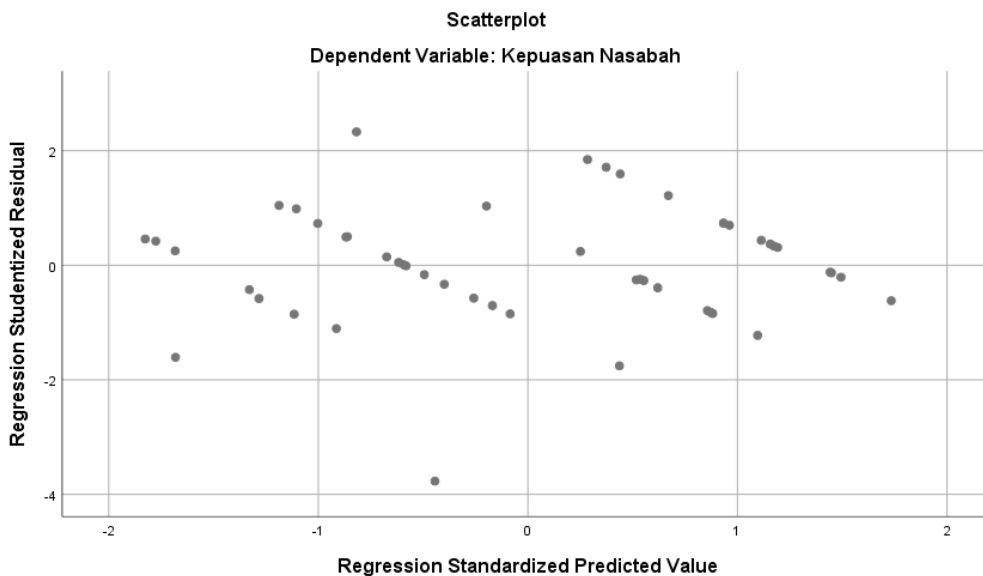
Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji multikolinieritas di atas memperlihatkan bahwa variabel X₁ (*Compliance*) mempunyai nilai VIF 1,226, variabel X₂ (*Assurance*) mempunyai nilai VIF 1,182, variabel X₃ (*Reliability*) mempunyai nilai VIF 1,213, variabel X₄ (*Tangible*) mempunyai nilai VIF 1,598, variabel X₅ (*Empathy*) mempunyai nilai VIF 1,253, variabel X₆ (*Responsiveness*) mempunyai nilai VIF 1,947. Dapat dikatakan bahwa dari variabel *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy*, dan *Responsiveness* tidak terjadi multikolinieritas karena nilai VIF < 10,0. Selain berdasarkan dari nilai VIF, dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas dilihat dari nilai *tolerance* seluruh variabel yang ada di atas yaitu lebih besar dari 0,10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual pada model regresi. Dilihat dari grafik *Scatterplot* dan uji glejser.

1. Metode *Scatterplot*

Gambar 4.2



Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan gambar 4.2 hasil uji heteroskedastisitas memperlihatkan bahwa grafik *Scatterplot* di atas tidak membentuk pola teratur seperti bergelombang, melebar atau menyempit, melainkan menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y, dapat dikatakan bahwa penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji glejser

Tabel 4.15

Hasil Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,614	1,481		-,415	,680
	Compliance	-,010	,071	-,021	-,147	,884
	Assurance	,173	,062	,386	2,777	,549
	Reliability	,009	,058	,023	,161	,873
	Tangible	-,073	,061	-,192	-1,187	,242
	Empathy	,096	,052	,266	1,860	,070
	Responsiveness	-,133	,062	-,382	-2,141	,258

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan hasil uji glejser yang terdapat pada tabel 4.15, bahwa variabel *Compliance* sebesar 0,884, variabel *Assurance* sebesar 0,549, variabel *Reliability* sebesar 0,873, variabel *Tangible* sebesar 0,242, variabel *Empathy* sebesar 0,070, variabel *Responsiveness* sebesar 0,258. Hal ini membuktikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini.

4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis regresi yang dipakai untuk menentukan bentuk dari hubungan antar variabel, jika variabel dependen hanya satu maka variabel independen ada dua atau lebih. Tujuan utama penggunaan teknik analisis data ini adalah untuk menduga hubungan dari satu variabel dengan variabel lain yang bisa dilihat dari persamaan garis regresinya.

Tabel 4.16
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11,792	2,640		-4,466	,000
	Compliance	,262	,126	,175	2,082	,043
	Assurance	,292	,111	,217	2,631	,012
	Reliability	,245	,104	,197	2,356	,023
	Tangible	,298	,109	,263	2,735	,009
	Empathy	,389	,092	,359	4,217	,000
	Responsiveness	,274	,111	,262	2,469	,018

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji linier berganda di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = -11,792 + 0,262 X_1 + 0,292 X_2 + 0,245 X_3 + 0,298 X_4 + 0,389 X_5 + 0,274 X_6$$

Persamaan di atas dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar -11,792. Artinya jika *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness* tidak dimasukkan dalam penelitian, maka tingkat kepuasan nasabah menurun sebesar -11,792. Hal

ini dikarenakan ada pengaruh dari variabel lain selain *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness*.

2. Nilai koefisien variabel *Compliance* (X_1) sebesar 0,262 yang artinya jika variabel *Compliance* mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan nasabah rata-rata akan meningkat sebesar 0,262%.
3. Nilai koefisien variabel *Assurance* (X_2) sebesar 0,292 yang artinya jika variabel *Assurance* mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan nasabah rata-rata akan meningkat sebesar 0,292%.
4. Nilai koefisien variabel *Reliability* (X_3) sebesar 0,245 yang artinya jika variabel *Reliability* mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan nasabah rata-rata akan meningkat sebesar 0,245%.
5. Nilai koefisien variabel *Tangible* (X_4) sebesar 0,298 yang artinya jika variabel *Tangible* mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan nasabah rata-rata akan meningkat sebesar 0,298%.
6. Nilai koefisien variabel *Empathy* (X_5) sebesar 0,389 yang artinya jika variabel *Empathy* mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan nasabah rata-rata akan meningkat sebesar 0,389%.
7. Nilai koefisien variabel *Responsiveness* (X_6) sebesar 0,274 yang artinya jika variabel *Responsiveness* mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan nasabah rata-rata akan meningkat sebesar 0,274.

4.3.4 Uji Hipotesis

a. Uji-t (Uji Parsial)

Uji-t dilakukan dengan tujuan melihat variabel dependen dan variabel independen apakah keduanya memiliki pengaruh secara parsial yang signifikan ataukah tidak. Apabila nilai t hitung melebihi nilai t tabel maka hipotesis yang diajukan diterima. Nilai t hitung bisa diperoleh dari sig $\alpha = 0,05$ dengan $df = n-k$.

Kesimpulannya:

1. Apabila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara parsial.
2. Apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya ada pengaruh secara parsial.

Tabel 4.17
Hasil Uji-t (Uji Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11,792	2,640		-4,466	,000
	Compliance	,262	,126	,175	2,082	,043
	Assurance	,292	,111	,217	2,631	,012
	Reliability	,245	,104	,197	2,356	,023
	Tangible	,298	,109	,263	2,735	,009
	Empathy	,389	,092	,359	4,217	,000
	Responsiveness	,274	,111	,262	2,469	,018

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji-t di atas adalah :

1. Nilai t-hitung sebesar 2,082 sedangkan t-tabel 1,681, dapat disimpulkan bahwa t-hitung $2,082 > 1,681$ dan nilai signifikan variabel *Compliance* (X_1) adalah 0,043, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Compliance* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Nilai t-hitung sebesar 2,631 sedangkan t-tabel 1,681, dapat disimpulkan bahwa t-hitung $2,631 > 1,681$ dan nilai signifikan variabel *Assurance* (X_2) adalah 0,012, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Assurance* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Nilai t-hitung sebesar 2,356 sedangkan t-tabel 1,681, dapat disimpulkan bahwa t-hitung $2,356 > 1,681$ dan nilai signifikan variabel *Reliability* (X_3) adalah 0,023, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Reliability* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4. Nilai t-hitung sebesar 2,735 sedangkan t-tabel 1,681, dapat disimpulkan bahwa t-hitung $2,735 > 1,681$ dan nilai signifikan variabel *Tangible* (X_4) adalah 0,009, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Tangible* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

5. Nilai t-hitung sebesar 4,217 sedangkan t-tabel 1,681, dapat disimpulkan bahwa t-hitung $4,217 > 1,681$ dan nilai signifikan variabel *Empathy* (X_5) adalah 0,000, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Empathy* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
6. Nilai t-hitung sebesar 2,469 sedangkan t-tabel 1,681, dapat disimpulkan bahwa t-hitung $2,469 > 1,681$ dan nilai signifikan variabel *Responsiveness* (X_6) adalah 0,018, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Responsiveness* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat seberapa jauh semua variabel X (independen) secara simultan dapat mempengaruhi variabel Y (dependen).

1. Apabila F hitung $<$ F tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara simultan.
2. Apabila F hitung $>$ F tabel, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya ada pengaruh secara simultan.

Tabel 4.18

Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51,103	6	8,517	21,674	,000 ^b
	Residual	16,897	43	,393		
	Total	68,000	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Responsiveness, Reliability, Assurance, Compliance, Empathy, Tangible

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.17 hasil Uji F diatas, memperlihatkan nilai F-hitung sebesar 21,674 sedangkan nilai F-tabel dengan signifikansi 5% (0,05) diperoleh 2,318 dan nilai probabilitas 0,000. Karena probabilitas kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka model regresi bisa dikatakan *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Artinya H_a diterima dan H_0 ditolak.

4.3.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi merupakan analisis yang pada intinya dipakai untuk melihat besaran atau nilai kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Dikatakan baik jika kesesuaian regresi dilihat dari R^2 nya memiliki nilai antara 0 dan 1.

Tabel 4.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,867 ^a	,752	,717	,62687	1,775

a. Predictors: (Constant), Responsiveness, Reliability, Assurance, Compliance, Empathy, Tangible

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.18 hasil uji koefisien determinasi (R^2) diatas dapat dilihat bahwa *R Squer* (R^2) sebesar 0,752 atau 75,2% memperlihatkan variabel independen (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, dan Responsiveness*) dapat mempengaruhi variabel dependen (Kepuasan Nasabah). Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

4.4 Pembahasan Analisis Data

4.4.1 Pengaruh *Compliance* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil olahan data statistik penelitian ini, pada Tabel 4.16 diketahui *Compliance* memiliki nilai t-hitung sebesar 2,082 di mana lebih besar dari nilai t-tabel (1,677) atau t-hitung 2,082 > t-tabel 1,677 dan nilai signifikan sebesar 0,043 di mana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka hipotesis pertama diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Compliance* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi, sehingga setiap terjadi peningkatan *Compliance* akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Compliance adalah kepatuhan operasional perusahaan sesuai dengan prinsip Syariah atau mengikuti dan mematuhi hukum Islam. Pada dasarnya *Compliance* memiliki tujuan untuk membuktikan bahwa suatu perusahaan dapat memberikan pelayanan jasa yang terbebas dari hal-hal yang tidak diperbolehkan dalam hukum

Islam, contohnya bebas dari unsur yang haram, riba, bathil dan bebas dari unsur-unsur lain yang dilarang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Verdian Aissa Lintang mengatakan jika variabel *Compliance Sharia* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁷⁴ Kiki Nurul Fitriani menyatakan bahwa *Compliance* (kepatuhan) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan Faedah.⁷⁵

Kepatuhan Syariah BRI Syariah KCP Purwodadi dalam menjalankan operasionalnya dapat diungkapkan berdasarkan indikator-indikator yang telah dikemukakan oleh Adrian Sutedi yang diukur menggunakan metode *scoring*. Dari tabel 2.1 dijadikan acuan untuk menghasilkan tabel pengukuran *Compliance* berikut ini.

Tabel 4.20

Hasil Pengukuran *Compliance* pada BRI Syariah

Nama Bank Syariah	Indeks Compliance (%)			Rata-rata
	2017	2018	2019	
BRI Syariah	93,02%	95,35%	95,35%	94,57%

Sumber : data sekunder yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.1 di atas diketahui bahwa hasil pengukuran *Compliance* pada BRI Syariah memiliki rata-rata 94,57%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa BRI Syariah telah melakukan pengungkapan Syariah dengan baik karena indeks pengungkapannya lebih dari 50%.

4.4.2 Pengaruh *Assurance* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil olahan data statistik penelitian ini, pada Tabel 4.16 diketahui *Assurance* memiliki nilai t-hitung sebesar 2,631 di mana lebih besar dari nilai t-tabel (1,677) atau t-hitung 2,631 > t-tabel 1,677 dan nilai signifikan sebesar 0,012 di mana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis kedua diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Assurance* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi.

Assurance adalah jaminan perusahaan dalam mengupayakan pegawai yang ahli dalam bidangnya serta memiliki pengalaman dalam memberi pelayanan yang

⁷⁴ Verdian Aissa Lintang, Skripsi, “*Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah Penabung (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara)*”, Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2015, h.61

⁷⁵ Kiki Nurul Fitriani, Skripsi, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Dimensi CARTER di Perbankan Syariah terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Tabungan FAEDAH BRI Syariah KCP Majapahit Semarang)*”, Semarang, UIN Walisongo, 2018, h.82

akurat, sehingga mampu membangun kepercayaan serta keyakinan pelanggan terhadap suatu perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kiki Nurul Fitriani menyatakan bahwa *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁷⁶ Natalia Ribka Lumempow, Silvy Mandey, Jopie Jorie Rotinsulu juga menyatakan bahwa *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁷⁷

4.4.3 Pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil olahan data statistik penelitian ini, pada Tabel 4.16 diketahui *Reliability* memiliki nilai t-hitung sebesar 2,356 menunjukkan lebih besar dari nilai t-tabel (1,677) atau $t\text{-hitung } 2,356 > t\text{-tabel } 1,677$ dan nilai signifikan sebesar 0,023 di mana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis ketiga diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi.

Reliability adalah kemampuan perusahaan dalam upaya memberikan layanan dengan baik, cepat dan tepat. *Reliability* memiliki tujuan untuk menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk bisa diandalkan. Perusahaan yang dapat diandalkan akan mempengaruhi minat pelanggan untuk selalu menggunakan pelayanan jasa dari suatu perusahaan tersebut, dengan begitu pelanggan akan sangat merasa puas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Agam Suherman menyatakan bahwa *Sharia Reliability* berpengaruh signifikan terhadap BAS KC Banda Aceh.⁷⁸ Winarti Utami menyatakan *Reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

⁷⁶ Fitriani, "Pengaruh...", h.83

⁷⁷ Natalia Ribka, Silvy dan Jopie, "Analisis Faktor-faktor Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado", Jurnal EMBA, Vol.3, No.3, 2015, h.1285

⁷⁸ Agam Suherman, Skripsi, "Analisis Kualitas Pelayanan dengan Model CARTER dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada PT Bank Aceh Syariah KC Banda Aceh)", Banda Aceh, UIN Ar-Raniry, 2018, h.100

nasabah.⁷⁹ Eka Farhatun Hidayah juga menyatakan bahwa *Reliability* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁸⁰

4.4.4 Pengaruh *Tangible* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil olah data statistik penelitian ini, pada Tabel 4.16 diketahui *Tangible* memiliki nilai t-hitung sebesar 2,735 di mana lebih besar dari nilai t-tabel (1,677) atau t-hitung $2,735 > t\text{-tabel } 1,677$ dan nilai signifikan sebesar 0,009 di mana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis keempat diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Tangible* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi.

Tangible adalah fasilitas fisik yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat dilihat dirasakan oleh para nasabahnya. Fasilitas fisik yang dimaksud adalah sarana yang dimiliki perusahaan untuk menunjang operasional dalam mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan. Sarana tersebut contohnya memiliki peralatan kerja yang lengkap, bangunan yang indah dan bersih, ruang tunggu yang cukup nyaman dan area parkir yang aman.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Winarti Utami yang menyatakan bahwa *Tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁸¹ Kiki Nurul Fitriani menyatakan bahwa *Tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan Faedah.⁸²

4.4.5 Pengaruh *Empathy* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil olahan data statistik penelitian ini, pada Tabel 4.16 diketahui *Empathy* memiliki nilai t-hitung sebesar 4,217 di mana lebih besar dari nilai t-tabel (1,677) atau t-hitung $4,217 > t\text{-tabel } 1,677$ dan nilai signifikan sebesar 0,000 di mana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis kelima diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Empathy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi.

⁷⁹ Winarti Utami, Skripsi, “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT Pegadaian (PERSERO) (Studi Kasus pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Ngupasan Yogyakarta)*”, Yogyakarta, Universitas PGRI Yogyakarta, 2017, h.17

⁸⁰ Eka Farhatun Hidayah, Skripsi, “*Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada PT BPR Profidana Paramitra (Studi Kasus pada PT BPR Profidana Paramitra Sewon Bantul Yogyakarta)*”, Yogyakarta, Universitas PGRI Yogyakarta, 2016, h.28

⁸¹ Utami, “*Analisis...*”, h.17

⁸² Fitriani, “*Pengaruh...*”, h.83

Empathy adalah kemampuan berkomunikasi yang baik antara karyawan dengan nasabah secara kekeluargaan dalam batas-batas menjunjung etika profesi bertujuan untuk menyampaikan jasa dengan perhatian yang tulus kepada nasabah, serta mampu memahami keinginan nasabah untuk bias memenuhi kebutuhannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Winarti Utami menyatakan *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁸³ Kiki Nurul Fitriani juga menyatakan bahwa *Empathy* berpengaruh signifikan.⁸⁴

4.4.6 Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil olahan data statistik penelitian ini, pada Tabel 4.16 diketahui *Responsiveness* memiliki nilai t-hitung sebesar 2,469 di mana lebih besar dari nilai t-tabel (1,677) atau t-hitung $2,469 > t\text{-tabel } 1,677$ dan nilai signifikan sebesar 0,018 di mana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis keenam diterima dan dapat disimpulkan bahwa *Responsiveness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Purwodadi.

Responsiveness adalah kemampuan respon karyawan dalam melayani nasabah dengan memberi pelayanan yang cepat juga tanggap. Di sini *Responsiveness* berperan penting untuk merealisasikan pelayanan yang dapat memuaskan nasabah-nasabahnya. Kemampuan karyawan memberikan ketanggapan saat melayani nasabah dengan semua keluh kesahnya akan menjadi salah satu yang sangat diperlukan oleh nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Kiki Nurul Fitriani juga menyatakan bahwa *Responsiveness* berpengaruh signifikan.⁸⁵ Agam Suherman juga menyatakan bahwa *Sharia Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap BAS KC Banda Aceh.⁸⁶

⁸³ Utami, "*Analisis...*", h.17

⁸⁴ Fitriani, "*Pengaruh...*", h.83

⁸⁵ *Ibid.*, h.84

⁸⁶ Suherman, "*Analisis...*", h.101

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian mengenai pengaruh dimensi CARTER dalam kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Purwodadi, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan *Compliance* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari hasil uji parsial atau uji-t yang memperlihatkan hasil t-hitung lebih besar dari t-tabel dengan nilai hitung sebesar $2,082 > 1,681$ dan nilai signifikansinya adalah $0,043 < 0,05$.
2. Hasil penelitian menunjukkan *Assurance* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari hasil uji parsial atau uji-t yang memperlihatkan hasil t-hitung lebih besar dari t-tabel dengan nilai hitung $2,631 > 1,681$ dan nilai signifikansinya adalah $0,012 < 0,05$.
3. Hasil penelitian menunjukkan *Reliability* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari hasil uji parsial atau uji-t yang memperlihatkan hasil t-hitung lebih besar dari t-tabel dengan nilai hitung sebesar $2,356 > 1,681$ dan nilai signifikansinya adalah $0,023 < 0,05$.
4. Hasil penelitian menunjukkan *Tangible* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari hasil uji parsial atau uji-t yang memperlihatkan hasil t-hitung lebih besar dari t-tabel dengan nilai hitung sebesar $2,735 > 1,681$ dan nilai signifikansinya adalah $0,009 < 0,05$.
5. Hasil penelitian menunjukkan *Empathy* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari hasil uji parsial atau uji-t yang memperlihatkan hasil t-hitung lebih besar dari t-tabel dengan nilai hitung sebesar $4,217 > 1,681$ dan nilai signifikansinya adalah $0,000 < 0,05$.
6. Hasil penelitian menunjukkan *Responsiveness* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari hasil uji parsial atau uji-t yang memperlihatkan hasil t-hitung lebih besar dari t-tabel dengan nilai hitung sebesar $2,469 > 1,681$ dan nilai signifikansinya adalah $0,018 < 0,05$.

5.2 Saran

Setelah melihat hasil dan kesimpulan yang dikemukakan oleh penulis di atas, maka demi meningkatkan kepuasan nasabah BRI Syariah KCP Purwodadi, penulis mengajukan beberapa saran diantaranya :

1. Bagi peneliti

Peneliti diharapkan untuk dapat mengungkapkan factor-faktor lain yang bias mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah. Karena masih ada berbagai macam factor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah selain dimensi CARTER.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan melalui hasil penelitian ini, untuk bisa membantu perusahaan dalam memberikan pemahaman mengenai peningkatan kualitas pelayanan secara maksimal, agar mampu memberikan kepuasan yang lebih tinggi dari nasabah sehingga timbul kepercayaan nasabah untuk selalu menggunakan layanan jasa perusahaan. Dari hasil uji-t dapat dilihat urutan pengaruh variabel *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah dari yang tertinggi sampai terendah yaitu *Empathy* sebesar 38,9%, *Tangible* sebesar 29,8%, *Assurance* sebesar 29,2%, *Responsiveness* sebesar 27,4%, *Compliance* sebesar 26,2%, *Reliability* sebesar 24,5%. Oleh karena itu perusahaan harus tetap mempertahankan dan kualitas pelayanan dapat ditingkatkan lagi agar pencapaian dalam memenuhi kepuasan nasabah semakin meningkat, terutama peningkatan terhadap *Reliability*. Dengan memberikan pegawai yang memiliki kemampuan tinggi dalam bidang perbankan Syariah sehingga mampu memecahkan masalah dalam melayani nasabah, pegawai yang jujur, teliti, sopan, menyenangkan dalam memberikan pelayanan dan tidak melupakan etika memberikan salam, senyum, sapa sebelum melayani nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdullah, M. Ma'ruf. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Andrianto dan M. Anang Firmansyah. 2019. *Manajemen Bank Syariah (Implementasi Teori Dan Praktek)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Arif, M. Nur Rianto Al. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arifin, Zainal. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Tangerang: Aztera Publisher.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro
- Gunawan, Imam. 2016. *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ghazali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Jasfar, Farida. 2005. *Manajemen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nasution. 2009. *Metode Research*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- RI, Departemen Agama. 2007. *Syaamil Quran Yasmina Al-Qur'an & Terjemah*. Jakarta: Gema Insani Press.
- R, Aritonang, Lerbin R., 2005. *Kepuasan Pelanggan: pengukuran dan penganalisisan dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sutedi, Adrian. 2009. *Perbankan Syariah: Tinjauan Dan Beberapa Segi Hukum*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.

Yuliardi, Ricki dan Zuli Nuraeni. 2017. *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*. Yogyakarta: Innosain

JURNAL DAN SKRIPSI

Annual Report BRI Syariah.

Ansori, 2001. 'Pengungkapan Sharia Compliance Dan Kepatuhan Bank Syariah Terhadap Prinsip Syariah', *Jurnal Dinamika Akuntansi*, Vol.13, No.3.

Andriani, Putri. 2015. Skripsi. 'Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pengguna ATM'. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga.

Aziz, Mansur. 2018. 'Perbandingan Kualitas Layanan antara Bank Syariah dengan Bank Konvensional Ditinjau dari Kepuasan Nasabah di Kabupaten Pacitan'. *Ekonomi Syariah*. Vol.1, No.2.

Febriana, Nina Indah. 2016. 'Analisis Kualitas Pelayanan Bank terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung'. *An-Nisbah*. Vol.3, No.1.

Fitriani, Kiki Nurul. 2018. Skripsi. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Dimensi CARTER di Perbankan Syariah terhadap Kepuasan Nasabah'. Semarang: UIN Walisongo

Hidayah, Eka Farhatun. 2016. Skripsi. 'Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada PT.BPR Profidana Paramitra'. Yogyakarta: Universitas PGRI Yogyakarta

Lintang, Verdian Aissa. 2015. Skripsi. 'Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah Penabung'. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga

Muyassarrah. 2019. 'Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran Produk Simpanan Kurban Di KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Jepara'. *Lpmp Imperium*. Vol.1, No.3.

Mustofa, Ulul Azmi dan Yudi Siyamto. 2015. 'Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Surakarta'. *Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol.1, No.2.

Nilasari, Eswika dan Istiatin. 2015. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Dealer Pt. Ramayana Motor Sukoharjo'. *Paradigma*. Vol.13, No.1.

Othman, Abdul Qawi dan Lyn Owen. 2001. 'Adopting and Measuring Customer Service Quality in Islamic Bank: A Case Study N Kuwait Finance House'. *International Journal Of Islamic Service*, Vol.3, No.1.

Pawestriningtyas, Nining Catur dan Imam Suadi. 2016. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Nasabah'. *Administrasi Bisnis*. Vol.32, No.2

Suherman, Agam. 2018. Skripsi. 'Analisis Kualitas Pelayanan dengan Model CARTER dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah'. Banda Aceh: UIN Ar-Raniry

Silvya, Natalia Ribka., Jopie. 2015. 'Analisis Faktor-faktor Pelayanan terhadap Kepuasan

- Nasabah pada PT Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado'. EMBA. Vol.3, No.3
- Utami, Winarti. 2017. Skripsi. 'Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT Pegadaian (PERSERO)', Yogyakarta: Universitas PGRI Yogyakarta
- Wahab, Wirdayani. 2002. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru'. Kajian Ekonomi Islam. Vol.2, No.1.
- Yuningrum, Heny, Muyassarrah dan R.D Astuti. 2020. 'Effect Of Service Quality, Product Quality And Trust In Customer Satisfaction (Case Study At Bank BRI Syariah KCP Kendal)'. *AL-ARBAH*. Vol.2, No.2

WEB

- <http://ciputrauceo.net/blog/2016/2/18/kualitas-pelayanan-dimensi-dan-cara-mengukurnya> pada tanggal 22 April 2020 pukul 09.14 WIB
- <http://eprints.undip.ac.id/29246/1/Skripsi002.pdf> pada tanggal 16 Februari 2021 pukul 20.38 WIB
- <http://eprints.radenfatah.ac.id> pada tanggal 23 Maret 2020 pukul 10.23 WIB
- www.statistika.com pada tanggal 23 April 2020 pukul 15.02 WIB
- <http://www.ojk.go.id/Statistik-Perbankan-Syariah-Desember-2019> pada tanggal 24 September 2021 pukul 15.28 WIB
- <https://widisudharta.eebly.com/metode-penelitian-skripsi.html> pada tanggal 29 Mei 2020 pukul 19.29 WIB

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH DIMENSI CARTER DALAM KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA BRI SYARIAH KCP PURWODADI

Petunjuk pengisian kuesioner :

1. Sebelum anda menjawab daftar pernyataan yang telah disiapkan, isilah terlebih dahulu identitas yang telah disediakan.
2. Bacalah dengan baik setiap pernyataan, kemudian beri tanda (✓) pada jawaban yang dianggap paling tepat.
3. Isilah kuesioner dengan jujur serta penuh ketelitian. Dan terimakasih telah bersedia mengisi kuesioner ini.
4. Penelitian untuk skor adalah : **(SS) Sangat Setuju, (S) Setuju, (TS) Tidak Setuju, (STS) Sangat Tidak Setuju.**

Identitas Responden :

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia saat ini : 17-24 tahun 50-64 tahun
 25-34 tahun > 65 tahun
 35-49 tahun
4. Pekerjaan saat ini : Pelajar/Mahasiswa Buruh
 Pegawai Negeri Pedagang
 Pegawai Swasta Tidak Bekerja
5. Lama menjadi nasabah : 1-5 tahun > 11 tahun
 6-10 tahun

Mohon untuk setiap pernyataan dapat di isi seluruhnya.

• **Variabel Compliance (X₁)**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
		(Sangat Setuju)	(Setuju)	(Tidak Setuju)	(Sangat Tidak Setuju)
1	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan prinsip syariah.				
2	Produk-produk yang dimiliki sesuai dengan prinsip syariah.				
3	Akad-akad yang digunakan mematuhi prinsip syariah.				
4	Segala transaksi yang dilakukan terbebas dari <i>riba, maysir, gharar, haram, dzalim</i> .				

• **Variabel Assurance (X₂)**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
		(Sangat Setuju)	(Setuju)	(Tidak Setuju)	(Sangat Tidak Setuju)
1	Pegawai memberikan rasa aman disetiap transaksi kepada nasabah.				
2	Pegawai memenuhi kebutuhan nasabah.				
3	Pegawai memiliki pengetahuan yang baik tentang produk-produk yang terdapat di BRI Syariah KCP Purwodadi				
4	Pegawai memberikan pelayanan kepada nasabah dengan sangat baik.				

• **Variabel Reliability (X₃)**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
		(Sangat Setuju)	(Setuju)	(Tidak Setuju)	(Sangat Tidak Setuju)
1	Pegawai memberikan salam, senyum, sapa sebelum melayani nasabah.				
2	Pegawai jujur dalam memberikan				

	pelayanan.				
3	Pegawai melayani dengan teliti dan berusaha menghindari kesalahan.				
4	Pegawai memiliki kemampuan dalam memecahkan masalah nasabah.				

• **Variabel *Tangible* (X₄)**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
		(Sangat Setuju)	(Setuju)	(Tidak Setuju)	(Sangat Tidak Setuju)
1	Bangunan BRI Syariah KCP Purwodadi indah dan bersih.				
2	Memiliki peralatan kerja yang cukup lengkap.				
3	Memiliki area parkir yang aman.				
4	Memiliki ruang tunggu yang cukup dan nyaman.				

• **Variabel *Empathy* (X₅)**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
		(Sangat Setuju)	(Setuju)	(Tidak Setuju)	(Sangat Tidak Setuju)
1	Pegawai memberikan perhatian kepada nasabah.				
2	Pegawai sangat mengutamakan kepuasan nasabah.				
3	Pegawai menerima komplain nasabah dan menyelesaikannya dengan baik.				
4	Pegawai memiliki kepekaan dalam mengetahui minat serta kebutuhan khusus nasabah.				

• **Variabel Responsiveness (X_6)**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
		(Sangat Setuju)	(Setuju)	(Tidak Setuju)	(Sangat Tidak Setuju)
1	Pegawai menyambut nasabah dengan baik, ramah.				
2	Pegawai memiliki komunikasi yang baik.				
3	Pegawai memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat.				
4	Pegawai melayani nasabah sesuai prosedur.				

• **Variabel Kepuasan Nasabah (y)**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
		(Sangat Setuju)	(Setuju)	(Tidak Setuju)	(Sangat Tidak Setuju)
1	Menggunakan jasa di BRI Syariah KCP Purwodadi terjamin baik dan terpercaya sesuai pedoman pada prinsip-prinsip syariah.				
2	Sikap pegawai dalam melayani nasabah sopan, ramah, mampu memenuhi kebutuhan nasabah dengan sangat baik.				
3	Mampu memberikan pelayanan dengan cepat, tepat dan akurat.				
4	Kebersihan, kenyamanan dan keamanan di BRI Syariah KCP Purwodadi sangat baik.				

Lampiran 2 : Jawaban Responden

1. Jawaban Responden Variabel *Compliance* (X₁)

Res	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
1	4	4	3	3
2	4	4	4	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	3
5	4	4	4	4
6	4	4	4	4
7	4	4	4	3
8	4	4	4	4
9	4	3	4	4
10	4	4	4	4
11	4	4	4	4
12	4	4	3	3
13	4	4	3	4
14	4	4	4	4
15	4	4	4	4
16	4	4	4	4
17	4	4	4	3
18	4	4	4	4
19	4	4	4	4
20	4	4	4	4
21	4	4	4	4
22	4	4	4	3
23	4	4	4	4
24	4	4	4	4
25	4	3	3	3
26	4	4	3	3
27	4	4	4	4
28	4	4	3	3
29	4	4	4	4
30	4	4	3	4
31	4	4	4	4
32	4	4	3	4
33	4	4	4	4
34	4	4	4	4
35	4	4	4	4
36	4	4	3	4
37	4	4	4	4
38	4	4	4	4

39	3	4	3	4
40	4	4	4	4
41	4	4	4	4
42	4	4	4	4
43	4	4	4	3
44	4	4	4	4
45	4	4	4	4
46	4	4	4	4
47	4	4	4	3
48	4	4	4	3
49	4	4	3	4
50	4	3	3	4

2. Jawaban Responden Variabel Assurance (X₂)

Res	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	3	4	3	4
2	4	4	3	4
3	3	4	4	4
4	4	4	4	3
5	4	4	4	4
6	3	3	4	4
7	4	4	4	4
8	4	4	4	4
9	4	4	4	4
10	3	4	4	4
11	4	4	4	4
12	3	3	3	3
13	4	4	4	4
14	4	4	4	4
15	4	4	4	3
16	3	4	4	3
17	4	4	4	4
18	4	4	4	4
19	3	4	4	4
20	3	3	4	4
21	4	4	4	4
22	3	4	4	4
23	4	4	4	4
24	3	4	4	4
25	4	4	3	3
26	4	4	4	4
27	4	4	4	4
28	3	4	4	4

29	4	4	4	4
30	3	4	4	4
31	4	4	4	4
32	4	4	4	4
33	4	4	4	4
34	3	4	4	4
35	4	4	4	4
36	3	4	4	4
37	4	4	4	4
38	4	4	4	4
39	4	4	4	4
40	4	3	4	3
41	4	4	4	4
42	4	4	4	4
43	4	4	4	4
44	4	4	4	4
45	3	4	4	4
46	4	4	4	4
47	4	4	4	4
48	4	4	4	4
49	4	4	4	4
50	4	4	3	3

3. Jawaban Responden Variabel *Reliability* (X₃)

Res	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
1	4	4	3	2
2	3	3	4	4
3	4	4	4	4
4	4	3	3	4
5	4	4	4	4
6	4	4	4	2
7	3	3	3	3
8	4	4	4	3
9	4	4	4	4
10	4	4	4	2
11	4	3	3	4
12	4	4	4	3
13	3	4	4	4
14	4	4	4	4
15	4	4	4	4
16	4	4	4	3
17	3	3	4	4

18	4	4	3	3
19	4	3	4	2
20	3	4	4	4
21	4	3	4	4
22	4	3	4	4
23	3	4	4	4
24	4	3	4	4
25	3	4	4	4
26	3	3	4	4
27	4	4	4	3
28	4	3	4	4
29	3	4	4	4
30	4	4	4	4
31	3	3	4	3
32	4	3	4	4
33	4	3	4	4
34	4	4	4	4
35	3	3	4	4
36	4	4	4	4
37	3	4	4	4
38	4	4	4	3
39	4	4	4	4
40	4	4	3	4
41	4	4	4	4
42	4	3	4	4
43	4	4	4	4
44	4	4	3	3
45	3	4	4	4
46	4	4	4	4
47	4	4	4	3
48	2	4	4	4
49	4	3	3	4
50	4	4	4	2

4. Jawaban Responden *Tangible* (X₄)

Res	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
1	3	3	3	3
2	4	4	3	3
3	4	3	4	4
4	3	3	3	3
5	3	4	4	3

6	4	3	4	4
7	4	4	4	4
8	3	4	4	4
9	4	4	4	3
10	4	4	3	4
11	4	3	3	4
12	4	3	4	3
13	3	3	4	3
14	3	4	4	4
15	4	4	4	3
16	4	4	3	3
17	4	4	4	3
18	4	3	4	4
19	4	4	4	3
20	4	3	3	4
21	4	4	3	4
22	4	4	3	3
23	4	4	4	4
24	4	4	4	3
25	4	4	4	4
26	4	3	4	4
27	4	3	3	4
28	4	3	4	3
29	4	4	4	4
30	4	4	4	3
31	3	4	4	3
32	4	4	4	3
33	3	4	4	4
34	4	4	4	4
35	3	3	4	3
36	4	4	4	4
37	4	4	4	3
38	3	4	4	4
39	4	4	3	3
40	4	4	4	3
41	4	4	4	4
42	4	3	3	3
43	4	4	4	4
44	4	4	4	4
45	4	4	3	3
46	3	4	4	4
47	4	4	4	4

48	3	4	3	3
49	4	3	3	4
50	4	4	4	4

5. Jawaban Responden Variabel *Empathy* (X₅)

Res	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4
1	4	4	4	4
2	3	3	4	4
3	4	4	4	4
4	4	3	4	4
5	4	4	4	4
6	4	3	4	4
7	4	4	4	4
8	4	3	3	4
9	4	3	4	4
10	3	4	3	3
11	4	4	4	4
12	4	4	4	4
13	4	4	4	4
14	4	4	4	4
15	4	4	4	4
16	4	4	4	3
17	4	4	4	4
18	4	4	4	4
19	4	3	3	4
20	4	4	4	4
21	4	4	4	3
22	4	4	4	4
23	4	3	4	4
24	4	3	3	3
25	4	3	3	4
26	3	3	4	4
27	4	4	4	4
28	3	4	4	3
29	4	4	4	4
30	3	4	4	4
31	4	3	3	4
32	3	3	4	4
33	3	4	4	4
34	4	4	4	4
35	3	3	3	3

36	4	4	4	4
37	4	4	4	4
38	4	4	4	4
39	3	4	4	4
40	4	4	3	3
41	4	4	4	4
42	3	3	3	4
43	3	4	4	4
44	3	4	4	4
45	4	3	3	4
46	4	4	4	4
47	3	4	4	4
48	3	4	3	3
49	3	3	4	4
50	3	4	3	4

6. Jawaban Responden Variabel *Responsiveness* (X₆)

Res	X6.1	X6.2	X6.3	X6.4
1	4	3	3	4
2	4	4	3	3
3	3	3	4	4
4	4	4	4	3
5	3	4	4	4
6	4	3	4	4
7	4	4	4	4
8	4	4	4	4
9	4	4	4	3
10	4	3	3	4
11	4	4	4	4
12	4	3	4	3
13	3	3	4	3
14	4	4	4	4
15	4	4	4	4
16	3	3	3	3
17	4	4	4	3
18	4	4	4	4
19	4	4	4	3
20	4	3	3	4
21	4	3	3	4
22	4	4	3	3
23	4	4	4	4

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

7. Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Res	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
1	3	4	3	3
2	4	3	3	3
3	4	4	3	4
4	3	3	4	4
5	4	4	4	3
6	4	4	3	3
7	3	4	4	4
8	4	4	4	4
9	4	4	4	3
10	3	3	4	4
11	4	4	4	4

12	3	4	3	3
13	3	3	3	3
14	4	4	4	4
15	4	4	4	4
16	3	3	3	4
17	4	3	3	4
18	4	4	4	4
19	4	4	3	3
20	3	4	4	4
21	4	4	4	4
22	3	3	4	4
23	4	4	4	4
24	3	3	4	4
25	3	3	3	4
26	3	3	4	4
27	4	4	4	4
28	3	4	4	3
29	4	4	4	4
30	3	4	4	4
31	4	3	3	4
32	3	3	4	4
33	3	4	4	4
34	4	4	4	4
35	3	3	3	3
36	4	4	4	4
37	4	4	4	4
38	4	4	4	4
39	3	4	4	4
40	4	4	3	3
41	4	4	4	4
42	3	3	3	4
43	3	4	4	4
44	3	4	4	4
45	4	3	3	4
46	4	4	4	4
47	3	4	4	4
48	3	4	3	3
49	3	3	4	4
50	3	4	3	4

Lampiran 3 : Data Pengungkapan *Compliance* pada BRIS

No.	Indikator dan Sub Indikator Pengungkapan	Tahun		
		2017	2018	2019
1.	Akad pengumpulan dan penyaluran dana BUS			
	a. Pengumpulan Dana			
	- Giro			
	1. <i>Mudharabah</i>	1	1	1
	2. <i>Wadi'ah</i>	1	1	1
	- Tabungan			
	1. <i>Mudharabah</i>	1	1	1
	2. <i>Wadi'ah</i>	1	1	1
	- Deposito <i>Mudharabah</i>	1	1	1
	b. Penyaluran Dana			
	- Jual Beli (Akad <i>Murabahah, Salam</i> <i>atau istishna`</i>)	1	1	1
	- Pembiayaan Bagi Hasil			
	1. <i>Mudharabah</i>	1	1	1
	2. <i>Musyarakah</i>	1	1	1
	- Pembiayaan Lain			
	1. Sewa Beli (Akad <i>Ijarah Muntahiya</i> <i>Bittamlik</i>)	1	1	1
	2. Sewa Menyewa (Akad <i>Ijarah</i>)	1	1	1
	3. Pinjaman dalam Bentuk Piutang (Akad <i>Qardh</i>)	1	1	1
2.	Pengelolaan dana akat Bank Umum Syariah			
	a. Metode pengakuan dan pengukuran dana zakat	0	0	0
	b. Laporan sumber dan penggunaan dana zakat	1	1	1
	c. Sumber dana zakat	1	1	1
	d. Penyaluran dan penggunaan dana zakat	1	1	1
	e. Kenaikan dan penurunan dana zakat	1	1	1
	f. Saldo awal dan akhir dana zakat	1	1	1
3.	Seluruh transaksi dan aktivitas ekonomi dilaporkan secara wajar sesuai dengan akuntansi syariah			

	a. Neraca atau Laporan Posisi Keuangan	1	1	1
	b. Laporan Laba Rugi	1	1	1
	c. Laporan Perubahan Ekuitas	1	1	1
	d. Laporan Arus Kas	1	1	1
	e. Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Zakat	1	1	1
	f. Laporan Sumber dan Penggunaan Dana Kebajikan	1	1	1
	g. Catatan atas Laporan Keuangan	1	1	1
4.	Bisnis usaha yang dibiayai tidak bertentangan dengan syariah			
	a. Tidak mengandung <i>riba</i>	1	1	1
	b. Tidak mengandung <i>maysir</i>	1	1	1
	c. Tidak mengandung <i>gharar</i>	1	1	1
	d. Tidak mengandung <i>haram</i>	1	1	1
	e. Tidak mengandung <i>dzalim</i>	1	1	1
5.	Keberadaan Dewan Pengawas Syariah sebagai pengarah Syariah atas keseluruhan kegiatan operasional Bank Umum Syariah			
	a. Nama Anggota DPS	1	1	1
	b. CV DPS	1	1	1
	c. Foto DPS	1	1	1
	d. Jumlah kriteria dan rangkap jabatan sesuai ketentuan RI	1	1	1
	e. Usulan pengangkatan DPS oleh RUPS dan rekomendasi Komite Remunerasi dan Nominasi	0	0	0
	f. Masa jabatan DPS	1	1	1
	g. Tugas dan tanggungjawab DPS	1	1	1
	h. Patuh terhadap periode penyampaian laporan	1	1	1
	i. Waktu penyampaian laporan	0	1	1
	j. Penediaan waktu untuk pelaksanaan tugas dan tanggungjawab	1	1	1
	k. Jumlah rapat	1	1	1
	l. Risalah rapat	1	1	1
	m. Patuh pada larangan pemanfaatan BUS untuk kepentingan pribadi	1	1	1

n. Opini DPS yang dipublish	1	1	1
Nilai Indeks SC (%)	93,02%	95,35%	95,35%

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas

- *Compliance*

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Compliance
X1.1	Pearson Correlation	1	-,036	,254	-,080	,264
	Sig. (2-tailed)		,803	,075	,579	,064
	N	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	-,036	1	,252	,055	,467**
	Sig. (2-tailed)	,803		,077	,703	,001
	N	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	,254	,252	1	,232	,799**
	Sig. (2-tailed)	,075	,077		,104	,000
	N	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	-,080	,055	,232	1	,678**
	Sig. (2-tailed)	,579	,703	,104		,000
	N	50	50	50	50	50
Compliance	Pearson Correlation	,264	,467**	,799**	,678**	1
	Sig. (2-tailed)	,064	,001	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50

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

- *Assurance*

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Assurance
X2.1	Pearson Correlation	1	,290*	,073	-,013	,638**
	Sig. (2-tailed)		,041	,616	,931	,000
	N	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	,290*	1	,147	,306*	,638**
	Sig. (2-tailed)	,041		,307	,031	,000
	N	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	,073	,147	1	,442**	,606**
	Sig. (2-tailed)	,616	,307		,001	,000
	N	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	-,013	,306*	,442**	1	,641**
	Sig. (2-tailed)	,931	,031	,001		,000
	N	50	50	50	50	50

Assurance	Pearson Correlation	,638**	,638**	,606**	,641**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50

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

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

- *Reliability*

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Reliability
X3.1	Pearson Correlation	1	,076	-,153	-,241	,341*
	Sig. (2-tailed)		,600	,290	,092	,015
	N	50	50	50	50	50
X3.2	Pearson Correlation	,076	1	,147	-,178	,477**
	Sig. (2-tailed)	,600		,307	,216	,000
	N	50	50	50	50	50
X3.3	Pearson Correlation	-,153	,147	1	,148	,489**
	Sig. (2-tailed)	,290	,307		,305	,000
	N	50	50	50	50	50
X3.4	Pearson Correlation	-,241	-,178	,148	1	,546**
	Sig. (2-tailed)	,092	,216	,305		,000
	N	50	50	50	50	50
Reliability	Pearson Correlation	,341*	,477**	,489**	,546**	1
	Sig. (2-tailed)	,015	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50

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

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

- *Tangible*

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Tangible
X4.1	Pearson Correlation	1	,041	-,061	,116	,463**
	Sig. (2-tailed)		,778	,672	,422	,001
	N	50	50	50	50	50
X4.2	Pearson Correlation	,041	1	,238	-,017	,560**
	Sig. (2-tailed)	,778		,096	,904	,000
	N	50	50	50	50	50
X4.3	Pearson Correlation	-,061	,238	1	,157	,603**
	Sig. (2-tailed)	,672	,096		,275	,000
	N	50	50	50	50	50
X4.4	Pearson Correlation	,116	-,017	,157	1	,596**
	Sig. (2-tailed)	,422	,904	,275		,000
	N	50	50	50	50	50

Tangible	Pearson Correlation	,463**	,560**	,603**	,596**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50

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

- *Empathy*

		Correlations				
		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Empathy
X5.1	Pearson Correlation	1	,081	,116	,168	,572**
	Sig. (2-tailed)		,577	,421	,242	,000
	N	50	50	50	50	50
X5.2	Pearson Correlation	,081	1	,418**	-,065	,612**
	Sig. (2-tailed)	,577		,003	,651	,000
	N	50	50	50	50	50
X5.3	Pearson Correlation	,116	,418**	1	,393**	,762**
	Sig. (2-tailed)	,421	,003		,005	,000
	N	50	50	50	50	50
X5.4	Pearson Correlation	,168	-,065	,393**	1	,541**
	Sig. (2-tailed)	,242	,651	,005		,000
	N	50	50	50	50	50
Empathy	Pearson Correlation	,572**	,612**	,762**	,541**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50

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

- *Responsiveness*

		Correlations				
		X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	Responsiveness
X6.1	Pearson Correlation	1	,078	,008	,101	,483**
	Sig. (2-tailed)		,591	,956	,485	,000
	N	50	50	50	50	50
X6.2	Pearson Correlation	,078	1	,467**	,062	,658**
	Sig. (2-tailed)	,591		,001	,669	,000
	N	50	50	50	50	50
X6.3	Pearson Correlation	,008	,467**	1	,191	,683**
	Sig. (2-tailed)	,956	,001		,183	,000
	N	50	50	50	50	50
X6.4	Pearson Correlation	,101	,062	,191	1	,586**
	Sig. (2-tailed)	,485	,669	,183		,000
	N	50	50	50	50	50
Responsiveness	Pearson Correlation	,483**	,658**	,683**	,586**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	

N	50	50	50	50	50
---	----	----	----	----	----

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

- **Kepuasan Nasabah**

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Kepuasan Nasabah
Y1.1	Pearson Correlation	1	,343*	,042	,000	,583**
	Sig. (2-tailed)		,015	,771	1,000	,000
	N	50	50	50	50	50
Y1.2	Pearson Correlation	,343*	1	,322*	-,084	,647**
	Sig. (2-tailed)	,015		,022	,560	,000
	N	50	50	50	50	50
Y1.3	Pearson Correlation	,042	,322*	1	,486**	,731**
	Sig. (2-tailed)	,771	,022		,000	,000
	N	50	50	50	50	50
Y1.4	Pearson Correlation	,000	-,084	,486**	1	,530**
	Sig. (2-tailed)	1,000	,560	,000		,000
	N	50	50	50	50	50
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	,583**	,647**	,731**	,530**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50

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

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

Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas

- *Compliance*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,710	5

- *Assurance*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,733	5

- *Reliability*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,679	5

- *Tangible*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,686	5

- *Empathy*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,735	5

- *Responsiveness*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,722	5

- *Kepuasan Nasabah*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,737	5

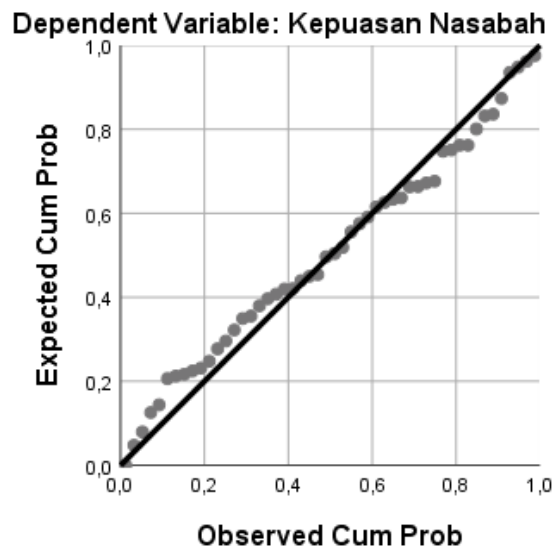
Lampiran 6 : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,58723284
Most Extreme Differences	Absolute	,091
	Positive	,073
	Negative	-,091
Test Statistic		,091
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

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

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 7 : Hasil Uji Multikolinieritas

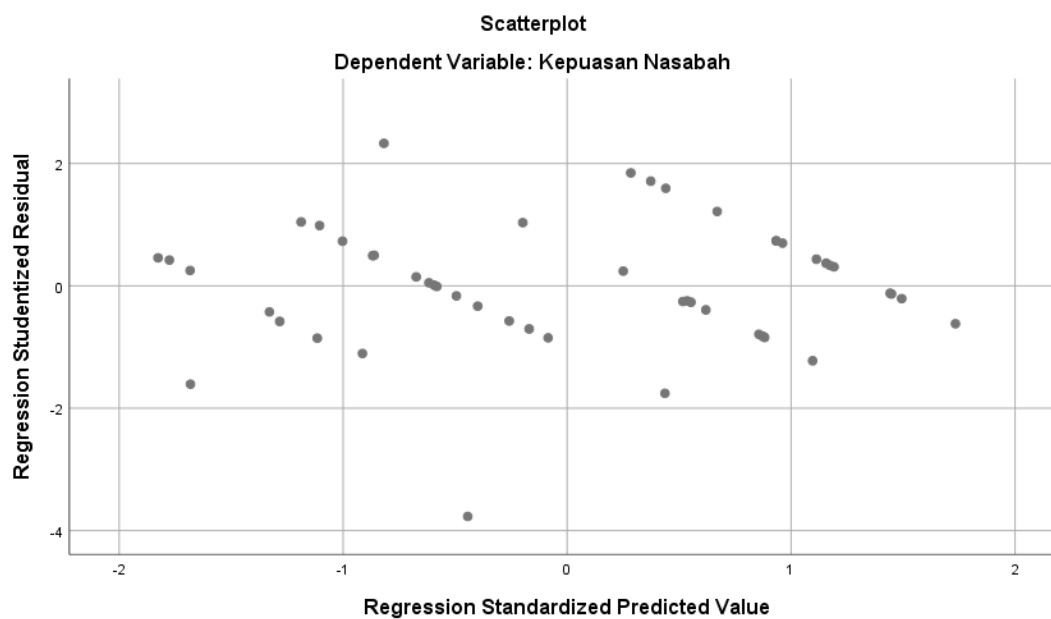
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-11,792	2,640		-4,466	,000		
	Compliance	,262	,126	,175	2,082	,043	,816	1,226
	Assurance	,292	,111	,217	2,631	,012	,846	1,182
	Reliability	,245	,104	,197	2,356	,023	,825	1,213
	Tangible	,298	,109	,263	2,735	,009	,626	1,598
	Empathy	,389	,092	,359	4,217	,000	,798	1,253
	Responsiveness	,274	,111	,262	2,469	,018	,514	1,947

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Lampiran 8 : Hasil Uji Heteroskedastisitas

1. Grafik *Scatterplot*



2. Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,614	1,481		-,415	,680
	Compliance	-,010	,071	-,021	-,147	,884
	Assurance	,173	,062	,386	2,777	,549
	Reliability	,009	,058	,023	,161	,873
	Tangible	-,073	,061	-,192	-1,187	,242
	Empathy	,096	,052	,266	1,860	,070
	Responsiveness	-,133	,062	-,382	-2,141	,258

a. Dependent Variable: Abs_Res

Lampiran 9 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11,792	2,640		-4,466	,000
	Compliance	,262	,126	,175	2,082	,043
	Assurance	,292	,111	,217	2,631	,012
	Reliability	,245	,104	,197	2,356	,023
	Tangible	,298	,109	,263	2,735	,009
	Empathy	,389	,092	,359	4,217	,000
	Responsiveness	,274	,111	,262	2,469	,018

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Lampiran 10 : Hasil Uji Hipotesis

- Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-11,792	2,640		-4,466	,000
	Compliance	,262	,126	,175	2,082	,043
	Assurance	,292	,111	,217	2,631	,012
	Reliability	,245	,104	,197	2,356	,023
	Tangible	,298	,109	,263	2,735	,009
	Empathy	,389	,092	,359	4,217	,000
	Responsiveness	,274	,111	,262	2,469	,018

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

- Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51,103	6	8,517	21,674	,000 ^b
	Residual	16,897	43	,393		
	Total	68,000	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Responsiveness, Reliability, Assurance, Compliance, Empathy, Tangible

Lampiran 11 : Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,867 ^a	,752	,717	,62687	1,775

a. Predictors: (Constant), Responsiveness, Reliability, Assurance, Compliance, Empathy, Tangible

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi. Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

Nomor : 1049/Un.10.5/D1/ PG.00.00/03/2021
Sifat : Biasa
Lamp. : -
Hal : Permohonan Ijin Riset / Penelitian

24 Maret 2020

Kedada Yth :
Kepala BSI Purwodadi (ex BRI Syariah KCP Purwodadi)
Di Tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu untuk memberikan izin riset kepada :

Nama : NURIDA FAUZIA
Nim : 1705036146
Semester : VIII
Jurusan / Prodi : S.1 Perbankan Syariah
Alamat : Gang Pesantren RT 02/01 Kec. Godong, Kab. Grobogan
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi
Judul Skripsi : PENGARUH DIMENSI CARTER DALAM KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA BRI SYARIAH KCP PURWODADI.
Waktu Penelitian : 25 Maret - 8 April 2021
Lokasi Penelitian : Jl. A. Yani No. 188 Purwodadi, Grobogan, Jawa Tengah - 58111.

Demikian surat permohonan riset, dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Riset Lembaga,

FATONIAH

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

PT BANK SYARIAH INDONESIA
KCP PURWODADI A YANI
JL. A Yani No 188 Purwodadi
Telp. (0292) 421099, Fax (0292) 421297



Purwodadi, 20 April 2021

Nomor : B. 046 -KCP-PWD/OPS/04/2021
Lampiran : -
Perihal : **Surat Keterangan Penelitian**

Assalamu'alaikum wr. wb.

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa :

Nama : Nurida Fauzia
NIM : 1705036146
Jurusan : S1 Perbankan syariah
UIN Walisongo Semarang
Judul Skripsi : Pengaruh Dimensi CARTER Pada Kualitas Pelayanan terhadap tingkat
Kepuasan Nasabah
Telah melaksanakan kegiatan penelitian di PT Bank Syariah Indoneisa KCP Purwodadi A Yani
pada tanggal 25 Maret 2021

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KCP PURWODADI A YANI



Ahmad Ghozali
Pemimpin Cabang Pembantu

Tembusan :
1. Arsip

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurida Fauzia
Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan, 1 Agustus 1999
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Gang Pesantren, RT 02 RW 01, Ds. Godong,
Kec. Godong, Kab. Grobogan
Email : nuridafauzia123@gmail.com
No. HP : 085888655766



Riwayat Pendidikan Formal

TK YATPI Godong	2003-2005
SD Islam YATPI Godong	2005-2011
MTs YATPI Godong	2011-2014
MAN 2 KUDUS	2014-2017
UIN Walisongo Semarang	2017-2021

Riwayat Pendidikan Non Formal

TPQ Salafiyah Futuhiyah
Madrasah Salafiyah Futuhiyah

Semarang, 24 Agustus 2021

Penulis,

Nurida Fauzia

1705036146