

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) SURIYAH
CABANG SEMARANG**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Strata S.1

dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh:

Maulana Hazmi Aziz 1505036017

PERBANKAN SYARIAH S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
(UIN) WALISONGO SEMARANG

2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Maulana Hazmi Aziz

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan sebagaimana mestinya, dengan ini saya kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Maulana Hazmi Aziz

NIM : 1505036017

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul : **PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK PEMBIYAAAN RAKYAT (BPRS) SURIYAH CABANG SEMARANG**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 11 Mei 2020

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.
NIP. 19690830 199403 2 003

Rahman El Junusi, SE., MM.
NIP. 19691118 200003 1 001



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

PENGESAHAN

Skripsi : Maulana Hazmi Aziz

NIM 1505036017

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank
Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang.

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas
Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat
cumlaude/baik/cukup, pada tanggal: 09 Juni 2020

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik
2019/2020.

Semarang, 17 Juni 2020

Mengetahui,

Ketua Sidang,

Drs. H. Hasvim Syarbani, MM.

NIP. 19570913 198203 1 002

Penguji I,

Dr. Ratno Agrivanto, M.Si

NIP. 19800128 200801 1 010
003

Pembimbing I,

Dra. Hj. Nur Huda, M. Ag

NIP. 19690830 199403 1 002

Sekretaris Sidang,

Rahman El Junusi, S.E., MM

NIP. 19691118 200003 1 001

Penguji II,

Dr. Ali Murtadho, M. Ag

NIP. 19710830 199803 1

Pembimbing II,

Rahman El Junusi, S.E., MM

NIP. 19691118 200003 1001



PERSEMBAHAN

Dengan segenap kerendahan hati kupersembahkan Skripsi ini kepada orang-orang yang telah memberikan warna dalam hidupku :

1. Orang tuaku tercinta Bapak Husnul Huda dan Ibu Ida Fikriani yang senantiasa mendukung dalam setiap langkahku dan selalu memberikan kasih sayang, bantuan dan dorongan dengan tulus, ikhlas dan moril serta materil. Ini adalah sebagai perjuangan dan cita-citaku. Do'a dan dukungan darimu senantiasa terus kuharapkan agar langkahku esok terus maju.
2. Saudara-saudara ku, muhammad nidhom maulana syafiq, nayra aulia syafa . Semoga kita menjadi anak yang sholeh, sholehah dan berbakti kepada orang tua.
3. Keluarga besar mbah dari bapak, mbah Ahmad Dahlan dan mbah Maslamah, semua paman dan tante, juga sepupu. Terima kasih atas Do'a dan semangatnya.
4. Keluarga besar mbah dari ibu, mbah Sausin Sofanurodji dan mbah Sri, semua paman dan tante, juga sepupu. Terima kasih atas Do'a dan semangatnya.
5. Keluarga besar yang ada di Tegal, kudus, dan jepara, semua mbah, paman dan tante, juga sepupu. Terima kasih atas Do'a dan semangatnya.
6. Keluarga besar pondok pesantren Al Murodhi Suburan Mranggen Demak. Seluruh pengurus pondok, santri dan para ustad dan khabaib. Terima kasih atas Do'a, ilmu dan semangatnya.
7. Untuk sahabat-sahabatku keluarga besar PMII Rayon Ekonomi, terima kasih atas nasihat, dukungan dan bantuannya selama ini.
8. Untuk sahabat-sahabatku keluarga besar PMII Rayon Ekonomi 2015 (POKER), terima kasih atas nasihat, dukungan dan bantuannya selama ini.
9. Untuk sahabat-sahabatku keluarga besar UKM EBI Sport, terima kasih atas nasihat, dukungan dan bantuannya selama ini.
10. Untuk sahabat-sahabatku keluarga besar IMT Walisongo, terima kasih atas nasihat, dukungan dan bantuannya selama ini.
11. Untuk teman-teman PBAS A dan B 2015. Kalian yang telah mengajarkanku arti dari persahabatan untuk menjadi sebuah persaudaraan dalam satu keluarga besar yang saling mendukung dan mendo'akan disetiap langkah perjuangan hidup ini.
12. Untuk saudara-saudaraku mahasiswa perbankan syariah angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, kalian yang telah menjadi teman seperjuangan selama kuliah dan saling mendukung dan mendo'akan disetiap langkah perjuangan hidup ini.
13. Untuk teman-teman KKN posko 61 Desa Bulusan Kec. Tembalang 2019, terima kasih atas Do'a, dukungan dan semangatnya.
14. Untuk dosen pembimbing 1 ibu Dra. Hj Nur Huda M.Ag dan dosen pembimbing 2 bapa rahman Rahman El Junusi, SE., MM. yang telah membimbing dan memberi masukan kepada skripsi ini sampai dengan selesai. Saya ucapkan terima kasih dan semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.

Akhirnya kupersembahkan karya sederhana ini untuk ketulusan kalian semua semoga apa yang aku impikan akan menjadi kenyataan. Amin.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan oleh pihak manapun. Skripsi ini tidak berisi pemikiran orang lain, kecuali pemikiran para ahli yang ada dalam buku untuk dijadikan sebagai bahan referensi penulis.

Semarang, April 2020

Deklarator

Maulana Hazmi Aziz

NIM. 1505036017

MOTTO

خُلُقُوا أَحْسَنُهُمْ إِيْمَانًا الْمُؤْمِنِينَ أَكْمَلُ

‘Dan orang mukmin yang paling sempurna imannya adalah mereka yang paling baik akhlaknya’.

(HR.Ahmad)



**KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI WALISONGO FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka kampus III Ngaliyan (024) 7601291
Fax. 7624691 Semarang 50185

PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut :

A. Konsonan

ء = ' (alif)	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 = ,, (ayin)	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

ا = a

ي = i

و = u

C. Diftong

يَا = ay

وَأ = aw

D. Syaddah

Syaddah dilambangkan dengan konsonanganda, misalnya *الطه* *al-thibb*.

E. Kata Sandang (...ال)

Katasandang (...ال) ditulisdengan *al-...* misalnya *الصناعة* = *al-shina'ah*. *Al-*

ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan “h” misalnya

المعيشة الطبيعية = *al- ma'isyah al-thabi'iyah*.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT, penguasa alam semesta karena segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya. Tak lupa kita panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi yang berjudul "PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) SURIYAH CABANG SEMARANG". Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan S1 pada jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan Skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dari pihak, bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua penulis serta Adik penulis, yang telah memberikan dukungan materiil, iringan, do'a dan nasehat pada saat perkuliahan hingga pada masa skripsi sampai pada akhir pengerjaan skripsi.
2. Bapak Prof.Dr.H. Imam Taufiq, M.Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag, selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Wakil Dekan I, II, dan III serta para Dosen dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si., selaku kepala Jurusan S.1 Perbankan Syariah dan Ibu Muyassarah, M.Si., selaku sekretaris jurusan S.1 Perbankan Syariah.
5. IbuDra. Hj Nur Huda M.Ag selaku dosen pembimbing I wali dosen prodi S.1 perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dan bapa rahman Rahman El Junusi, SE., MM. selaku dosen pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis percaya bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis akan sangat berterimakasih atas kritik dan saran yang bersifat membangun guna penyempurna Skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 8 Mei 2020

Penulis

Maulana Hazmi Aziz

NIM. 1505036017

ABSTRAK

Konsep kepuasan konsumen / nasabah sangat diperlukan dalam persaingan bisnis, dengan perbaikan kualitas pelayanan, maka kepuasan konsumen akan meningkat, yang mempunyai efek positif salah satunya adalah berupa pernyataan konsumen kepada relasi atau keluarganya (ord of mouth) yang akan meningkatkan citra perusahaan, yang akhirnya dapat meningkatkan penjualan. BPRS Suriyah sebagai salah satu lembaga keuangan harus senantiasa meningkatkan kualitas pelayanannya yang meliputi bagaimana penerapan PAKSERV, yaitu Tangibility, reliability, Assurance, Sincerity, Personalization dan Formality yang di berikan bank. Kualitas pelayanan sangat penting bagi keberlangsungan bank, karena pelayanan merupakan faktor yang di rasakan langsung oleh nasabah, apakah pelayannya baik atau tidak. Adapaun metodologi penelitian ini adalah: jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuisisioner yang di bagikan pada nasabah BPRS Suriyah Cabang Semarang. Pengambilan sampel yang dilakukan adalah sampling jenuh atau sensus yaitu teknik penentuan sampel dengan semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Jumlah responden sebanyak 81 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikorelasi, uji asumsi klasik, analisis regresi linier, uji parsial, uji simulasi, dan uji koefisien determinasi. Dari hasil pengolahan data diperoleh regresi linier berganda $Y = -0,032 - 0,038X_1 - 0,232X_2 - 0,140X_3 - 0,344X_4 - 0,077X_5 - 0,255X_6$. Besarnya pengaruh PAKSERV terhadap kepuasan nasabah sebesar 68,5%. Dari perhitungan uji secara simultan diperoleh F hitung sebesar 30,013 (nilai sig 0,000 < 0,05) yang berarti secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara PAKSERV terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pada hasil uji persial menunjukkan bahwa variabel Tangibility mempunyai nilai sig 0,594 > 0,05, reliability mempunyai nilai sig 0,059 > 0,05, Assurance mempunyai nilai sig 0,208 > 0,05, Personalization mempunyai nilai sig 0,471 > 0,05 dan Formality mempunyai nilai sig 0,167 > 0,05, jadi disimpulkan bahwa empat variabel berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Suriyah Cabang Semarang karena mempunyai nilai sig > 0,05, berbanding terbalik dengan variabel yang lain variabel sincerity berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Suriyah Cabang Semarang karena mempunyai nilai sig 0,004 < 0,05.

Kata kunci: Dimensi kualitas pelayanan, kepuasan nasabah

DAFTAR ISI

HALAM JUDUL.....	1
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	i
MOTTO	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....	15
1. Tujuan Penelitian	15
2. Manfaat Penelitian	15
D. Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
A. Landasan Teori.....	17
1. Kepuasan Nasabah	17
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	20
3. Kualitas Pelayanan.....	22
4. SERVQUAL.....	23
B. Kerangka Pemikiran.....	36
C. Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III.....	45
METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Jenis Penelitian	45
B. Populasi dan Sampel	45
1. Populasi.....	45

2. Sampel.....	46
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	46
C. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	47
1. Sumber Data	47
2. Metode Pengumpulan Data	48
D. Variabel Penelitian dan Indikator Penelitian	49
1. Variabel.....	49
2. Definisi Operasional	49
E. Teknik Analisis Data.....	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas.....	57
3. Uji Normalitas.....	57
4. Uji Asumsi Klasik.....	58
5. Analisis Regresi Linear Berganda	58
BAB IV.....	59
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	59
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
1. Sejarah Pendirian BPRS Suriyah.....	59
2. Visi, Misi dan Slogan BPRS Suriyah	60
3. Struktur Organisasi BPRS Suriyah Cabang Semarang.....	61
B. Produk BPRS Suriyah.....	61
C. Karakteristik Responden	69
D. Deskripsi Variabel Penelitian	74
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	81
F. Pembahasan	93
BAB V PENUTUP.....	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran	99
C. Penutup	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Simpanan pada BPRS Di Indonesia	9
Tabel 1.2 Data penabung di BPRS Suriyah Cabang Semarang	10
Tabel 1.3 Jumlah Keluhan Nasabah Debitur PT. BPRS SURIYAH CABANG SEMARANG TAHUN 2018-2019.....	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Kategori Jawaban.....	45
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian.....	48
Tabel 4.1 Presentase Jenis Kelamin Responden	69
Tabel 4.2 Persentase Usia Responden.....	69
Tabel 4.3 Presentase Pendidikan Responden.....	70
Tabel 4.4 Presentase Pekerjaan Responden.....	71
Tabel 4.5 Presentase Penghasilan Responden	72
Tabel 4.6 Data hasil kuisisioner.....	73
Tabel 4.7 Uji Validitas Instrument.....	80
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Instrument.....	81
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	82
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas.....	83
Tabel 4.11 Scatterplot.....	84
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier.....	85
Tabel 4.13 Hasil koefisien determinasi (R^2)	88
Tabel 4.14 Hasil pengaruh simultan (uji F)	89
Tabel 4.15 Hasil uji pasial (uji t)	90

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Data Nasabah	11
-------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Teori.....	35
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian dunia saat ini telah mengalami perkembangan sangat pesat, banyak sekali lembaga-lembaga atau perusahaan-perusahaan yang berlomba-lomba untuk bersaing di sektor industri jasa, sektor sekunder (*manufaktur*), dan sektor primer (pertambangan, pertanian dan perikanan). Mereka tidak memandang apakah pesaing mereka itu perusahaan baru ataupun lama, mereka dituntut selalu berinovasi agar tidak tertinggal oleh pesaing mereka dan hal tersebut tentunya akan berdampak pada menurunnya konsumen atau nasabah mereka.¹

Lembaga perbankan merupakan sebuah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, menyalurkan uang dan memberikan pelayanan pengiriman uang.² Selain perbankan konvensional, di Indonesia juga menerapkan sistem perbankan syariah dimana memiliki tugas pokok sebagaimana bank konvensional yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali ke masyarakat dalam bentuk fasilitas pembiayaan. Perbedaan mendasar dari keduanya hanyalah bank syariah tidak menerapkan bunga dalam setiap kegiatannya. Di Indonesia perkembangan perbankan syariah sangat pesat. Tidak sedikit dari bank-bank syariah di Indonesia merupakan konversi dari bank-bank konvensional. Fenomena yang membedakan antara perbankan konvensional dan perbankan syariah ini tentunya akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih perbankan mana yang seharusnya mereka gunakan.

Berdirinya bank Islam diawali dengan berdirinya sebuah bank tabungan lokal yang beroperasi tanpa bunga di desa Mit Ghamir yang berlokasi di tepi Sungai Nil pada tahun 1963 oleh Dr. Abdul Hamid an-

¹Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2015, h. 12.

² Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2015, h. 12.

Naggar, meskipun beberapa tahun kemudian ditutup.³ Gagasan berdirinya bank Islam di tingkat Internasional muncul dalam konferensi negara-negara Islam sedunia di Kuala Lumpur Malaysia pada tanggal 21 sampai 27 April 1969, yang diikuti oleh 19 negara peserta.

Konferensi tersebut memutuskan beberapa hal, yaitu:

1. Setiap keuntungan haruslah tunduk kepada hukum untung dan rugi, jika tidak ia termasuk riba dan riba itu sedikit atau banyak hukumnya haram.
2. Diusulkan supaya dibentuk suatu bank Islam yang bersih dari sistem riba dalam waktu secepat mungkin.
3. Sementara menunggu berdirinya bank Islam, bank-bank yang menerapkan bunga diperbolehkan beroperasi. Namun jika benar-benar dalam keadaan darurat.⁴

Sejarah keberadaan bank syariah dalam sistem perbankan Indonesia pertama kali berdiri sekitar tahun 1992, didasarkan pada Undang-undang Nomor 7 tahun 1992 sebagai landasan hukum bank dan Peraturan Pemerintah Nomor 72 tahun 1992 tentang Bank Umum berdasarkan prinsip bagi hasil sebagai landasan hukum Bank Umum Syariah dan Peraturan Pemerintah Nomor 73 tentang Bank Pembiayaan Rakyat berdasarkan prinsip bagi hasil sebagai landasan hukum Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.⁵ Dalam hal ini, secara teknis Bank pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) bisa diartikan sebagai lembaga keuangan sebagaimana BPR Konvensional pada umumnya, namun perbedaannya adalah pada operasi yang menggunakan prinsip-prinsip Syariat Islam (hukum Islam). Adapun produk-produk yang operasinya berbasis syariah dalam BPRS adalah Simpanan Amanah, Tabungan *Wadi'ah*, Deposito *Wadi'ah Mudharabah* dan Pembiayaan Syariah.

Al-Qur'an juga menjelaskan tentang landasan hukum BPRS (Bank Pembiayaan Syariah) di dalam QS. An-Nisa'/4:29 berikut ini:

³ *Ibid.*, h. 14.

⁴ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2015, h. 14.

⁵ Wiros, *Penghimpunan Dana dan Distribusi Hasil Usaha Bank Syariah*, Jakarta: PT Grasindo, 2005, h. 2.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Qs. Al-Baqarah ayat 278 juga melarang adanya riba.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.

Ayat-ayat Al-Qur'an diatas dengan tegas menjelaskan agar orang-orang yang beriman untuk meninggalkan riba, karena perbuatan itu sangat merugikan orang lain. Selain itu, bagi semua muslim yang beriman kepada Allah SWT untuk selalu memperhatikan makanan yang mereka peroleh agar terhindar dari laknat Allah SWT yaitu jalan yang haram dalam memperoleh makanan tersebut. Selanjutnya Allah SWT memberikan solusi melalui perniagaan atau jual beli yang dipraktekkan atas dasar keridhoan di antara kedua belah pihak atau lebih.

Sedangkan dalam Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang fungsi perbankan syariah yaitu mengatur tentang prinsip syariah yang digunakan, serta menganut demokrasi ekonomi dan prinsip kehati-hatian. Ketentuan fungsi bank syariah juga dipaparkan, dengan tujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional yang meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat.⁶ Adanya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 semakin mempercepat perbankan syariah di Indonesia. Pada 24 Januari 2004 MUI kembali mengeluarkan Keputusan Fatwa Nomor 1 Tahun 2004 tentang Bunga (*Intersat/Faidah*).⁷ Di dalam

⁶<https://www.ojk.go.id> tentang perbankan syariah (diakses 05 juli 2018 20.30).

⁷ Abdul Ghofur Anshori, *Penerapan Prinsip Syariah dalam Lembaga Keuangan Lembaga Pembiayaan dan Perusahaan Pembiayaan*, Yogyakarta:PenerbitPustaka Pelajar, 2008, h. 10-11.

fatwa tersebut berisi materi yang dapat dikelompokkan menjadi tiga macam, yaitu: Pengertian Bunga (*Interest*) dan Riba, Hukum Bunga, dan Bermuamalah dengan Lembaga Keuangan Konvensional, di dalam fatwa ini hukum bunga yang di maksud berisi dua penjelasan yaitu : praktek pembungaan saat ini telah memenuhi kriteria riba yang terjadi pada zaman Rasulullah SAW, yakni riba nasiah . dengan demikian, praktek pembungaan uang termasuk salah satu bentuk riba, dan riba haram hukumnya dan praktek pembungaan tersebut hukumnya haram, baik dilakukan oleh Bank, asuransi, Pasar modal, pegadaian, koperasi dan lembaga keuangan lainnya maupun dilakukan oleh individu.

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi dan pengetahuan, maka para konsumen (nasabah) tentunya akan memilih lembaga keuangan yang bisa mengelola keuangan mereka tanpa harus ada yang dirugikan secara sepihak. Sebelum memilih lembaga keuangan, konsumen harus mengetahui mekanisme ataupun cara penerapan pengelolaan keuangan mereka, sehingga bisa memperkecil resiko-resiko yang akan datang.

Sektor jasa keuangan pada saat ini sangat kompetitif dalam menciptakan suatu lingkungan yang memungkinkan di pilih konsumen yang cukup besar dalam memenuhi kebutuhan keuangan mereka. Sebagai tanggapan, bank ritel banyak mengarahkan strategi mereka terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan melalui kualitas layanan yang lebih baik. Bank ritel mengejar strategi ini, sebagian, karena kesulitan dalam membedakan berdasarkan penawaran layanan. Biasanya pelanggan merasakan perbedaan yang sangat sedikit dalam layanan ditawarkan oleh bank-bank ritel dan menawarkan apapun dengan cepat diimbangi dengan pesaing. Konsumen pada umumnya berupa barang dan jasa yang dia konsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan⁸ Kepuasan konsumen merupakan inti dari pemasaran, dan pemasaran adalah ujung tombak dari segala usaha bisnis.

⁸Assauri,sofjan, customer service yang baik landasan pencapaian customer satisfaction, no 01 tahun 2003:78 jakarta.

Pengelola bisnis perlu mengubah pola pikir dari orientasi produksi ke orientasi pemasaran dengan penekanan utama pada kepuasan konsumen. Menurut Irawan, et al.,(1996), Memberikan kepuasan kepada konsumen merupakan tujuan utama dari setiap jenis usaha. Sekalipun demikian, masih banyak orang yang sengaja atau tidak sengaja melupakan hal ini.

Banyak kegagalan bisnis yang terjadi karena konsumen dikecewakan sehingga konsumen beralih ke produk sejenis lain. Pendekatan berdasarkan kepentingan konsumen (*customer oriented*) sebaiknya dilakukan secara lebih sistematis dan efektif. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Agar dapat bersaing dan berkembang maka perusahaan perbankan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.⁹ Kepuasan pelanggan ditingkatkan sebagai penilaian pelanggan tentang kualitas inti dan relasional dan fitur kinerja menjadi lebih menguntungkan dan dengan kepuasan pelanggan dengan masalah bank upaya pemulihan. Pelanggan yang mengalami masalah atau yang peminjam dinilai bank kurang menguntungkan dari pada yang lain. Kepuasan nasabah, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Lembaga keuangan seperti perbankan merupakan instrument penting dalam memperlancar jalannya pembangunan suatu bangsa. Perbankan syariah dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi kerakyatan. Seiring dengan upaya pemberdayaan tersebut perkembangan bank syariah juga semakin pesat. Sehingga bank harus semakin inovatif dalam mengembangkan produk barunya agar dapat memenuhi kebutuhan, menciptakan kepuasan dan dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi nasabah.

⁹Fandy Tjiptono dan Chandra, *service quality & satisfaction 2005* (yogyakarta: andi, 2005) hal 144.

Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sangat berkaitan, kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank. Salah satu tujuan pelayanan perbankan adalah untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi. Pihak bank berusaha meningkatkan jasa pelayanan guna mempertahankan dan meningkatkan nasabahnya. Bagi nasabah, pelayanan merupakan suatu alasan yang paling penting bagi mereka. Nasabah dapat mempercayai suatu bank karena pelayanan yang diberikan bank terhadap mereka.

Dalam meningkatkan mutu produk maupun layanan menjadi salah satu faktor penentu untuk bertahan dalam kenyataan persaingan saat ini adalah pemanfaatan teknologi dalam aktivitas bisnis perusahaan. Focus perusahaan terhadap pemanfaatan teknologi terutama dalam melayani nasaba terus berkembang dan menjadi bagian yang penting terutama dalam perusahaan jasa pelayanan keuangan khususnya pada bank syariah¹⁰

Namun dalam beberapa tahun terakhir, bank syariah semakin prihatin dan menyadari bahwa untuk memperoleh kepuasan dari pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh nilai saja, tetapi juga oleh dukungan layanan yang tersedia setelah pengiriman layanan.pengiriman yang efektif mengenai layanan yang berkualitas tinggi dapat membantu untuk membangun dan mempertahankan jangka panjang hubungan dengan pelanggan¹¹

Hal ini benar dimana bank bank syariah sedang berjuang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atas harapan dari kualitas layanan¹². Meskipun tingginya minat orang dalam mengadopsi produk dan layanan perbankan syariah, bank syariah belum banyak berhasil dalam memnuhi standar pelanggan dari kualitas interaksi selama layanan pertemuan¹³. Untuk mengatasi persoalan diatas maka satu cara digunakan adalah

¹⁰Curran & Master, 2005

¹¹Agnihotri et al, 2002

¹²TAAP et al., 2011Muhammad kashif sharifah suzana wan shukran mohsin abdul rehman syamsulang sarifudin,2015 vol. 33.

¹³Ahmad et al., 2011

dengan mengukur kualitas layanan. mengemukakan bahwa kualitas layanan merupakan pembeda yang signifikan dan senjata paling agresif yang dimiliki oleh banyak perusahaan layanan terkemuka. Perusahaan layanan terkemuka berusaha untuk mempertahankan kualitas layanan atas pesaing mereka dalam upaya untuk memperoleh dan mempertahankan loyalitas pelanggan.¹⁴

Para peneliti percaya strategi pemasaran sangat penting bagi bank syariah untuk meningkatkan standar kualitas layanan dan untuk tetap kompetitif sekaligus meningkatkan ekuitas merek¹⁵. Oleh karena itu bank syariah harus memberikan kualitas pelayanan yang sangat maksimal terhadap nasabah.

Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi konsumen.¹⁶ Hal ini berarti bahwa citra dari suatu kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi perusahaan, untuk mengukur kualitas pelayanan salah satunya yaitu dengan menggunakan alat ukur yang bernama SERVQUAL scale yang terdiri dari lima dimensi.¹⁷

Namun, para peneliti pemasaran jasa kontemporer tidak setuju gagasan bahwa SERVQUAL scale harus di replikasi ke berbagai sector layanan .ada pendapat dari beberapa peneliti yang tidak setuju dengan pengukuran SERVQUAL yaitu Cronin dan Taylor, 1992, tsukatos dan rand, 2007; furrer et al, 2000;, kueh dan voon, 2007, rajpoot 2004, wikowski dan wolfinbwrger, 2001, hal 153, choudhury, 2013.¹⁸ Karena skala SERVQUAL memiliki berbagai kelemahan, dimana SERVQUAL scale tidak memiliki validitas prediktif dan tidak dapat secara efisien direplikasi ke berbagai sektor layanan.

¹⁴Rusnah Alwi & Melewar, *europan journal of marketing* vo 46 issue 7/8 pp 900-921,2012.

¹⁵Rusnah Alwi & Melewar, *europan journal of marketing* vo 46 issue 7/8 pp 900-921,2012.

¹⁶Jasfar, farida teori dan aplikasi sembilan kunci keberhasilan bisnis jasa : sumber daya manusia inovasi dan kepuasan pelanggan, jakarta :salemba empat,2012.

¹⁷Parasurman et al, 1985

¹⁸Muhammad kashif sharifah suzana wan shukran mohsin abdul rehman syamsulang sarifudin,2015 vol. 33

Dalam menanggapi perdebatan klasik tentang kegunaan dan keandalan skala SERVQUAL untuk berbagai konteks budaya, Rajpoot (2004) telah memperpanjang skala SERVQUAL dengan mengembangkan skala peka budaya (PAKSERV). Karena pengujian empiris dan konseptualisasi yang dilakukan tetap melihat latar belakang budaya Pakistan, yang dinobatkan sebagai PAKSERV scale, Rajpoot (2004) mengembangkan skala ini akan digunakan dalam layanan di mana pelanggan dan karyawan langsung berinteraksi dalam nilai yang dibagikan. Skala telah diuji hanya sekali dalam industri perbankan Afrika di mana semua dimensi telah ditemukan terpercaya.¹⁹

Menanggapi kontekstual, operasional, dan kritik budaya pada berbagai alat kualitas pelayanan, skala baru bernama PAKSERV yang merupakan setelan terbaik untuk kolektivitas konteks budaya Pakistan. Skala ini dikembangkan melalui analisis rinci nuansa budaya dan waktu-orientasi orang Asia dan terdiri dari enam item yaitu: Tangibility merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Reliability merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat, dan kemampuan untuk dipercaya oleh konsumen, apalagi dalam hal tepat waktu, dimana penyedia jasa memberikan layanan jasa dengan cara yang sama dan rentang dari kesalahan, Assurance meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan dan sifat konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko. Sincerity merupakan evaluasi konsumen dari keaslian tenaga pelayanan, mungkin lebih dominan mencerminkan ketulusan termasuk memberikan layanan yang tidak diminta, sehingga menunjukkan bahwa penyedia menganggap minat pelanggan dan kesejahteraan sebagai yang terpenting. Personalization merupakan evaluasi konsumen kustomisasi dan perhatian individual. Personalisasi layanan yang merupakan dimensi yang penting dari evaluasi layanan. Hal ini mengacu pada kustomisasi dan perhatian individual, dan untuk

¹⁹Saunders, Muhammad kashif sharifah suzana wan shukran mohsin abdul rehman syamsulang sarifudin, 2015 vol. 33.

batas tertentu. Personalisasi lebih mengacu dalam hal mengenali pelanggan dan menggunakan nama pelanggan dan menanggapi kebutuhan pelanggan. Dimana pelanggan mengevaluasi karyawan perusahaan layanan pada kemampuan mereka untuk mengenali tempat pelanggan dalam masyarakat dan kepentingan mereka. Formality meliputi rasa hormat, bentuk alamat, dan ritual. Dimana dimensi formalitas ini, pelanggan mengevaluasi karyawan perusahaan jasa pada kemampuan mereka untuk menjaga jarak social dengan menjaga kesopanan, pengakuan keluarga, dan dengan memberikan perhatian total kepada pelanggan. Formalitas merupakan peran untuk penyedia layanan dan penerima bersama dengan bagian kuat dan lemah dari masyarakat tetap terdefinisi.²⁰

Oleh karena itu, dalam menghadapi persaingan, perbankan syariah harus menggunakan strategi yang tepat untuk menarik konsumennya, salah satu strategi yang dapat di gunakan adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dimana kualitas pelayanan dapat di ukur menggunakan skala peka budaya yang bernama PAKSERV scale yang merupakan setelan terbaik untuk kolektivis konteks budaya Pakistan, dimana Pakserv scale mencakup beberapa dimensi yaitu Tangibility, Reliability, Assurance, Sincerity, Personalization, dan Formality,²¹ dengan adanya pemberian layanan yang baik dan berkualitas yang melebihi harapan konsumennya, maka akan menghasilkan customer satisfaction sehingga akan terciptanya customer loyalty.

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi dan pengetahuan, maka para nasabah tentunya akan memilih lembaga keuangan yang bisa mengelola keuangan mereka tanpa harus ada yang dirugikan secara sepihak. Sebelum memilih lembaga keuangan, nasabah harus mengetahui mekanisme ataupun cara penerapan pengelolaan keuangan mereka, sehingga bisa memperkecil resiko-resiko yang akan

²⁰Raajpoot, Muhammad kashif sharifah suzana wan shukran mohsin abdul rehman syamsulang sarifudin, 2015 vol. 33.

²¹Raajpoot, Muhammad kashif sharifah suzana wan shukran mohsin abdul rehman syamsulang sarifudin, 2015 vol. 33

datang. Bank yang dapat menjaga keuangan nasabah serta memiliki kualitas yang baik memang sangat di minati oleh nasabah salah satunya adalah bprs, dengan adanya kualitas yang mumpuni membuat nasabah tertarik dan memilih bprs, dalam hal ini dapat dilihat dalam tabel di bawah.

**Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Simpanan pada BPRS Di Indonesia
(Rp Milyar)**

Bulan	2015	2016	2017	2018	2019
Januari	2.752,63	3.314,31	4.290,49	4.895,11	5.312,93
Februari	2.779,22	3.382,53	4.261,62	4.944,03	5.357,03
Maret	2.801,54	3.445,17	4.324,79	4.998,60	5.431,82
April	2.838,65	3.529,60	4.371,74	4.953,96	5.501,69
Mei	2.877,07	3.593,11	4.402,16	4.889,61	5.495,95
Juni	2.894,73	3.613,17	4.390,15	4.788,36	5.384,12
Juli	2.938,01	3.698,81	4.419,27	4.770,98	
Agustus	2.958,37	3.758,22	4.526,74	4.913,15	
September	3.040,98	3.859,94	4.601,13	4.946,74	
Oktober	3.092,75	3.943,28	4.683,34	5.013,24	
November	3.151,33	4.012,42	4.743,91	5.075,77	
Desember	3.243,87	4.124,94	4.876,06	5.276,58	

Sumber : Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)

Salah satu tolak ukur perkembangan BPRS di Indonesia adalah dari seberapa besar jumlah simpanan yang berhasil dikumpulkan oleh BPRS tersebut dan di laporkan ke lembaga penjamin simpanan (LPS) total simpanan pada tahun 2015 pada bulan januari sebesar 2.752,63 milyar pertumbuhan sampai akhir bulan desember 2015 sebesar 3.243,87 milyar setiap tahun pertumbuhan simpanan BPRS secara nasional berkembang pesat terbukti pada tahun berikutnya yaitu tahun 2016 pada bulan desember sebesar 4.124,94 milyar pada tahun 2017 bulan desember sebesar 4.876,06 milyar pada tahun 2018 bulan desember sebesar 5.276,58 milyar pada tahun 2019 sampai bulan juni sebesar 5.384,12 milyar. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah

mengalami kenaikan pada tahun 2015 kemudian dari 2016 sampai 2019-
Maret juga mengalami kenaikan, ada faktor apa disini sehingga Bank
Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah bisa berkembang dengan
begitu cepat dan bisa membuat nasabah percaya untuk menyimpan
dananya di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah.

PT. BPRS SURIYAH CABANG SEMARANG merupakan salah
satu instansi pelayanan jasa dalam dunia perbankan syariah. BPRS
Suriyah Cabang Semarang berkedudukan di Jl. Indraprasta No.50 , Kota
Semarang akan memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya
guna membentuk performance/ citra yang baik, dan kepuasan
nasabahnya. Objek penelitian ini adalah Nasabah Debitur PT. BPRS
Suriyah Cabang Semarang. Alasannya karena terjadi kenaikan jumlah
nasabah debitur yang mengeluh. Semakin tingginya nasabah yang
mengeluh menandakan jika nasabah belum merasa puas terhadap
pelayanan yang diberikan. Padahal berdasarkan data jumlah nasabah
debitur yang diperoleh dari PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang dari
tahun 2014 sampai tahun 2019 menunjukkan adanya kenaikan dari tahun
ke tahun. Gambaran mengenai jumlah nasabah debitur PT. BPRS
Suriyah Cabang Semarang dapat dilihat dari Data yang diperoleh
peneliti di BPRS Suriyah Cabang Semarang dengan mewawancarai
customer service BPRS Suriyah Cabang Semarang, pada awal riset.

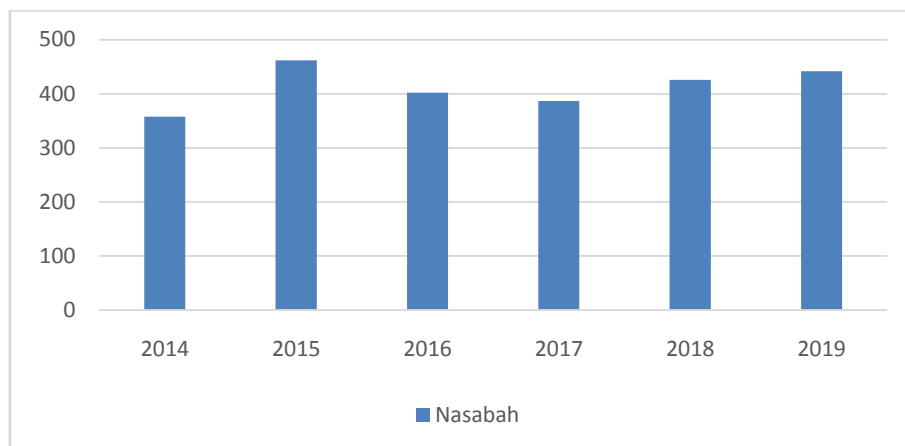
Tabel 2.2 Data penabung di BPRS Suriyah Cabang Semarang

Tahun	Nasabah
2014	358
2015	462
2016	402
2017	387
2018	426
2019- agustus	442

Sumber: Data Nasabah

Sebagaimana telah digambarkan pada grafik berikut :

Grafik 1.1 Data Nasabah



Sumber: Data Nasabah

Berdasarkan data di atas ada peningkatan nasabah menabung di BPRS Suriyah cabang Semarang dari tahun 2014 ke 2015 berjumlah 358 nasabah kenaikan nasabah pada tahun 2016 sejumlah 402 kemudian ada penurunan nasabah pada tahun berikutnya yaitu tahun 2017 yaitu 387 kemudian ada peningkatan tahun 2018 yaitu 426 sampai tahun 2019-Agustus yaitu 442 penabung di BPRS Suriyah. Gambaran ini tidak sesuai dengan harapan bank, karena masih besar keluhan dari nasabah debitur terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang yang bisa dilihat pada tabel 1.3 sebagai berikut :

Tabel 1.3Jumlah Keluhan Nasabah Debitur

PT. BPR SURIYAH CABANG SEMARANG TAHUN 2018-2019

Bulan	2018	2019
Januari	10	15
Februari	11	16
Maret	13	16
April	13	17
Mei	14	15
Juni	15	17
Juli	14	20
Agustus	15	17

Sumber : PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang Tahun 2019

**Lanjutan Tabel 1.3 Jumlah Keluhan Nasabah Debitur
PT. BPRS SURIYAH CABANG SEMARANG TAHUN 2018-2019**

September	16	16
Oktober	17	15
November	13	12
Desember	14	18
Jumlah	165	194

Sumber : PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang Tahun 2019

Dari tabel 1.3 dapat diketahui bahwa keluhan dari nasabah debitur PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang dari tahun 2018-2019 semakin meningkat. Selisih keluhan nasabah debitur pada tahun 2018-2019 mencapai 29 nasabah. Kenaikan pada tahun 2009 dipengaruhi dalam hal pelayanan yang diterima, seperti kurangnya keramahan karyawan, kurang luasnya ruang tunggu yang disediakan, kurang tanggapnya karyawan dalam menyelesaikan keluhannasabah.

Adanya nasabah yang mengeluh terhadap pelayanan BPRS Suriyah Cabang Semarang mengidentifikasi adanya penurunan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, yaitu PT. BPRS Suriyah Cabang Semarang sehingga berdampak pada penurunan kepuasan nasabah.

Research Gap yang mempengaruhi kepuasan nasabah memiliki banyak faktor. Menurut data diatas adanya fluktuatif yang terjadi pada nasabah BPRS Suriyah Cabang Semarang serta banyaknya keluhan nasabah yang ada di Bank BPRS Suriyah Cabang Semarang. Adapun menurut penelitian yang dilakukan Ali Raza, Saif dan Muhammad abbas yang dilakukan pada tahun 2015 research gap dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti *Tangibility*, *reliability*, *assurance*. Adapun beberapa penelitian yang memperkuat hasil penelitian sebelumnya

Penelitian tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Siti nur izzati binti hanafi pada tahun 2020 serta Pimpa Cheewakrakobit pada tahun 2017. Hal yang diungkapkan adalah faktor faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah adalah *Tangibility*, *reliability*,

assurancesincerity, personalization, formality karena terdapat persamaan dalam penelitian tersebut.

Penelitian tersebut juga sejalan dengan beberapa penelitian lain diantaranya Marice, Murdifin Haming, Bahar Sinring, dan Sukmawati, bahwa faktor-faktor tersebut meningkatkan pengukuran kepuasan pelanggan sehingga menjadi lebih baik.

Hasil penelitian yang berbeda di dilakukan oleh Nunuk Herawati dan Nur Qomariyah pada tahun 2015 bahwa *reliability* tidak terlalu efektif untuk melihat kepuasan nasabah, hal tersebut di dukung oleh penelitian yang dilakukan Kusuma Wijayanto dan Donny Syahbana pada tahun 2015-2016, mengungkapkan bahwa *reliability* dan *assurance* tidak mempengaruhi kepuasan yang terjadi pada nasabah.

Hasil penelitian pengaruh *Tangibility, reliability, assurance, sincerity, personalization, formality* terhadap kepuasan nasabah di peroleh hasil yang beragam, di satu sisi menyatakan berpengaruh, dan disisi lain tidak berpengaruh, sehingga terdapat *research gap*. Penelitian ini bermaksud untuk menganalisis lebih lanjut penelitian penelitian tersebut dengan objek, lokasi dan sampel yang berbeda karena berdasarkan adanya inkonsistensi hasil hasil penelitian terdahulu. bisa disimpulkan bahwa setiap orang mempunyai sikap yang berbeda-beda terhadap suatu objek yang sama.

Berdasarkan informasi tersebut maka penulis akan mengkaji lebih dalam lagi tentang keputusan nasabah, menuangkan dalam bentuk skripsi dengan mengangkat judul penelitian **“PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) SURIYAH CABANG SEMARANG”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *tangibility* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS Suriyah Cabang Semarang ?
2. Apakah *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS

Suriyah Cabang Semarang?

3. Apakah *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS Suriyah Cabang Semarang?
4. Apakah *sincerity* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS Suriyah Cabang Semarang?
5. Apakah *personalization* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS Suriyah Cabang Semarang?
6. Apakah *satisfaction* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BPRS Suriyah Cabang Semarang ?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh *tangibility*, *reliability*, *assurance*, *sincerity*, *personalization*, dan *satisfaction* terhadap kepuasan nasabah di BPRS Suriyah Cabang Semarang.
- b. Memberikan saran dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh BPRS Suriyah Cabang Semarang.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini penulis bisa memahami lebih detail apa itu BPRS Suriyah dan seberapa tinggi kepuasan nasabah di BPRS Suriyah.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pertimbangan dalam rangka menyusun strategi untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada BPRS Suriyah Cabang Semarang.

c. Bagi Pembaca

Peneliti berharap karya ilmiah ini bisa bermanfaat dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

d. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat mengasah kemampuan peneliti dalam menjawab permasalahan dalam bidang pemasaran khususnya mengenai kepuasan pelanggan

D. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang mendasari diadakannya penelitian. Rumusan masalah merupakan pertanyaan mengenai keadaan yang memerlukan jawaban penelitian. Tujuan penelitian berisi tentang hal yang akan dilakukan. Kegunaan penelitian merupakan hal yang diharapkan dapat dicapai oleh penelitian. Sistematika pembahasan mencakup uraian singkat pembahasan materi dari setiap bab.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai telaah pustaka, landasan teori dan pengembangan hipotesis. Arti penting dalam bab ini adalah untuk memperoleh pemahaman dan landasan yang membangun teori guna dilakukannya penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional berupa variabel yang dipakai dalam penelitian beserta penjabaran secara operasional. Obyek penelitian berisi tentang jumlah populasi dan sampel, jenis dan sumber data serta metode analisis data berupa alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan tentang hasil dari penelitian serta pembahasannya berdasarkan analisis penelitian dan analisis data secara deskriptif, kualitatif maupun kuantitatif.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memaparkan kesimpulan, keterbatasan dan saran dari hasil analisis data berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Untuk mendukung reliabilitas suatu penelitian, dapat dibutuhkan teori yang mendasarinya. Demikian pula penelitian dengan judul: “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang”. Ada beberapa teori yang mendukung dan mendasarinya. Toeri-teori tersebut dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Kepuasan Nasabah

Salah satu tujuan utama perusahaan jasa dalam hal ini adalah menciptakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sebagai hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk/jasa. Kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk/jasatersebut.²²

Philip Kotler mengatakan bahwa Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.²³

Definisi kepuasan menurut oliver, adalah merupakan suatu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil yang dirasakan dengan harapannya.²⁴

Definisi kepuasan menurut Engel bahwa kepuasan nasabah merupakan evaluasi purnabeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan nasabah.²⁵

²²M. Nur Rianto al arif. Dasar dasar pemasaran bank syariah. (bandung alfabeta . 2010), hal 192.

²³Philip kotler. Marketing manajemen. (new jersey:prentice hall. 2000), hal 36

²⁴Oliver , dalam suprapto,2006:233.

²⁵James f. Enggel, et al. Perilaku konsumen, ahli bahasa FX budyanto.(jakarta: binarupa aksara. 1992), hal 11.

Definisi lain menurut wilton adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskormasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya atasn kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiaannya.²⁶

Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesanya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan harapannya.²⁷

Setiap seorang akan mengalami kepuasan dan ketidakpuasan, dengan kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Dimensi-dimensi keinginan nasabah diimplementasikan oleh perusahaan dalam bentuk strategi bauran pemasaran, bahwa nilai nasabah dapat diciptakan melalui:

- a. Dimensi produk (meliputi care product, basic product, expected product augmented product dan potential product).
- b. Layanan penjualan (meliputi kecepatan dan ketepatan proses transaksi, kecepatan dan ketepatan produk yang diterima, kemudahan mengakses jaringan perbankan, kesederhanaan dalam birokrasi dan prosedur transaksi, atmosfir pelayanan yang hangat dan bersahabat, proaktif terhadap kebutuhan dan keinginannasabah).

Layanan purna jual dan keluhan (meliputi: *customer service*, bagian layanan purna jual apabila terjadi masalah atas produk yang telah dibeli atau digunakan oleh nasabah, masalah direspon dengan cepat, layanan yang simpatik, layanan proaktif atau petugas *call center* yang bertugas untuk mengatasi berbagai keluhan yang disampaikan oleh nasabah berkaitan dengan pelayananperbankan).

Beberapa studi menghubungkan tingkat kepuasan nasabah dengan perilaku nasabah, dimana akan terdapat beberapa tipe dari nasabah :

²⁶Wilton, dalam nasution, 2004:104.

²⁷Kasmir, pemasaran bank,(jakarta kencana:2005) hal 143.

- a. Nasabah yang puas atau apa yang didapatkan oleh nasabah tersebut melebihi apa yang diharapkannya, sehingga ia akan loyal terhadap produk tersebut dan akan terus melakukan pembelian kembali (*repeatedorder*).
- b. Tipe nasabah *defectors*, yaitu nasabah yang merasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak ada sesuatu yang lebih atau bersifat standar atau biasa saja, dan biasanya nasabah akan berhenti melakukan pembelian atas produk tersebut.
- c. Tipe nasabah *terrorist*, yaitu nasabah yang mempunyai pengalaman buruk atau negatif atas perusahaan, sehingga akan menyebarkan efek berantai yang negatif kepada orang lain.
- d. Tipe nasabah *hostages*, yaitu nasabah yang tidak puas akan suatu produk namun tidak dapat melakukan pembelian kepada barang lain, karena struktur pasar yang monopolistic atau harga yang murah. Meskipun nasabah tidak puas dengan pelayanan yang diberikan, namun karena tidak ada perusahaan lain senang atau tidak senang maka ia harus tetap menggunakannya.
- e. Tipe nasabah *mercenaries*, yaitu nasabah yang sangat puas, namun tidak mempunyai kesetiaan terhadap produk tersebut.

Makin besar jurang antara apa yang diharapkan dengan kinerja, semakin besar ketidakpuasan nasabah/konsumen. Terciptanya kepuasan nasabah/konsumen dapat memberikan berbagai manfaat, diantaranya:

- a. Terjadinya hubungan yang harmonis antara nasabah dengan perusahaan.
- b. Terciptanya loyalitas nasabah terhadap perusahaan, sehingga ia tidak akan berpaling kepada perusahaan lain.
- c. Terjadinya suatu bentuk isu public yang positif dari mulut ke mulut (*word of mouth*).
- d. Terjadinya pembelian ulang (*repeated sales*).

Kepuasan nasabah secara umum pada dasarnya tergambar pada dua bentuk pelayanan, yaitu:

- a. Material meliputi:

- 1) Gedung yang megah.
 - 2) Lay out ruangan yang tertata rapi.
 - 3) Ruangan tunggu yang bersih dan nyaman.
 - 4) Ruangan toilet yang bersih.
 - 5) Ruangan mushola yang bersih dan nyaman.
 - 6) Penampilan pegawai yang baik.
 - 7) Mesin ATM yang selalu online dan rapi.
 - 8) Sarana dan prasarana yang lengkap.
- b. Inmaterial yang meliputi:
- 1) Ramah, sopan, tanggap dan akrab.
 - 2) Pelayanan yang hangat.
 - 3) Merasa dihormati dan dihargai.
 - 3) Merasa senang dan puas.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen atau nasabah tergantung oleh persepsi yang dirasakan oleh setiap individu. Sehingga kepuasan setiap nasabah baik nasabah satu dengan yang lainnya tidaklah sama. Namun pada umumnya kepuasan konsumen dapat timbul dari produk yang berkualitas, harga yang ditawarkan tidak terlalu tinggi, pelayanan yang berkualitas serta kemudahan nasabah untuk mendapatkan produk tersebut.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Beberapa definisi yang diberikan di atas menitikberatkan pada kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk atau jasa, pengertian tersebut juga dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat.

Dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur menurut Fandy Tjiptono²⁸ antara lain meliputi :

²⁸Fandy Tjiptono dan Chandra, service quality & satisfaction 2005 (yogyakarta: andi, 2005) hal 25-144.

- a. **Kinerja (*performance*)** karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi dan sebagainya.
- b. **Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*)**, yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior seperti *dash board*, *AC*, *sound system*, *door lock system*, *power steering* dan sebagainya.
- c. **Keandalan (*reliability*)**, yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, misalnya mesin penghitung uang atau mesin ATM PT. Bank Papua Cabang DIY tidak sering macet/rusak.
- d. **Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*)**, yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan dan emisi terpenuhi, seperti standar mesin ATM dan mesin untuk menghitung uang tentunya kualitasnya harus lebih baik atau berkualitas tinggi.
- e. **Daya tahan (*durability*)**, berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan fasilitas atau produk.
- f. **Service ability**, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
- g. **Estetika**, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik, warna model/desain dan sebagainya.
- h. **Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)**, yaitu citra dan reputasi produk serta tanggungjawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut/ciri-

ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan maupun negara pembuatnya.

Sementara itu dalam mengevaluasi jasa yang bersifat *intangible*, konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut :

- a. **Bukti langsung (*tangibles*)**, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. **Keandalan (*reliability*)**, yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c. **Daya tanggap (*responsiveness*)**, yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. **Jaminan (*assurance*)**, mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.
- e. **Perhatian (*Empathy*)**, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para nasabah.

Dalam mengevaluasi kepuasan nasabah terhadap suatu perusahaan tertentu, faktor-faktor penentu yang digunakan bisa berupa kombinasi dari faktor penentu kepuasan terhadap produk dan jasa. Umumnya yang sering digunakan konsumen adalah aspek pelayanan dan kualitas barang atau jasa yang dibeli.

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.²⁹ Menurut Valarie A. Zeithmal dan Mary Jo Bitner mendefinisikan pelayanan merupakan semua aktivitas ekonomi yang

²⁹ Philip Kotler, 2002:83 manajemen pemasaran di Indonesia: analisis perencanaan implementasi dan pengendalian. Salemba empat, Jakarta.

hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah.³⁰ Sedangkan Lovelock mendefinisikan pelayanan sebagai proses dari pada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentransformasikannya sebagai output.³¹

Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Pelayanan bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud. Pengertian pelayanan dalam konteks Perbankan Syariah ialah memberikan pelayanan sesuai dengan standar prosedur pelayanan yang ada, dan harus dengan SALAM (Senyum Amanah Luwes Antusias Melayani) baik dalam memberikan penjelasan produk maupun complain nasabah.

Minat pada bidang kualitas pelayanan sangat berpengaruh dalam pertumbuhan bidang pemasaran jasa. Hal ini dapat terjadi karena kualitas pelayanan memiliki implikasi terhadap kepuasan pelanggan dan hal ini pada akhirnya akan meningkatkan daya saing dan profitabilitas perusahaan. Banyak konsep-konsep dan pengukurannya yang dikembangkan berkaitan dengan pelayanan jasa secara umum seperti SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. SERPERF oleh Cronin dan Taylor maupun pada pelayanan jasa perbankan secara khusus seperti BANKSERV oleh Avkiran dan Banking Service Quality (BSQ) oleh Bahia dan Nantel. Pada bagian selanjutnya akan dibahas mengenai SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al karena konsep ini telah banyak digunakan secara luas pada berbagai penelitian dan banyak dikritik oleh peneliti-peneliti lain.

4. SERVQUAL

³⁰Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner (dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006;6)

³¹Arief Muthosim, Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan, (Malang: Bayu Media Publishing, 2007) hal, 11.

Dengan mengadaptasi dan mengembangkan teori SERVQUAL, Raajpoot (2004) memperkenalkan konsep baru untuk mengukur kualitas layanan yang di sebut dengan PAKSERV, SERVQUAL dinilai memiliki keterbatasan karena hanya didasarkan pada dimensi dimensi yang di anggap penting oleh konsumen atau pelanggan di Amerika serikat dan Eropa.³²Keterbatasan tersebut dikarenakan SERVQUAL tidak mempertimbangkan dimensi dimensi lain yang di anggap penting oleh konsumen atau pelanggan yang menganut budaya selain budaya barat. Karena itulah PAKSERV dikembangkan untuk mengukur kualitas layanan pada Negara Negara yang sedang berkembang dan menganut budaya selain budaya barat. Konsep ini didukung pula oleh penelitian yang dilakukan oleh Malhotra dkk. (2005). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa SERVQUAL kurang sesuai bila diaplikasikan untuk mengukur kualitas layanan pada Negara Negara yang sedang berkembang. Jadi, PAKSERV adalah suatu konsep yang dikembangkan dari teori SERVQUAL yang khusus digunakan untuk mengukur kualitas layanan pada organisasi atau perusahaan yang berbeda di Negara Negara yang menganut budaya selain budaya barat dan Negara Negara berkembang.

PAKSERV mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan 6 dimensi. Tiga dimensi pertama merupakan dimensi yang digunakan pada teori SERVQUAL yaitu, *Tangibility*, *reliability*, dan *assurance*. Sedangkan 2 dimensi lain dalam SERVQUAL yaitu *responsiveness* dan *empathy* tidak digunakan dalam PAKSERV. Tiga dimensi lain yang digunakan dalam PAKSERV merupakan dimensi dimensi baru yang sebelumnya tidak digunakan dalam teori SERVQUAL yaitu *sincerity*, *personalization*, dan *formality*³³. Jadi konsep PAKSERV mengukur kualitas pelayanan dengan dimensi dimensi yang terdiri dari:

- a. Tangibility

³²Raajpoot 2004 Muhammad kashif sharifah suzana wan shukran mohsin abdul rehman syamsulang sarifudin, 2015 vol. 33

³³Raajpoot 2004 Muhammad kashif sharifah suzana wan shukran mohsin abdul rehman syamsulang sarifudin, 2015 vol. 33

Tangibility merupakan suatu keterwujudan atau sifat nyata suatu barang sehingga dapat dirasakan atau diketahui dengan menggunakan 5 indra yang dimiliki oleh manusia. Jadi tangibility mengandung pengertian bahwa suatu barang mempunyai wujud sehingga dapat dilihat, disentuh dan diraba, dirasa, dihirup aromanya, dan didengar. Pada dasarnya, dimensi tangibility pada PAKSERV mengukur kualitas pelayanan dari apa yang diterima atau dirasakan oleh konsumen atau pelanggan melalui 5 indra yang dimilikinya. Dimensi ini mengukur kualitas pelayanan dari berbagai item yang sama dengan dimensi tangibles pada SERVQUAL yang meliputi fasilitas fisik yang dapat dilihat dan tersedia, peralatan peralatan yang tersedia, dan penampilan dari seluruh karyawan khususnya karyawan yang berhadapan langsung dengan konsumen atau pelanggan untuk menyampaikan pelayanan, serta materi materi untuk proses komunikasi. Namun pada PAKSERV, item untuk mengukur kualitas pelayanan pada dimensi ini di tambah dengan keinginan para konsumen untuk lingkungan jasa yang seharusnya secara estetika mencerminkan sifat dasar jasa atau layanan yang disediakan. Tampilan fisik yang bersih adalah bagian dari hal ini, sebagaimana Rasulullah Saw Bersabda:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ بَشَّارٍ حَدَّثَنَا أَبُو عَامِرٍ الْعَقَدِيُّ حَدَّثَنَا خَالِدُ بْنُ الْإِيَّاسِ عَنْ صَالِحِ بْنِ أَبِي حَسَّانٍ قَالَ سَمِعْتُ سَعِيدَ
 بْنِ الْمُسَيَّبِ يَقُولُ إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ يُحِبُّ الطَّيِّبَ نَظِيفٌ يُحِبُّ النَّظَافَةَ كَرِيمٌ يُحِبُّ الْكَرَمَ جَوَادٌ يُحِبُّ الْجُودَ فَنَظَّفُوا
 أَرَاهُ قَالَ أَفْنَيْتُكُمْ وَلَا تَشَبَّهُوا بِالْيَهُودِ قَالَ فَذَكَرْتُ ذَلِكَ لِمُهَاجِرِ بْنِ مِسْمَارٍ فَقَالَ حَدَّثَنِيهِ عَامِرُ بْنُ سَعْدِ بْنِ أَبِي
 وَقَاصٍ عَنْ أَبِيهِ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِثْلَهُ إِلَّا أَنَّهُ قَالَ نَظَّفُوا أَفْنَيْتُكُمْ قَالَ أَبُو عَيْسَى هَذَا حَدِيثٌ غَرِيبٌ
 وَخَالِدُ بْنُ الْإِيَّاسِ يُضَعَّفُ وَيُقَالُ ابْنُ إِيَّاسٍ

Artinya: “Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Basyar telah menceritakan kepada kami Abu 'Amir Al 'Aqadi telah menceritakan kepada kami Khalid bin Ilyas dari Shalih bin Abu Hassan ia berkata; Aku mendengar Sa'id bin Al Musayyab berkata; "Sesungguhnya Allah Maha Baik, dan menyukai kepada yang baik, Maha Bersih dan menyukai kepada yang bersih, Maha

Pemurah, dan menyukai kemurahan, dan Maha Mulia dan menyukai kemuliaan, karena itu bersihkanlah diri kalian, " aku mengiranya dia berkata; "Halaman kalian, dan janganlah kalian menyerupai orang-orang Yahudi, "Shalih bin Abu Hassan berkata; Hadits itu aku sampaikan kepada Muhajir bin Mismar, lalu dia berkata; " Amir bin Sa'ad bin Abu Waqqas telah menceritakannya kepadaku dari Ayahnya dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam dengan hadits yang semisal, Namun dalam hadits tersebut beliau bersabda: "Bersihkanlah halaman kalian." (HR. Tirmidzi, No. 2723).³⁴

Berdasarkan hadist di atas, maka tampilan fisik yang bersih mencerminkan nilai-nilai Islam. Tampilan fisik sebuah Bank Syariah juga perlu ditunjang dengan tersedianya mushola di dalam kantor, penampilan karyawan syar'ī dan rapi, serta interior kantor yang indah dihiasi kaligrafi Islam. Sehingga, hal ini akan membuat anggota merasa nyaman dan percaya pada koperasi tersebut.

b. Reliability

Reliability mengandung pengertian suatu kemampuan untuk melakukan sesuatu sesuai dengan fungsinya dan dapat mempertahankan kemampuan tersebut dalam kondisi yang telah ditetapkan sebelumnya. Dimensi ini merupakan dimensi yang sama dengan dimensi reliability pada SERVQUAL. Pada PAKSERV, dimensi ini tidak mengalami perubahan. Dimensi ini mengukur kualitas pelayanan berdasarkan kemampuan perusahaan untuk melakukan semua kegiatan operasionalnya sesuai dengan standar layanan yang telah ditetapkan oleh perusahaan sebelumnya. Selain itu, dimensi ini juga mengukur kualitas pelayanan dari kemampuan perusahaan untuk melakukan dan memberikan pelayanan yang telah dijanjikan kepada

³⁴ Sumber: <https://islam.nu.or.id/post/read/63870/anjuran-islam-tentang-etos-kerja-dan-profesionalisme>

konsumen atau pelanggan secara terpercaya dan tepat. Secara terpercaya mengandung arti bahwa pelayanannya semakin baik.

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

Artinya: “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah- sumpah (mu) itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”. (QS. An-Nahl [16]: 91)³⁵

Peningkatan pengetahuan karyawan sangatlah penting bagi koperasi syariah. Karyawan yang memiliki pengetahuan luas terhadap sebuah jasa, akan mampu berbicara lebih luas tentang jasa tersebut dan dapat menyampaikan jasa lebih baik kepada anggota. Proses penyampaian jasa yang baik dapat meningkatkan kepercayaan anggota terhadap koperasi, karena anggota akan membandingkan informasi yang dia dapat dengan pengalaman setelah menggunakan jasa. Apabila informasi yang didapat berbanding lurus dengan pengalaman, maka persepsi positif nasabah terhadap produk jasa tersebut akan semakin bertambah, dan selanjutnya dapat mendorong keputusan nasabah untuk menggunakan kembali pada masa yang akan datang.

c. Assurance

Assurance berarti memiliki jaminan atau terjamin dalam segala hal. Tidak berbeda dengan SERVQUAL, keberadaan jaminan inilah yang akan menciptakan rasa aman dalam diri konsumen atau pelanggan ketika mengkonsumsi suatu jasa. Dari jaminan ini pula konsumen atau pelanggan melakukan penilaian terhadap kualitas suatu pelayanan. Pada dimensi ini, kualitas pelayanan diukur dari pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan

³⁵ Sumber: <https://islam.nu.or.id/post/read/63870/anjuran-islam-tentang-etos-kerja-dan-profesionalisme>

dan seluruh bagian perusahaan dan kesopanan para karyawan. Selain itu, dimensi ini juga mengukur kualitas pelayanan dari kemampuan dan kepercayaan diri para karyawan sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya dalam diri konsumen dan pelanggan terhadap perusahaan. Timbulnya rasa percaya dalam diri konsumen dan pelanggan terhadap perusahaan berkaitan sangat erat dengan kompetensi yang dimiliki oleh para karyawan dalam memberikan pelayanan. Bila peran karyawan memiliki kompetensi yang sesuai dengan jabatannya, maka pekerjaan yang dilakukannya akan lebih memuaskan sehingga para konsumen atau pelanggan dapat mempercayai kinerja karyawan dan memperoleh hasil kerja yang lebih memuaskan yang berdampak pula pada penilaian terhadap kinerja perusahaan secara keseluruhan.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah- sumpah (mu) itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”. (QS. An-Nahl [16]: 91)³⁶. Dari ayat diatas, sudah semestinya baik bank maupun nasabah agar senantiasa menepati janji dan sumpah setia.

d. Sincerity

Sincerity dapat diartikan sebagai suatu ketulusan atau keikhlasan yang dimiliki ketika melakukan segala sesuatu. Dimensi ini merupakan salah satu dimensi baru yang tidak terdapat pada SERVQUAL. Dimensi ini mengukur kualitas pelayanan berdasarkan evaluasi atau penilaian konsumen atau pelanggan terhadap keikhlasan atau kesungguhan dari para

³⁶ Sumber: <https://islam.nu.or.id/post/read/63870/anjuran-islam-tentang-etos-kerja-dan-profesionalisme>

karyawan dalam memberikan pelayanan. Jadi pada dimensi ini kejjuran diri para karyawan dan tidak adanya kemunafikan atau kepura puraan dalam diri karyawan dalam melakukan sesuatu untuk konsumen atau pelanggan merupakan sesuatu yang sangat penting untuk diperhatikan dalam mengukur kualitas pelayanan. Dimensi ini juga mencakup suatu pelayanan yang tidak diminta namun diberikan oleh para penyedia layanan yang menunjukkan bahwa penyedia pelayanan mempertimbangkan dan menganggap kesejahteraan para konsumen atau pelanggannya sebagai kepentingan yang utama.

فَادْعُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ وَلَوْ كَرِهَ الْكَافِرُونَ

Maka sembahlah Allah dengan tulus ikhlas beragama kepadanya, meskipun orang-orang kafir tidak menyukainya. – (Q.S Ghafir: 14)³⁷

e. Personalization

Personalization dapat dimaknai sebagai suatu kondisi dimana segala sesuatu yang dilakukan atau diberikan sesuai dengan pihak yang menerima perlakuan tersebut. Karena setiap individu memiliki perbedaan maka diperlukan adanya penyesuaian bentuk perlakuan terhadap masing masing individu. Penyesuaian tersebut dilakukan tidak hanya berdasar atas latar belakang pihak penerima jasa tetapi juga didasarkan pada segala sesuatu yang dimiliki oleh pihak penerima jasa yang membedakan antara penerima perlakuan yang satu dengan penerima perlakuan yang lain. Dimensi ini merupakan dimensi yang penting dalam proses evaluasi suatu pelayanan. Pada dimensi ini, kualitas pelayanan dapat diukur dari perhatian yang diberikan secara khusus untuk masing masing konsumen atau pelanggan dan disesuaikan dengan permintaan dan kebutuhan dari konsumen atau pelanggan. Selain itu, dimensi ini juga mengukur kualitas

³⁷ Sumber: <https://islam.nu.or.id/post/read/63870/anjuran-islam-tentang-etos-kerja-dan-profesionalisme>

pelayanan berdasarkan pengenalan akan keunikan masing masing konsumen atau pelanggan yang dapat dilihat dari penggunaan nama konsumen atau pelanggan dalam proses penyampaian layanan serta tanggapan akan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Jadi berdasarkan dari dimensi ini, kemampuan perusahaan untuk memperlakukan konsumen atau pelanggannya dengan mempertimbangkan posisinya dalam masyarakat atau tingkat kepentingan para konsumen atau pelanggannya terhadap jasa yang diberikanya merupakan sesuatu yang penting dalam proses pengukur kualitas pelayanan.

إِنَّ الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَٰئِكَ هُمْ خَيْرُ الْبَرِيَّةِ

“Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan melakukan pekerjaan yang baik, mereka itu adalah sebaik-baik makhluk.”
(QS. al-Bayyinah, 98:7)

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى (يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقِنَهُ) (رواه الطبرني والبيهقي)

Dari Aisyah r.a., sesungguhnya Rasulullah s.a.w. bersabda: “Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang apabila bekerja, mengerjakannya secara profesional”. (HR. Thabrani, No: 891, Baihaqi, No: 334).³⁸

f. Formality

Formality adalah suatu kondisi ketika segala sesuatu dilakukan berdasarkan persturan atau adat istiadat yang berlaku. Hal ini meliputi penyesuaian pada nilai nilai dan norma norma yang berlaku dalam masyarakat. Pada dimensi ini, kualitas pelayanan dapat diukur dari hal hal yang berhubungan dengan tingkat social, perbedaan peran dalam masyarakat, bentuk bentuk sapaan, dan upacara keagamaan. Dimensi ini tidak terdapat pada SERVQUAL karena SERVQUAL dikembangkan berdasarkan budaya barat yang cenderung tidak formal. Sedangkan pada

³⁸ Sumber: <https://islam.nu.or.id/post/read/63870/anjuran-islam-tentang-etos-kerja-dan-profesionalisme>

PAKSERV, formality dijadikan salah satu dimensi karena pada budaya selain budaya barat terdapat kecenderungan bahwa konsumen atau pelanggan juga melakukan penilaian terhadap kualitas suatu pelayanan berdasarkan kemampuan karyawan untuk bersikap secara pantas atau sesuai dengan adat istiadat yang berlaku. Penilaian tersebut mencakup pula cara berpakaian para karyawan, kata kata yang dipilih dan digunakan oleh para karyawan dalam proses komunikasi, dan penggunaan nama keluarga atau marga dari konsumen atau pelanggan. Untuk masyarakat yang masih melestarikan budaya yang dianutnya secara kental, dimensi ini merupakan dimensi yang sangat penting dalam suatu pelayanan.

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى (يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُثِقَنَهُ) (رواه الطبرني والبيهقي) Dari Aisyah r.a., sesungguhnya Rasulullah s.a.w. bersabda: “Sesungguhnya Allah mencintai seseorang yang apabila bekerja, mengerjakannya secara profesional”. (HR. Thabrani, No: 891, Baihaqi, No: 334).³⁹

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Muhammad kashif dan pimpa cheewakrakobit., Journal Of Marketing For Higher	"PERCEIVED SERVICE QUALITY-LOYALTY PATH: A PAKSERV BASED	1. Tangibility 2. Reliability 3. Assurance 4. Sincerity 5. Personalization	1. Tangibility berpengaruh positif 2. Reliability berpengaruh positif 3. Assurance

³⁹ Sumber: <https://islam.nu.or.id/post/read/63870/anjuran-islam-tentang-etos-kerja-dan-profesionalisme>

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
	Education2017	INVESTIGATI ON OF INTERNASION AL STUDENTS ENROLLED IN BUSINESS SCHOOLS IN THAILAND".		berpengaru h positif 4. Sincerity berpengaru h positif 5. Personaliza tion tidak berpengaru h
2.	Marice, Murdfin Haming, Bahar Sinring dan Sukmawati., Universitas Muslim Indonesia 2018.	"EFFECT OF SERVICE QUALITY DIMENSIONS AND PATIENT SATISFACTIO N IN HEALTH (Empirical Study From Morowali District) ".	1. Tangibilit y 2. Reliability 3. Assurance 4. Sincerity 5. Personaliz ation 6. Formality	1. Tangibility berpengaru h positif dan signifikan 2. Realibility berpengaru h positif dan tidak signifikan 3. Assuraance Berpengaru h positif dan signifikan 4. Sincerity berpengaru h positif dan signifikan

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
				<p>5. Personalization berpengaruh positif dan signifikan</p> <p>6. Formality berpengaruh positif dan signifikan</p>
3.	Muhammad Kashif, Umair Altaf, Hafiz M. Ayub, Umer Asif dan John C. Walsh . 2019.	"CUATOMER SATISFACTION AT PUBLIC HOSPITAL IN PAKISTAN: PAKSERV APPLICATION".	<p>1. Tangibility</p> <p>2. Reliability</p> <p>3. Assurance</p> <p>4. Sincerity</p> <p>5. Personalization</p> <p>6. Formality</p>	<p>1. Tangibiliti berpengaruh positif signifikan</p> <p>2. Reliability Berpengaruh positif dan signifikan</p> <p>3. Assurance berpengaruh positif</p> <p>4. Sincerity berpengaruh positif</p> <p>5. Personalization pengaruh positif</p>

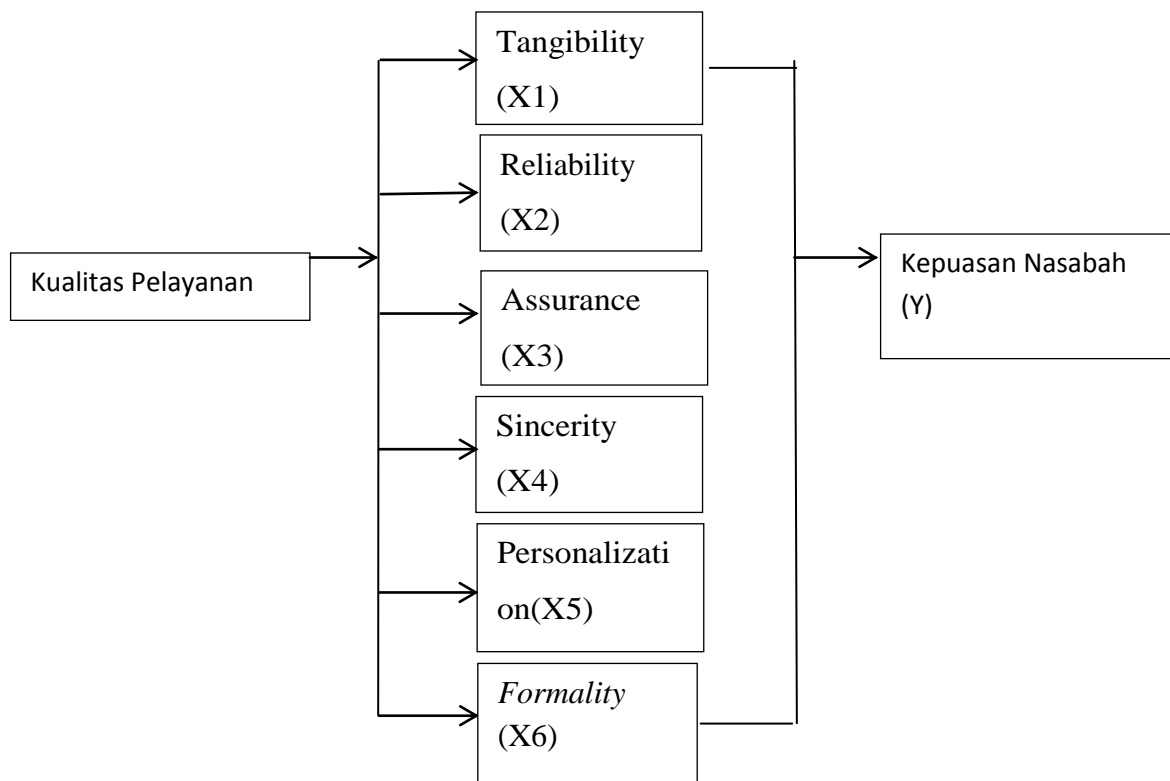
No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
				6. Formality tidak berpengaruh
4.	Vadline Cruz dan Luis Mendes, 2017	“THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON USERS’ BEHAVIOURAL INTENTIONS IN DEVELOPING COUNTRIES: A CROSS SECTIONAL STUDY IN CAPE VERDES’S PUBLIC HOSPITAL ”	1. Tangibility 2. Reliability 3. Assurance 4. Sincerity 5. Personalization 6. Formality	1. Tangibility berpengaruh signifikan 2. Reliability berpengaruh positif dan signifikan 3. Assurance berpengaruh positif dan signifikan 4. Sincerity berpengaruh signifikan 5. Personalization berpengaruh positif dan signifikan 6. Formality berpengaruh signifikan
5.	Ayu Silfiana Yusup.,Fakulta	“ PENGARUH PAKSERV	1. Tangibility 2. Reliability	1. Tangibility berpengaruh

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
	s Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti,2016.	TERHADAP CUSTOMER SATISFATION DAN DAMPAKNYA TERHDAP CUSTOMER LOYALITY PADA BANK SYARIAH DI DKI”	3. Assurance 4. Sincerity 5. Personaliz ation 6. Formality	h positif dan signifikan 2. Reliability berpengaru h positif dan signifikan 3. Assurance berpengaru h positif dan signifikan 4. Sincerity berpengaru h positif dan signifikan 5. Personaliza tion berpengaru h positif dan signifikan 6. Formality berpengaru h positif dan signifikan

B. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁴⁰ Kerangka berpikir dalam suatu penelitian perlu dikemukakan apabila penelitian tersebut berkenaan dengan dua variabel atau lebih.⁴¹

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini difokuskan pada pengaruh faktor-faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Suriyah cabang Semarang. Maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, dapat digambarkan sebagai berikut:



⁴⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016, h. 283.

⁴¹Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2013, h. 117.

Gambar 2.1. Kerangka Teori

C. Hipotesis Penelitian

Sebagai landasan kerja, untuk mengadakan pendekatan dalam usaha menganalisa suatu permasalahan diperlukan adanya analisa hipotesis. Hipotesis dalam hal ini sangatlah penting, karena hipotesis merupakan jawaban sementara atas suatu masalah penelitian dapat diuji dan menjelaskan hubungan antara beberapa variabel.⁴² Apabila telah dirumuskan secara tepat, maka akan benar-benar mampu menunjukkan data yang diperlukan untuk diuji lebih lanjut.

Dalam penelitian ini, kepuasan nasabah BPRS Suriyah Cabang Semarang dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain, yaitu: *tangibility*, *reliability*, *assurance*, *sincerity*, *personalization* dan *formality*.

Berikut ini adalah penjelasan hubungan keterkaitan antara variabel independen dengan variabel dependent.

1. Hubungan Tangibility dengan Kepuasan Konsumen

Karena suatu bentuk jasa tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium dan tidak bisa diraba maka aspek wujud fisik menjadi penting sebagai ukuran dari pelayanan. Pelanggan akan menggunakan indera penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan. Menurut Zeithaml. *et al.* 1985 *tangibility* adalah kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, tersedia tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan, sarana komunikasi serta penampilan karyawan. Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan.⁴³ Pada saat yang bersamaan aspek ini juga merupakan salah satu sumber yang mempengaruhi harapan pelanggan. Karena dengan bukti fisik yang

⁴²Utari, 2005: 11

⁴³Zeithaml. *et al.* 1985 Aviliani dan Wilfridus, 1997: 10

baik maka harapan konsumen menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek wujud fisik yang paling tepat, yaitu masih memberikan impresi positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah (Parasuraman, 2005) dalam Ramdan (2008): Peralatan yang moderndan Fasilitas yang menarik.⁴⁴

Hubungan Tangibility dengan kepuasan konsumen adalah wujud fisik mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap wujud fisik maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap wujud fisik buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2006) menyebutkan bahwa *variable compliance, assurance, tangibles, reliability, responsiveness, empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Atas dasar uraian diatas, maka dapat disajikan hipotesis sebagai berikut:

H1= Bukti Tangibility berpengaruh positif terhadap kepuasankonsumen.

2. Hubungan Reliability dengan Kepuasan Konsumen

Menurut parasuraman, dkk. (1998), dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006: 182) berpendapat kehandalan (reliability) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan.⁴⁵ Menurut

⁴⁴(Parasuraman, 2005) dalam Ramdan 2008

⁴⁵parasuraman, dkk. (1998), dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2006: 182)

Zeithaml et al. 1985 (Aviliani dan Wilfridus 1997: 10) kehandalan (reliability) adalah pemenuhan janji pelayanan segera dan memuaskan dari perusahaan.⁴⁶ Atribut – atribut yang berada dalam dimensi ini antara lain adalah (Parasuraman, 2005) dalam Ramdan (2008): Memberikan pelayanan sesuai janji, pertanggungjawaban tentang penanganan konsumen akan masalah pelayanan, memberikan pelayanan yang baik saat kesan pertama kepada konsumen, dan tidak membedakannya satu dengan yang lainnya, memberikan pelayanan tepat waktu, memberikan informasi kepada konsumen tentang kapan pelayanan yang dijanjikan akan direalisasikan.⁴⁷

Hubungan kehandalan dengan kepuasan konsumen adalah kehandalan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kehandalan perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap kehandalan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Hasan (2006) menyebutkan bahwa variable compliance, assurance, tangibles, reliability, responsiveness, empathy berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Atas dasar uraian diatas, maka dapat disajikan hipotesis sebagai berikut:

H2 = *Reliability* berpengaruh positif terhadap kepuasan Konsumen.

3. Hubungan Assurance dengan Kepuasan Konsumen

Menurut Parasuraman. Dkk. 1998 (Lupiyoadi & Hamdani, 2006: 182) yaitu meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuannya terhadap produk secara tepat, keramahtamahan, perhatian dan kesopanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki

⁴⁶Zeithaml et al. 1985 (Aviliani dan Wilfridus 1997: 10)

⁴⁷(Parasuraman, 2005) dalam Ramdan (2008)

para staf, bebas dari bahaya, resiko atau pun keraguan.⁴⁸ Pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dapat menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Atribut-atribut yang ada dalam dimensi ini adalah (Parasuraman, 2005) dalam Ramdan (2008): Karyawan yang memberi jaminan berupa kepercayaan diri kepada konsumen, membuat konsumen merasa aman saat menggunakan jasa pelayanan perusahaan, karyawan yang sopan, karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas sehingga dapat menjawab pertanyaan dari konsumen.⁴⁹

Jaminan (assurance) yang mencakup pengetahuan dan ketrampilan para pegawai Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang dalam melayani kebutuhan nasabah, etika para pegawai, dan jaminan keamanan dari perusahaan atas pelanggan saat bertransaksi di Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang. Adanya jaminan keamanan dari suatu perusahaan akan membuat pelanggan merasa aman dan tanpa ada rasa ragu-ragu untuk melakukan transaksi di Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang. Disamping itu jaminan dari suatu perusahaan bank akan berpengaruh pada kepuasan konsumen karena apa yang diinginkan pelanggan dapat dipenuhi oleh perusahaan yaitu dengan pengetahuan dan ketrampilan dari pegawai objek wisata tersebut. Kesopanan dan keramahan dari pegawai objek wisata akan membuat pelanggan merasa dihargai sehingga mereka puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Hubungan jaminan dengan kepuasan konsumen adalah jaminan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap jaminan yang diberikan oleh perusahaan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Penelitian yang

⁴⁸Parasuraman. Dkk. 1998 (Lupiyoadi & Hamdani, 2006: 182)

⁴⁹Parasuraman, 2005., dalam Ramdan (2008)

dilakukan oleh Rajpoot (2004) menyebutkan bahwa variable *Tangibility*, *Reliability*, *assurance*, *Sincerity*, *Personalization*, *Formality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Atas dasar uraian diatas, maka dapat disajikan hipotesis sebagai berikut:

H3 = Assurance berpengaruh positif terhadap kepuasan Konsumen.

4. Hubungan Sincerity dengan Kepuasan Konsumen

Sincerity dapat diartikan sebagai suatu ketulusan atau keikhlasan yang dimiliki ketika melakukan segala sesuatu. Dimensi ini merupakan salah satu dimensi baru yang tidak terdapat pada SERVQUAL. Dimensi ini mengukur kualitas pelayanan berdasarkan evaluasi atau penilaian konsumen atau pelanggan terhadap keikhlasan atau kesungguhan dari para karyawan dalam memberikan pelayanan. Jadi pada dimensi ini kejujuran diri para karyawan dan tidak adanya kemunafikan atau kepura puraan dalam diri karyawan dalam melakukan sesuatu untuk konsumen atau pelanggan merupakan sesuatu yang sangat penting untuk diperhatikan dalam mengukur kualitas pelayanan.⁵⁰

Hubungan Sincerity dengan kepuasan konsumen adalah daya tanggap mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap daya tanggap perusahaan, maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap daya tanggap buruk, maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Rajpoot (2004) menyebutkan bahwa variable *Tangibility*, *Reliability*, *assurance*, *Sincerity*, *Personalization*, *Formality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Atas dasar uraian diatas, maka dapat disajikan hipotesis sebagai berikut:

H4 = Sincerity (kepedulian) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

⁵⁰Rajpoot 2004

5. Hubungan Personalization dengan Kepuasan Konsumen

Personalization dapat dimaknai sebagai suatu kondisi dimana segala sesuatu yang dilakukan atau diberikan sesuai dengan pihak yang menerima perlakuan tersebut. Karena setiap individu memiliki perbedaan maka diperlukan adanya penyesuaian bentuk perlakuan terhadap masing masing individu. Penyesuaian tersebut dilakukan tidak hanya berdasar atas latar belakang pihak penerima jasa tetapi juga didasarkan pada segala sesuatu yang dimiliki oleh pihak penerima jasa yang membedakan antara penerima perlakuan yang satu dengan penerima perlakuan yang lain.⁵¹

Hubungan Personalization dengan kepuasan konsumen adalah daya tanggap mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap daya tanggap perusahaan, maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap daya tanggap buruk, maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Rajpoot (2004) menyebutkan bahwa variable *Tangibility, Reliability, assurance, Sincerity, Personalization, Formality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Atas dasar uraian diatas, maka dapat disajikan hipotesis sebagai berikut:

H5 = Daya Personalization berpengaruh positif terhadap kepuasan Konsumen.

6. Hubungan Formality dengan Kepuasan Konsumen

Formality adalah suatu kondisi ketika segala sesuatu dilakukan berdasarkan peraturan atau adat istiadat yang berlaku. Hal ini meliputi penyesuaian pada nilai nilai dan norma norma yang berlaku dalam masyarakat. Pada dimensi ini, kualitas pelayanan dapat diukur dari hal hal yang berhubungan dengan tingkat social, perbedaan peran dalam masyarakat, bentuk bentuk sapaan, dan upacara keagamaan. Dimensi ini tidak terdapat pada SERVQUAL karena SERVQUAL dikembangkan berdasarkan budaya barat yang cenderung tidak formal.

⁵¹Rajpoot 2004

Sedangkan pada PAKSERV, formality dijadikan salah satu dimensi karena pada budaya selain budaya barat terdapat kecenderungan bahwa konsumen atau pelanggan juga melakukan penilaian terhadap kualitas suatu pelayanan berdasarkan kemampuan karyawan untuk bersikap secara pantas atau sesuai dengan adat istiadat yang berlaku. Penilaian tersebut mencakup pula cara berpakaian para karyawan, kata kata yang dipilih dan digunakan oleh para karyawan dalam proses komunikasi, dan penggunaan nama keluarga atau marga dari konsumen atau pelanggan. Untuk masyarakat yang masih melestarikan budaya yang dianutnya secara kental, dimensi ini merupakan dimensi yang sangat penting dalam suatu pelayanan.⁵²

Hubungan Formality dengan kepuasan konsumen adalah daya tanggap mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap daya tanggap perusahaan, maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi konsumen terhadap daya tanggap buruk, maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Rajpoot (2004) menyebutkan bahwa variable *Tangibility, Reliability, assurance, Sincerity, Personalization, Formality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Atas dasar uraian diatas, maka dapat disajikan hipotesis sebagai berikut:

H3 = Daya Formality berpengaruh positif terhadap kepuasan Konsumen.

7. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah

Hubungan kualitas layanan dengan kepuasan nasabah tidak terlepas dari kreativitas layanan perbankan. Untuk mewujudkan suatu layanan yang berkualitas yang bermuara pada kepuasan nasabah, maka pihak bank harus mampu mengidentifikasi siapa nasabahnya sehingga akan mampu memahami tingkat persepsi dan harapan atas kualitas layanan. Hal yang penting, karena kepuasan nasabah merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan nasabah

⁵²Rajpoot 2004

terhadap layanan yang dirasakan. Kualitas layanan yang diberikan oleh bank dalam memenuhi harapan nasabah dalam *Tangibility, Reliability, Assurance, Sincerity, Personalization, Formality* akan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh bank, maka nasabah akan semakin merasa puas terhadap layanan tersebut.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan, pelanggan setelah terjadi proses pembelian. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Sebaliknya dengan asumsi pelanggan yang tidak puas.

Pada penelitian ini, kualitas pelayanan akan diukur dengan menggunakan dimensi-dimensi *PAKSERV* yang terdiri dari enam dimensi seperti *Tangibility, Reliability, Assurance, Sincerity, Personalization, Formality*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁵³

Menurut Abdul Hamid dalam metode penelitian diperlukan adanya penekanan batasan lokasi, waktu atau sektor dan variabel-variabel yang dibahas. Hal ini sangat diperlukan agar peneliti tidak keluar dari wilayah yang ditelitinya, dan akan sangat berguna bagi para pemula.⁵⁴

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi atau obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁵ Menurut Sanusi populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan.⁵⁶ Suatu penelitian tentunya memiliki keterbatasan dalam menghadirkan sumber informasi dan subjek penelitian, yang dimaksud dengan populasi adalah sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas.⁵⁷ Populasi

⁵³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 8.

⁵⁴ Atin Yulianti, *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*, Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011, h. 47.

⁵⁵ Filza Izzati, *Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Travel Haji dan Umroh*, UIN Raden Fatah Palembang 2017, h. 40.

⁵⁶ Daniel Teguh Tri Santoso dan Endang Purwanti, *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang*, STIE AMA Salatiga. Among Makarti Vol.6 No.12, Desember 2013, h. 119.

⁵⁷ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013, h. 137.

dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BPRS Suriyah cabang Semarang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah beberapa nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif.⁵⁸

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian tersebut.⁵⁹ Penentuan sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin.⁶⁰

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan/*margin of error*

$$n = \frac{442}{1 + 442 \cdot (0.1)^2}$$

$$n = \frac{442}{5,42}$$

$$n = 81$$

Berdasarkan data yang diperoleh, data nasabah yang menabung di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang yang

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R%D*, Bandung: Alfabeta, 2008, h.81.

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016, h. 81.

⁶⁰ Deni darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013, h. 156.

berjumlah 442 nasabah. Jumlah sampel untuk penelitian menggunakan *margin of error* sebesar 2,5% dari jumlah keseluruhan sampel. Maka jumlah sampel yang diteliti adalah 81 nasabah.

C. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Data diartikan sebagai segala sesuatu yang hanya berhubungan dengan keterangan tentang suatu fakta, fakta tersebut ditemui oleh peneliti di daerah penelitian. Selain data, ada juga pengertian lain yang mempunyai kemiripan dengannya adalah fakta (*fact*). Biasanya orang sering menggunakan dua istilah ini dalam satu pengertian yang sama, padahal masing-masing mempunyai konsep tersendiri.⁶¹

1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer diperoleh peneliti dengan pengisian kuesioner yang akan diisi oleh responden yaitu para nasabah BPRS Suriyah. Menurut Husein Kuesioner adalah suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.⁶² Kuesioner berisi pertanyaan mengenai data responden dan pertanyaan yang bersifat tertutup dengan skala likert. Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif jawaban, yang tercantum pada tabel dibawah :

Tabel 3.1 Kategori Jawaban

Bobot	Kategori
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Ragu-ragu
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

a. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)

⁶¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, h. 123.

⁶² *Ibid.*, h. 50.

- b. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
- c. Skor 3 untuk jawaban Ragu-ragu (R)
- d. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku pedoman, website dan brosur bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang. Dalam penelitian ini data sekunder merupakan data pendukung.

2. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini adalah teknik pengumpulan data kuesioner, sehingga betul-betul bisa didapat data yang valid dan reliabel.

Penelitian ini menggunakan metode kuesioner yaitu sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁶³ Angket atau kuesioner merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya-jawab dengan responden). Dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup. Pada angket tertutup pertanyaan atau pernyataan sudah disusun secara berstruktur di samping ada pertanyaan pokok atau pertanyaan utama, juga ada anak pertanyaan atau sub-pertanyaan. Dalam angket tertutup, pertanyaan atau pernyataan-pernyataan telah memiliki alternatif jawaban (*option*) yang tinggal dipilih oleh responden.⁶⁴

Kerangka kuesioner dalam penelitian ini dibagi dalam tiga bagian yaitu:

- a. Bagian yang memuat keterangan mengenai identitas peneliti, tujuan peneliti, serta pemuka kuesioner

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2016, h. 142.

⁶⁴ Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2017, h. 207.

- b. Bagian yang memuat pernyataan-pernyataan mengenai identitas responden seperti jenis kelamin, umur dan pekerjaan
- c. Pernyataan mengenai informasi atas keterangan yang berkaitan dengan perilaku nasabah yang akan diteliti terhadap BPRS Suriyah.

D. Variabel Penelitian dan Indikator Penelitian

1. Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang didapatkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependen*).

- a. Variabel bebas (*independen*) yaitu variabel yang mempengaruhi atau variabel penyebab berubahnya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel *Independen* dalam penelitian ini ialah Faktortangibility (X1),FaktorReliability (X2) ,Faktor assurance(X3), Faktor sincerity (X4), Faktor personalization (X5), dan Faktor formality (X6).

- b. Variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independen*.

Variabel *dependen* dalam penelitian ini ialah variabel Pengambilan Kepuasan (Y)

2. Definisi Operasional

Definisi operasional atau sering dinamakan juga sebagai operasionalisasi variabel adalah kegiatan atau proses yang dilakukan peneliti untuk mengurangi tingkat abstraksi konsep sehingga konsep tersebut dapat diukur.⁶⁵ Dalam penelitian ini terdapat lima indikator diantaranya variabel Faktor tangibility (X1),Faktor Reliability (X2) ,Faktor assurance(X3),Faktor sincerity (X4), Faktor personalization

⁶⁵ Zulfanef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2013, h. 84.

(X5), dan Faktor *formality* (X6) dan kepuasan nasabah (variabel dependent).

Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Pengaruh <i>tangibility</i> (X1) Independent	<i>tangible</i> didefinisikan keterwujudan atau sifat nyata dari peralatan atau perlengkapan yang digunakan untuk mendukung proses penyampaian layanan sehingga dapat dirasakan atau diketahui oleh nasabah dengan menggunakan 5 indra yang dimilikinya. Rajpoot (2004)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemodernan peralatan 2. Penampilan fasilitas fisik 3. Petunjuk panduan prosedur informasi proses layanan tertulis yang mudah dimengerti 4. Penampilan karyawan 5. Arsitektur bangunan gedung yang menarik 	Skala likert
2.	Pengaruh <i>Reliability</i> (X2) Independent	Reliability yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan untuk menepati janji yang disampaikan 	Skala likert

		<p>dengan fungsinya dan dapat mempertahankan kemampuan tersebut dalam kondisi yang telah ditetapkan sebelumnya.</p> <p>Rajpoot (2004)</p>	<p>n</p> <p>2. Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan</p> <p>3. Ketepatan dalam menyampaikan sesuatu</p> <p>4. Ketersediaan yang ditawarkan ketika dibutuhkan</p>	
3.	<p>Pengaruh <i>assurance</i> (X3)</p> <p>Independent</p>	<p><i>assurance</i> yaitu jaminan yang diberikan untuk semua hal yang mendukung atau berhubungan dengan pelayanan sehingga tercipta rasa aman dalam diri nasabah ketika menerima pelayanan dari</p>	<p>1. Pemberian perlakuan yang sama untuk semua nasabah</p> <p>2. Kemampuan untuk menjaga keamanan para nasabah</p> <p>3. Kemampuan</p>	Skala likert

		<p>karyawan</p> <p>Rajpoot (2004)</p>	<p>n untuk dapat dipercaya oleh nasabah dalam melakukan proses transaksi perbankan atau bisnis</p> <p>4. Kesopanan para karyawan</p> <p>5. Pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan untuk menjawab pertanyaan pertanyaan yang diberikan oleh nasabah tentang perusahaan</p>	
4.	<p>Pengaruh <i>Sincerity</i> (X4)</p>	<p>Sincerity adalah ketulusan dan keikhlasan yang</p>	<p>1. Kemampuan karyawan untuk</p>	

		<p>dimiliki oleh karyawan ketika melakukan segala sesuatu atau memberikan pelayanan untuk para nasabahnya. Rajpoot (2004)</p>	<p>memberi pelayanan dengan sepenuh hati</p> <p>2. Keinginan karyawan untuk memberi saran yang tidak perlu diminta oleh nasabah</p> <p>3. Keramahan karyawan</p> <p>4. Kemampuan karyawan untuk berperilaku sesuai norma yang berlaku dalam budaya masyarakat</p>	
5.	<p>Pengaruh <i>personalization</i> (X4)</p> <p>Independen</p>	<p>Personalization yaitu kemampuan karyawan untuk melakukan atau memberikan pelayanan sesuai dengan diri</p>	<p>1. Perhatian yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah</p>	

		nasabah. Rajpoot (2004)	<p>yang disesuaikan untuk masing masing nasabah</p> <p>2. Selalu digunakanya nama nasabah dalam proses komunikasi</p> <p>3. Kecepatan karyawan dalam memberikan perhatian pada kebutuhan para nasabah</p> <p>4. Pemberian solusi atau pemecahan masalah yang disesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi</p>	
--	--	----------------------------	--	--

			oleh masing masing nasabah	
5.	Pengaruh <i>Formality</i> (X4) Independen	Formality adalah kemampuan karyawan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan peraturan atau adat istiadat yang berlaku di daerah. Rajpoot (2004)	1. Penggunaan nama keluarga atau marga nasabah ketika dimungkinkan dalam proses komunikasi 2. Kemampuan karyawan untuk menggunakan kata kata yang disesuaikan dengan kelas social atau tingkat pendidikan nasabah 3. Perhatian penuh yang diberikan oleh karyawan	

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala pengukuran
1.	Kepuasan Nasabah (Y) Dependent	Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. (Kotler)	1. Perusahaan harus dapat mengatasi masalah saat dalam situasi yang sulit 2. Perusahaan harus lebih baik dari alternative lain 3. Perusahaan harus bias melakukan tugas nya	Skala likert

E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penghimpunan atau pengumpulan, pemodelan dan transformasi data dengan tujuan untuk menyoroti dan memperoleh informasi yang bermanfaat, memberikan saran, kesimpulan dan mendukung pembuatan keputusan.⁶⁶

Data yang dikumpulkan pada penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur.⁶⁷ Validitas adalah

⁶⁶ Restu Kartiko Widi, *Asa-asas Metodologi Penelitian*, h. 253.

⁶⁷ Muhammad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h. 209.

keabsahan atau tingkat kecocokan alat ukur untuk pengukuran, yang benar-benar cocok mengukur sesuatu yang sedang diukur.

Suatu alat pengukur dikatakan valid atau sah apabila alat ukur tersebut telah digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.⁶⁸

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r table dimana $df = n - 2$ dengan sig 5%. Jika r table $<$ r hitung maka valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Husein Umar reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsisten suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama.⁶⁹ Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Uji ini digunakan untuk menguji seberapa konsisten satu atau seperangkat pengukuran suatu konsep yang diukur. Menurut Imam Ghazali (2001) reliabilitas instrumen dilihat dari *Cronchbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronch Alpha $>$ 0,6.⁷⁰

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standart deviasi yang sama dengan data kita. Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian parametric-test (uji parametik) adalah data harus memiliki distribusi normal (atau berdistribusi normal).⁷¹ Pada penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan kolmogorov smirnov yaitu dengan hasil apabila nilai signifikannya diatas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa distribusi data

⁶⁸ Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012, h. 173.

⁶⁹ Atin Yulianti, *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*, Skripsi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011, h. 53.

⁷⁰ *Ibid.*, h. 53.

⁷¹ Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL: Sebuah Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, h. 53.

adalah normal, tetapi jika hasil signifikannya dibawah 0,05 maka data tersebut tidak normal.

4. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah ada penyimpangan terhadap variabel yang ada dalam model dan untuk mendapatkan kesimpulan statistik yang dapat dipertanggungjawabkan digunakan uji asumsi klasik. Dalam regresi berganda ada beberapa uji asumsi yang harus dapat dipenuhi, yaitu:

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependent (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi, analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal.⁷² Uji ini digunakan untuk menjawab permasalahan apakah variabel promosi dan loyalitas konsumen secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang semarang. Rumus yang dipakai persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah di BPRS Suriyah

X₁ = *tangibility*

X₂ = *Reliability*

X₃ = *assurance*

X₄ = *sincerity*

X₅ = *personalization*

X₆ = *formality*

a = Intersip atau Konstanta

b_{1,2,3,4,5,6} = Koefisien Regresi

e = Standar Error

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, h. 275.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Pendirian BPRS Suriyah

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.⁷³ Bank Syariah Suriyah atau disebut dengan BPRS Suriyah pertama kali didirikan di Cilacap. Daerah barat di Provinsi Jawa Tengah yang menjadi kantor pusatnya. BPRS Suriyah didirikan dengan akta No. 3 Notaris Naimah, SH pada tanggal 06 Januari 2005 dan telah disahkan oleh Departemen Hukum dan HAM Republik Indonesia Nomor : C-02469 HT. 01. 01 Tahun 2005 tertanggal 31 Januari 2005. BPRS Suriyah mulai beroperasi menjalankan kegiatan usahanya di bidang Perbankan Syariah sejak tanggal 01 April 2005 setelah mendapat Salinan Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 7/14/KEP.GBI/2005 tanggal 21 Maret 2005 tentang pemberian Izin Usaha PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah.⁷⁴

Pada awal terbentuknya BPRS Suriyah bermula dengan Modal 1M, dan sampai saat ini asset BPRS Suriyah lebih dari 25M. Dengan pendekatan emosional dan pendekatan kepada para nasabah dengan jalur para tokoh-tokoh masyarakat di Cilacap BPRS Suriyah menjelma menjadi Lembaga Keuangan Syariah yang mampu mengeluarkan Pembiayaan sebesar 18,6M lebih sampai saat ini.

Latar belakang pendirian BPRS Suriyah kantor cabang Semarang didasari masih terbukanya pasar keuangan syariah di ibu kota Provinsi Jawa Tengah dan BPRS Suriyah menjadi BPRS ke-4 yang hadir di kota Semarang. Atas dasar faktor tersebut maka pada tanggal 16 Oktober 2010, diresmikan BPRS Suriyah Kantor Cabang Semarang melalui

⁷³Undang Undang Republik Indonesia nomor 21 Tahun 2008

⁷⁴[www. BankSyariah.com](http://www.BankSyariah.com), profile BPRS Suriyah

surat keputusan BI Purwokerto No. 12/56/DPbS/ PAdBS/Pwt pada tanggal 6 Oktober 2010.⁷⁵

2. Visi, Misi dan Slogan BPRS Suriyah

a. Visi BPRS Suriyah

- 1) Menjadi BPRS yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian.
- 2) Mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam rangka keadilan, tolong menolong menuju kebaikan dan kemaslahatan ummat.
- 3) Sehat diukur dari ketentuan/ peraturan Bank Indonesia.
- 4) Memperluas jaringan pelayanan.
- 5) Pembinaan Sumber Daya Insani (SDI) yang profesional dan berintegritas.

b. Misi BPRS Suriyah

- 1) Ikut membangun ekonomi ummat.
- 2) Menyediakan produk-produk perbankan syariah yang mampu mendorong masyarakat untuk menjalankan bisnis secara produktif, efisien, dan akuntabel.
- 3) Pertumbuhan bank secara optimal.
- 4) Memelihara hubungan kerja yang baik.

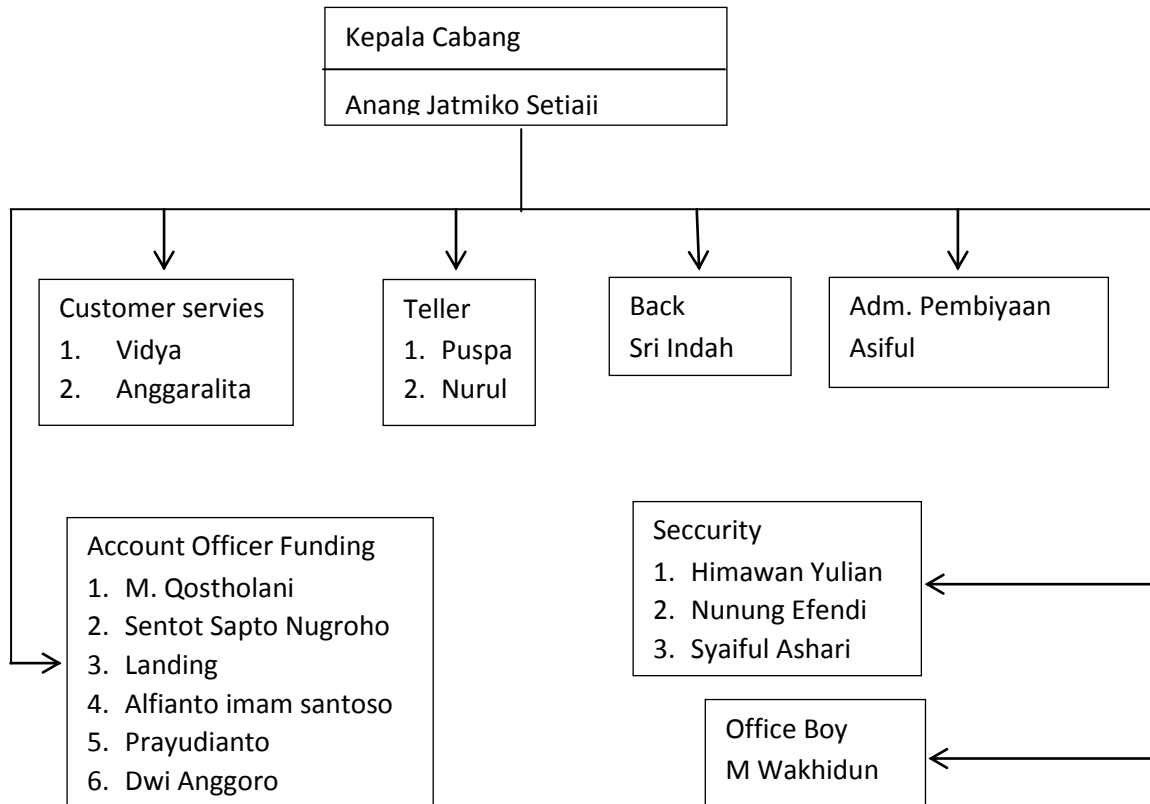
c. Slogan BPRS Suriyah

“Maju Bersama Dalam Usaha Sesuai Syariah”

⁷⁵Arsip dokumen BPRS Suriyah Semarang

3. Struktur Organisasi BPRS Suriyah Cabang Semarang

Gambar 4.1 Struktur Organisasi



B. Produk BPRS Suriyah

1. Produk Simpanan

a. Tabungan iB Tasya Tamansari

1) Pengertian

Tamansari adalah merupakan tabungan investasi dengan akad Mudharabah Mutlaqah dengan jumlah setoran telah ditentukan (tetap) dan rutin dengan periode tertentu (bulanan, triwulan) dan penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat dan waktu tertentu sesuai kesepakatan.

2) Karakteristik

- a) Setoran dilakukan secara berkala (bulanan, triwulan)
- b) Jumlah setoran tetap (minimal Rp. 50.000)
- c) Jangka waktu ditentukan sendiri (minimal 3 tahun)

- d) Bagi hasil dapat diketahui setiap akhir bulan dan secara otomatis menambah saldo Tamansari
 - e) Tabungan dapat diambil setelah kepesertaan selama 3 tahun
 - f) Tabungan yang diambil sebelum masa kepesertaan 3 tahun tidak mendapatkan bagi hasil
- 3) Keuntungan
- a) Bagi hasil akan diberikan setiap bulan sesuai dengan nisbah yang disepakati
 - b) Nisbah bagi hasil lebih menarik dari tabungan lainnya
 - c) Bagi hasil setiap bulan akan terus menambah saldo Tamansari
 - d) Nasabah bebas menentukan jangka waktu kesepakatan (minimal 3 tahun)
 - e) Jumlah setoran ditentukan sendiri dan sesuai kemampuan (minimal Rp. 50.000)
- 4) Manfaat
- a) Persiapan biaya pendidikan anak
 - b) Persiapan biaya Walimahan
 - c) Persiapan biaya Haji dan Umroh
 - d) Investasi Jaminan Hari Tua
 - e) Investasi masa depan yang menguntungkan
- 5) Persyaratan Pembukaan Rekening
- (1) Fotokopi KTP/ SIM/ Kartu pelajar atau Identitas yang masih berlaku
 - (2) Mengisi formulir pembukaan rekening
 - (3) Menyerahkan setoran awal minimal Rp. 50.000⁷⁶
- b. Tabungan iB Tasya Suriyah
- 1) Tujuan
- a) Untuk menghimpun dan memanfaatkan dana dari masyarakat

⁷⁶Brosur BPRS Suriyah

b) Pemakai jasa bank yang berpotensi adalah perorangan

2) Karakteristik

a) Tabungan hanya dilakukan dalam rupiah

b) Penabung adalah nasabah perorangan, badan usaha

c) Jumlah setoran awal minimal Rp. 20.000,- dan setoran berikutnya minimal sebesar Rp. 10.000,-, saldo mengendap minimal sebesar Rp. 20.000,-.

d) Dikenakan pajak penghasilan atas bonus yang mencapai saldo setara atau lebih dari Rp. 7.500.00,-.

e) Media penarikan dana dengan slip penarikan tabungan

f) Nasabah mendapatkan buku tabungan dari bank yang telah ditandatangani oleh nasabah dan telah dicatat dalam buku registrasi tabungan.

3) Keuntungan

a) Nasabah mendapat “Bonus” sesuai dengan kebijakan manajemen bank

b) Dapat digunakan sebagai jaminan dan referensi bank

c) Jika penarikan dikuasakan, harus dilampiri surat kuasa bermaterai cukup

d) Nasabah menerima buku tabungan sebagai bukti tabungan.

4) Persyaratan Pembukaan Rekening

a) Fotokopi kartu identitas diri : KTP/ SIM/ Paspor yang masih berlaku dan nomor NPWP bagi wajib pajak

b) Bagi Badan Usaha ditambah Akta pendirian, TDP, SIUP

c) Mengisi aplikasi dan syarat-syarat pembukaan tabungan dengan lengkap (termasuk akad tabungan).

c. Tabungan iB Tasya Pelajar dan Santri

1) Tujuan

a) Untuk menghimpun dan memanfaatkan dana dari masyarakat

- b) Pemakai jasa bank yang berpotensi adalah pelajar dan santri

2) Karakteristik

- a) Tabungan hanya dilakukan dalam rupiah
- b) Penabung adalah nasabah perorangan (pelajar dan santri)
- c) Jumlah setoran pertama sebesar Rp. 10.000,- dan setoran berikutnya minimal sebesar Rp. 5.000,- saldo mengendap minimal sebesar Rp. 10.000,-.
- d) Dikenakan pajak penghasilan atas bonus yang mencapai saldo setara atau diatas Rp. 7.500.000,-.
- e) Media penarikan dana dengan slip penarikan tabungan.
- f) Nasabah mendapatkan buku tabungan dari bank yang telah ditanda tangani oleh nasabah dan telah dicatat dalam buku registrasi tabungan.

3) Keuntungan bagi nasabah

- a) Nasabah mendapat “Bonus” sesuai dengan kebijakan manajemen bank
- b) Dapat digunakan sebagai jaminan dan referensi bank.
- c) Jika penarikan dikuasakan, harus dilampiri surat kuasa bermaterai cukup.
- d) Nasabah menerima buku tabungan sebagai bukti tabungan.

4) Persyaratan Pembukaan Rekening

- a) Fotokopi kartu identitas diri : KTP/ SIM/ Kartu Pelajar yang masih berlaku.
- b) Bagi yang tidak memiliki identitas, dapat diwakili oleh orang tua/ wali untuk dan atas nama pelajar/ santri.

- c) Mengisi aplikasi dan syarat-syarat pembukaan tabungan dengan lengkap (termasuk akad tabungan wadiah).
- d. Tabungan iB Haji Baitullah
- 1) Tujuan
 - a) Untuk menghimpun dan memanfaatkan dana dari masyarakat.
 - b) Pemakai jasa bank yang berpotensi adalah perorangan.
 - c) Diperuntukkan bagi umat Islam yang mempunyai keinginan/ niat untuk memenuhi panggilan Allah SWT.
 - 2) Karakteristik
 - a) Tabungan hanya dilakukan dalam rupiah.
 - b) Penabung adalah nasabah perorangan.
 - c) Jumlah setoran pertama sebesar Rp. 100.000,- dan setoran berikutnya minimal sebesar Rp. 50.000,-
 - d) Dikenakan pajak penghasilan atas bagi hasil dengan saldo setara atau diatas Rp. 7.500.000,-
 - e) Media penarikan dana dengan slip penarikan tabungan.
 - f) Tidak boleh ditarik kecuali untuk biaya pendaftaran haji.
 - 3) Keuntungan bagi nasabah
 - a) Nasabah mendapat bagi hasil/ keuntungan sesuai dengan nisbah yang disepakati.
 - b) Dapat digunakan sebagai jaminan dan referensi bank.
 - c) Jika penarikan dikuasakan, harus dilampiri surat kuasa bermaterai cukup.
 - d) Nasabah menerima buku tabungan sebagai bukti tabungan.
 - e) Bank membenatu penyeteran haji melalui Seskohat.

4) Persyaratan Pembukaan Rekening

- (1) Fotokopi kartu identitas diri: KTP/ SIM/ Paspor dan NPWP bagi yang telah memiliki.
- (2) Mengisi aplikasi permohonan dan syarat-syarat pembukaan tabungan beserta akadnya.

e. Tabungan iB Qurban

1) Tujuan

- a) Untuk menghimpun dan memanfaatkan dana dari masyarakat.
- b) Pemakai jasa bank yang berpotensi adalah perorangan.
- c) Diperuntukkan bagi umat Islam yang mempunyai keinginan/ niat untuk berqurban karena Allah SWT.

2) Karakteristik

- a) Tabungan hanya dilakukan dalam rupiah.
- b) Penabung adalah nasabah perorangan.
- c) Jumlah setoran pertama sebesar Rp. 25.000,- dan setoran berikutnya minimal sebesar Rp. 10.000,-
- d) Dikenakan pajak penghasilan atas “bagi hasil” yang mencapai saldo setara atau di atas Rp. 7.500.000,-
- e) Media penarikan dana dengan slip penarikan tabungan.
- f) Tidak boleh ditarik kecuali untuk pembelian hewan Qurban.

3) Keuntungan bagi nasabah

- a) Nasabah mendapat bagi hasil/ keuntungan sesuai dengan nisbah yang disepakati.
- b) Dapat digunakan sebagai jaminan dan referensi bank.
- c) Jika penarikan dikuasakan, harus dilampiri surat kuasa bermaterai cukup.
- d) Nasabah menerima buku tabungan sebagai bukti tabungan.

- e) Bank dapat membantu pembelian hewan qurban.
- 4) Persyaratan Pembukaan Rekening
 - a) Fotokopi kartu identitas diri: KTP/ SIM/ Paspor dan NPWP bagi yang telah memiliki.
 - b) Mengisi aplikasi permohonan serta melengkapi syarat-syarat pembukaan tabungan beserta akadnya.
- f. Deposito iB Mudharabah
 - 1) Tujuan

Untuk menghimpun dan memanfaatkan dana dari masyarakat dalam jangka waktu tertentu
 - 2) Target Deposasi
 - a) Masyarakat yang mempunyai dana untuk diinvestasikan dan ingin memperoleh manfaat atas dana tersebut.
 - b) Perorangan dan Badan Hukum.
 - 3) Karakteristik
 - a) Tersedia dalam rupiah.
 - b) Nominal minimal deposito mudharabah sebesar Rp. 500.000,- untuk perorangan dan Rp. 1.000.000,- untuk badan hukum/ organisasi.
 - c) Jangka waktu antara lain: 1,3,6 dan/atau 12 bulan.
 - d) Dapat dengan kondisi single/ joint (and/ or) Lembaga/ badan hukum.
 - e) Akad mudharabah mutlaqah dengan nisbah disepakati oleh kedua belah pihak.
 - f) Dikenakan pajak atas “bagi hasil” dengan saldo setara atau diatas Rp. 7.500.000,-.
 - g) Deposito mudharabah pada saat jatuh tempo dicairkan maka diperpanjang secara otomatis (Automatic Roll Over) dengan nisbah sesuai kesepakatan akad atau kebijaksanaan bank tanpa merubah bilyet deposito yang telah diterbitkan.

- 4) Persyaratan Pembukaan Rekening
 - a) Fotokopi kartu identitas diri: KTP/ SIM/ Paspor, NPWP bagi wajib pajak.
 - b) Bagi badan hukum: Fotokopi Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP), Fotokopi Tanda Daftar Perusahaan (TDP), Fotokopi Keterangan Domisili, Fotokopi akte pendirian yang sudah disahkan oleh Menteri Kehakiman dan didaftarkan di Pengadilan Negeri serah diumumkan dalam berita Negara, serta perubahan-perubahannya.
 - c) Bagi Yayasan: Fotokopi akte pendirian yang sudah didaftarkan di pengadilan Negeri serta perubahan-perubahannya, NPWP yayasan.
 - d) Aplikasi permohonan deposito mudharabah dan syarat- syarat pembukaaan deposito beserta akadnya.
 - e) Surat penunjukan ahli waris.
 - f) Untuk deposito mudharabah muqayyadah dilampiri dengan perjanjian kerjasama antar pemilik dana dengan pengelola dana.
- 5) Pencairan Deposito Mudharabah
 - a) Nasabah mengisi permohonan pencairan deposito dengan membawa bilyet deposito asli dan identitas diri.
 - b) Pencairan deposito mudharabah dapat ditarik secara tunai atau dipindah bukukan ke rekening tabungan.
 - c) Pencairan deposito dapat dialkukan sebelum jatuh tempo, tetapi bagi hasil bulan berjalan tidak diperhitungkan atau tidak diberikan.⁷⁷

2. Produk Pembiayaan

- a. iB Bisya Murabahah

⁷⁷Arsip Dokumen BPRS Suriyah

Prinsip pembiayaan dengan sistem jual beli barang dengan margin/ keuntungan yang telah disepakati dengan pembayaran tangguh/ angsur.

b. iB Bisya Istishna

Prinsip pembiayaan dengan sistem jual beli barang berdasarkan pesanan, dengan margin/ keuntungan yang telah disepakati dengan pembayaran tangguh/ angsur.

c. iB Bisya Qard

Prinsip pembiayaan atas asas saling menolong dalam kebaikan, dengan pengembalian pinjaman sesuai pokok pinjaman.

d. iB Bisya Mudharabah

Prinsip pembiayaan usaha dengan sistem bagi hasil atas pendapatan/ keuntungan yang diperoleh dari usaha bersama dengan bank sebagai shahibul maal/ pemilik modal. Pembagian keuntungan dengan nisbah yang telah disepakati.

e. iB Bisya Musyarakah

Prinsip pembiayaan usaha dengan sistem bagi hasil atas pendapatan/ keuntungan yang diperoleh dari usaha bersama dengan sharing dana modal (kemitraan) antara nasabah dengan bank. Pembagian keuntungan (bagi hasil) sesuai dengan porsi modal dan nisbah yang telah disepakati.

f. iB Bisya Ijarah

Prinsip pembiayaan dengan sistem sewa dengan pembayaran sewa secara berkala.

g. iB Bisya Multijasa

Prinsip pembiayaan dengan berdasarkan atas manfaat yang diperoleh dengan pembayaran sewa secara berkala.⁷⁸

C. Karakteristik Responden

Karakteristik responden perlu disajikan dalam penelitian ini guna menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberi

⁷⁸Brosur BPRS Suriyah

informasi tambahan untuk membantu memahami hasil penelitian. Penyajian data deskriptip penelitian bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut. Adapun karakteristik-karakteristik penelitian terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, penghasilan responden. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang yang berjumlah 81 orang. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 81 responden melalui kuesioner didapat gambaran sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data jenis kelamin responden di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang semarang dibagi menjadi dua jenis yaitu laki-laki dan perempuan dengan presentase sebagai berikut:

Jenis kelamin	Responden (orang)	Presentase (%)
Laki-Laki	31	38,27
Perempuan	50	61,72
Total	81	100

Tabel 4.1 Presentase Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan keterangan tabel diatas diketahui bahwa jenis kelamin nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang semarang yang diambil menjadi responden menunjukkan mayoritas berjenis kelamin perempuan berjumlah 50 responden atau dengan persentase 61,72% dan Laki-Laki berjumlah 31 responden atau dengan persentase 38,27%. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang semarang adalah perempuan.

2. Usia Responden

Data mengenai usia responden peneliti mengelompokkan menjadi empat jenis, diantara adalah 16 – 20 tahun, 21 – 30 tahun, 30 – 40 tahun, dan diatas 40 tahun. Adapun data dari hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Persentase Usia Responden

Usia	Responden (orang)	Persentase (%)
16 – 20 tahun	6	7,40
21 – 30 tahun	20	24,69
30 – 40 tahun	19	23,45
Diatas 40 tahun	36	44,44
Total	81	100

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa reponden yang berusia 16 – 20 tahun sebanyak 6 orang atau denga persentase 7,40%, sedangkan yang berusia 21 – 30 tahun sebanyak 20 orang atau dengan persentase 24,69%, usia 30 – 40 tahun sebanyak 19 orang atau dengan persentase 23,45%, usia diatas 40 tahun sebanyak 36 orang atau dengan persentase 44,44%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang semarang berusia diatas 40 tahun.

3. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan responden di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang dikelompokkan menjadi 4 kategori yaitu : SD, SMP, SMA, dan Perguruan Tinggi. Adapun hasil penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3 Presentase Pendidikan Responden

Pendidikan	Responden (orang)	Persentase (%)
SD	13	16,04
SMP	8	9,87
SMA	42	51,85
Perguruan Tinggi	18	22,22
Total	81	100

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan responden adalah SD sebesar 13 orang atau dengan persentase 16,04%, SMP sebesar 8 orang atau dengan persentase 9,87%, SMA sebesar 42 orang atau dengan persentase 51,85%, Perguruan Tinggi 18 orang atau dengan persentase 22,22%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pendidikan nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang adalah SMA.

4. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang adalah dikelompokkan dalam lima kategori yaitu: pelajar/mahasiswa, wiraswasta, Karyawan Swasta, pegawai negeri, dan Ibu Rumah Tangga . Adapun data hasil nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang yang diambil adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4 Presentase Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Responden (orang)	Persentase (%)
Pelajar / Mahasiswa	12	14,81
Wiraswasta	23	28,39
Karyawan Swasta	20	24,69
Pegawai Negeri	4	4,93
Ibu Rumah Tangga	16	19,75
Lain lain	6	7,40
Total	81	100

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang yang memiliki pekerjaan pelajar atau mahasiswa sebanyak 12 orang atau dengan persentase 14,81%, pekerjaan wiraswasta sebanyak 23 orang atau dengan persentase 28,39%, pekerjaan karyawan swasta sebanyak 20 orang atau dengan persentase 24,69%, pekerjaan pegawai negeri sebanyak 4 orang atau dengan persentase 4,93%, pekerjaan ibu rumah tangga sebanyak 16 orang atau dengan

persentase 19,75%, dan yang tersisa pekerjaan lainnya sebanyak 6 orang atau dengan persentase 7,40%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang semarang mayoritas adalah yang mempunyai pekerjaan sebagai wiraswasta.

5. Penghasilan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang semarang adalah dikelompokkan dalam empat kategori yaitu: penghasilan Rp 500.000 - Rp 1.000.000, Rp 1.100.000 – Rp 2.000.000, Rp2.100.000 - Rp3.000.000, Diatas Rp 3.000.000 . Adapun data hasil nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang semarang yang diambil adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5 Persentase Penghasilan Responden

Penghasilan	Responden (orang)	Persentase (%)
Rp 500.000 - 1.000.000	35	43,20
Rp 1.100.000 - 2.000.000	16	19,75
Rp 2.100.000 - 3.000.000	18	22,22
Diatas Rp 3.000.000	12	14,81
Total	81	100

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang semarang yang memiliki penghasilan Rp.500.000,00 - Rp.1.000.000,00 sebanyak 35 orang atau dengan persentase 43,20%, penghasilan Rp.1.100.000,00- Rp.2.000.000,00 sebanyak 16 orang atau dengan persentase 19,75%, dan yang tersisa penghasilan lebih dari Rp.3.000.000,00. Sebanyak 12 orang atau dengan persentase 14,81%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang semarang

mayoritas adalah yang mempunyai penghasilan antara Rp.500.000,00- Rp.1.000.000,00.

D. Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil data yang diperoleh pada penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada responden di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang yang berhasil ditemui. Adapun cara yang dilakukan oleh peneliti dalam membagikan kuesioner yaitu memberikan secara langsung kepada nasabah yang datang ke bank untuk menabung atau mengambil uangnya, mengenai analisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang.

Adapun responden dalam penelitian ini adalah nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang. Data variabel - variabel dalam judul penelitian ini terdiri dari variabel bebas (Independent) adalah tangibility, reliability, assurance, sincerity, personalization dan formality sedangkan untuk variabel (Dependent) adalah kepuasan nasabah. Berikut ini adalah data hasil kuesioner :

Tabel 4.6Data hasil kuisioner

	Item Pernyataan	Total									
		SS	%	S	%	RR	%	TS	%	STS	%
X 1	Pernyataan 1	16	19,75	49	60,49	14	17,28	1	1,23	1	1,23
	Pernyataan 2	16	19,75	45	55,55	19	22,45	0	0	1	1,23
	Pernyataan 3	18	22,22	45	55,55	15	18,51	2	2,47	1	1,23
	Pernyataan 4	35	43,20	39	48,14	6	7,40	0	0	1	1,23
	Pernyataan 5	20	24,69	40	49,38	19	22,45	2	2,47	0	0
X 2	Pernyataan 6	19	22,45	43	53,08	19	22,45	0	0	0	0
	Pernyataan 7	21	25,92	51	62,96	8	9,87	1	1,23	0	0
	Pernyataan 8	22	27,16	49	60,49	9	11,11	1	1,23	0	0
	Pernyataan 9	18	22,22	47	58,02	15	18,51	1	1,23	0	0
X3	Pernyataan 10	29	35,80	39	48,14	13	16,04	0	0	0	0
	Pernyataan 11	29	35,80	40	49,38	12	14,81	0	0	0	0
	Pernyataan 12	24	29,62	47	58,02	10	12,34	0	0	0	0
	Pernyataan 13	37	45,67	37	45,67	7	8,64	0	0	0	0
	Pernyataan 14	25	30,86	40	49,38	16	19,75	0	0	0	0
X 4	Pernyataan 15	28	34,56	40	49,38	13	16,04	0	0	0	0
	Pernyataan 16	31	38,27	45	55,55	5	6,17	0	0	0	0

	Pernyataan 17	16	19,75	42	51,85	21	25,92	2	2,47	0	0
	Pernyataan 18	35	43,20	38	46,91	8	9,87	0	0	0	0
X 5	Pernyataan 19	26	32,09	36	44,44	18	22,22	1	1,23	0	0
	Pernyataan 20	27	33,33	39	48,14	15	18,51	0	0	0	0
	Pernyataan 21	16	19,75	28	34,56	26	32,09	9	11,11	2	2,47
X 6	Pernyataan 22	25	30,86	43	53,08	13	16,04	0	0	0	0
	Pernyataan 23	28	34,56	43	53,08	10	12,34	0	0	0	0
Y	Pernyataan 24	20	24,69	46	56,79	15	18,51	0	0	0	0
	Pernyataan 25	22	27,16	41	50,61	17	20,98	1	1,23	0	0
	Pernyataan 26	18	22,22	55	67,90	8	9,87	0	0	0	0
	Pernyataan 27	27	33,33	44	54,32	10	12,34	0	0	0	0

Sumber: Data Primer Diolah 2020

1. Tangibility

Berdasarkan tabel untuk variabel Tangibility pada item pernyataan pertama menunjukkan 19,75% responden menyatakan sangat setuju bahwa peralatan yang di gunakan oleh bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang modern, sebesar 60,49% responden menyatakan setuju, 17,28% responden menyatakan ragu-ragu, 1,23% responden menyatakan tidak setuju, dan 1,23% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang kedua menunjukkan 19,75% responden menyatakan sangat setuju bahwa fasilitas yang di sediakan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang menarik, sebesar 55,55% responden menyatakan setuju, 22,45% responden menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 1,23% menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang ketiga menunjukkan 22,22% responden menyatakan sangat setuju bahwa panduan tertulis yang di sediakan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang mudah di mengerti, sebesar 55,55% responden menyatakan setuju, sebesar 18,51% menyatakan ragu-ragu, 2,47% responden menyatakan tidak setuju, dan 1,23% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang keempat menunjukkan 43,20% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang selalu berpenampilan rapi, sebesar 48,14% responden menyatakan setuju, sebesar 7,40% menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 1,23% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang kelima menunjukkan 24,69% responden menyatakan sangat setuju bahwa gedung bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang mempunyai arsitektur yang menarik, sebesar 49,38% responden menyatakan setuju, sebesar 22,45% menyatakan ragu-ragu, 2,47% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

2. Reliability

Berdasarkan tabel untuk variabel Reliability pada item pernyataan keenam menunjukkan 22,45% responden menyatakan sangat setuju bahwa bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang selalu menepati janji yang di sampaikan, sebesar 53,08% responden menyatakan setuju, 22,45% responden menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang ketujuh menunjukkan 25,92% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang selalu memberi pelayanan yang tepat, sebesar 62,96% responden menyatakan setuju, 9,87% responden menyatakan ragu-ragu, 1,23% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang kedelapan menunjukkan 27,16% responden menyatakan sangat setuju bahwa dengan karyawan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang

selalu melakukan proses transaksi dengan teliti, sebesar 60,49% responden menyatakan setuju, sebesar 11,11% menyatakan ragu-ragu, 1,23% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang kesembilan menunjukkan 22,22% responden menyatakan sangat setuju bahwa layanan perbankan syariah yang dibutuhkan oleh nasabah selalu tersedia, sebesar 58,02% responden menyatakan setuju, sebesar 18,51% menyatakan ragu-ragu, 1,23% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

3. Assurance

Berdasarkan tabel untuk variabel Assurance pada item pernyataan kesepuluh menunjukkan 35,80% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang selalu memberi perlakuan yang sama kepada semua nasabah, sebesar 48,14% responden menyatakan setuju, 16,04% responden menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang kesebelas menunjukkan 35,80% responden menyatakan sangat setuju bahwa keamanan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang sangat terjaga, sebesar 49,38% responden menyatakan setuju, 14,81% responden menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang keduabelas menunjukkan 29,62% responden menyatakan sangat setuju bahwa dengan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang adalah bank yang dapat di percaya, sebesar 58,02% responden menyatakan setuju, sebesar 12,34% menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang ketigabelas menunjukkan 45,67% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang selalu bersikap sopan kepada semua nasabah, sebesar 45,67% responden menyatakan setuju, sebesar 8,64% menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang keempatbelas menunjukkan 30,86% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang dapat menjawab pertanyaan tentang bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang dengan baik, sebesar 49,38% responden menyatakan setuju, sebesar 19,75% menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

4. Sincerity

Berdasarkan tabel untuk variabel Sincerity pada item pernyataan kelimabelas menunjukkan 34,56% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang memberi pelayanan dengan sepenuh hati, sebesar 49,38% responden menyatakan setuju, 16,04% responden menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang keenambelas menunjukkan 38,27% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang berperilaku sesuai dengan norma yang berlaku, sebesar 55,55% responden menyatakan setuju, 6,17% responden menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang ketujuhbelas menunjukkan 19,75% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang memberi saran tanpa diminta oleh nasabah sebelumnya, sebesar 51,85% responden menyatakan setuju, sebesar 25,92% menyatakan ragu-ragu, 2,47% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang kedelapanbelas menunjukkan 43,20% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang selalu ramah kepada semua nasabah, sebesar 46,91% responden menyatakan setuju, sebesar 9,87% menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

5. Personalization

Berdasarkan tabel untuk variabel Personalization pada item pernyataan kesembilanbelas menunjukkan 32,09% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang menanggapi kebutuhan nasabah dengan cepat, sebesar 44,44% responden menyatakan setuju, 22,22% responden menyatakan ragu-ragu, 1,23% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang keduapuluh menunjukkan 33,33% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang memberi solusi sesuai dengan permasalahan yang di hadapi nasabah, sebesar 48,14% responden menyatakan setuju, 18,51% responden menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang keduapuluhsatu menunjukkan 19,75% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan bank

pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang menggunakan nama keluarga atau marga dalam proses komunikasi, sebesar 34,56% responden menyatakan setuju, sebesar 32,09% menyatakan ragu-ragu, 11,11% responden menyatakan tidak setuju, dan 2,47% responden menyatakan sangat tidak setuju.

6. Formality

Berdasarkan tabel untuk variabel Formality pada item pernyataan kedupuluhdua menunjukkan 30,86% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang memberi perhatian penuh ketika melayani nasabah, sebesar 53,08% responden menyatakan setuju, 16,04% responden menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang kedupuluhtiga menunjukkan 34,56% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang selalu menggunakan kata kata yang mudah di pahami oleh nasabah, sebesar 53,08% responden menyatakan setuju, 12,34% responden menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

7. Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel untuk variabel Kepuasan Nasabah pada item pernyataan kedupuluhempat menunjukkan 24,69% responden menyatakan sangat setuju bahwa sistem yang di terapkan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang membuat nasabah tenang, sebesar 56,79% responden menyatakan setuju, 18,51% responden menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang kedupuluhlima menunjukkan 27,16% responden menyatakan sangat setuju bahwa pelayanan

yang diberikan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang sesuai dengan harapan nasabah, sebesar 50,61% responden menyatakan setuju, 20,98% responden menyatakan ragu-ragu, 1,23% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang kedua puluh enam menunjukkan 22,22% responden menyatakan sangat setuju bahwa fasilitas dan prasarana bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang membantu nasabah, sebesar 67,90% responden menyatakan setuju, sebesar 9,87% menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item pernyataan yang kedua puluh tujuh menunjukkan 33,33% responden menyatakan sangat setuju bahwa produk dan jasa bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang membantu nasabah, sebesar 54,32% responden menyatakan setuju, sebesar 12,34% menyatakan ragu-ragu, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas instrument, peneliti menggunakan analisis SPSS. Dalam pengujian validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan r hitung dan r tabel. Besarnya degree of freedom (df) = $n-2$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $81-2=79$ atau df 79 dengan alpha 0,05% didapat r tabel 0,184. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.7 Uji Validitas Instrument

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Pernyataan Total Correlation	r tabel	Keterangan
Tangibility (X1)	Pernyataan 1	0,511	0,184	Valid
	Pernyataan 2	0,514	0,184	Valid
	Pernyataan 3	0,511	0,184	Valid
	Pernyataan 4	0,491	0,184	Valid
	Pernyataan 5	0,694	0,184	Valid
Reliability (X2)	Pernyataan 6	0,555	0,184	Valid
	Pernyataan 7	0,743	0,184	Valid
	Pernyataan 8	0,739	0,184	Valid
	Pernyataan 9	0,650	0,184	Valid
Assurance (X3)	Pernyataan 10	0,673	0,184	Valid
	Pernyataan 11	0,711	0,184	Valid
	Pernyataan 12	0,742	0,184	Valid
	Pernyataan 13	0,761	0,184	Valid
	Pernyataan 14	0,748	0,184	Valid
Sencurity (X4)	Pernyataan 15	0,767	0,184	Valid
	Pernyataan 16	0,626	0,184	Valid
	Pernyataan 17	0,601	0,184	Valid
	Pernyataan 18	0,785	0,184	Valid
Personalization X(5)	Pernyataan 19	0,765	0,184	Valid
	Pernyataan 20	0,736	0,184	Valid
	Pernyataan 21	0,530	0,184	Valid
Formality X(6)	Pernyataan 22	0,686	0,184	Valid
	Pernyataan 23	0,754	0,184	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Pernyataan 24	0,732	0,184	Valid
	Pernyataan 25	0,702	0,184	Valid
	Pernyataan 26	0,779	0,184	Valid
	Pernyataan 27	0,772	0,184	Valid

Sumber: Data primer yang diolah 2020

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan r hitung > dari r tabel (0,184) dan bernilai positif. Dengan demikian item pertanyaan dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Instrument

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Alpha	Keterangan
Tangibility	5 Pernyataan	0,751	Reliabel
Reliability	4 Pernyataan	0,778	Reliabel
Assurance	5 Pernyataan	0,860	Reliabel
Sincerity	4 Pernyataan	0,806	Reliabel
Personalization	3 Pernyataan	0,717	Reliabel
Formality	2 Pernyataan	0,778	Reliabel
Kepuasan	4 Pernyataan	0,825	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah 2020

Dari hasil uji reliabilitas untuk semua butir jawaban kuesioner dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki cronbach alpha lebih dari 0,60. Dengan hasil alpha sebesar itu maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dari variabel budaya, sosial, pribadi, psikologis dan keputusan dapat dikatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

Tabel 4.9
Uji Normalitas
Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.20002647
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.093
	Negative	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z		1.023
Asymp. Sig. (2-tailed)		.246

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer Diolah 2020

Berdasarkan data uji normalitas menurut Kolmogorov Smirnov diatas dapat diambil kesimpulan bahwa data tersebut berdistribusi normal, karena mempunyai nilai signifikan sebesar 0,246 atau lebih besar dari 0,05.

4. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

5. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Kriteria Untuk menyatakan apakah terjadi multikolinieritas ataukah tidak adalah dengan menggunakan VIF (Variance Infalation Factor). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1 maka model regresi tersebut dapat dikatakan terbebas dari Multikolinieritas.

Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.032	1.287		-.025	.980		
Tangibility	.038	.071	.046	.535	.594	.542	1.844
Reliability	.232	.121	.216	1.920	.059	.312	3.208
Assurance	.140	.110	.169	1.269	.208	.222	4.509
Sincerity	.344	.117	.330	2.955	.004	.315	3.175
Personalization	.077	.106	.070	.724	.471	.427	2.341
Formality	.255	.183	.138	1.397	.167	.406	2.461

a. Dependent Variable: Kepuasan

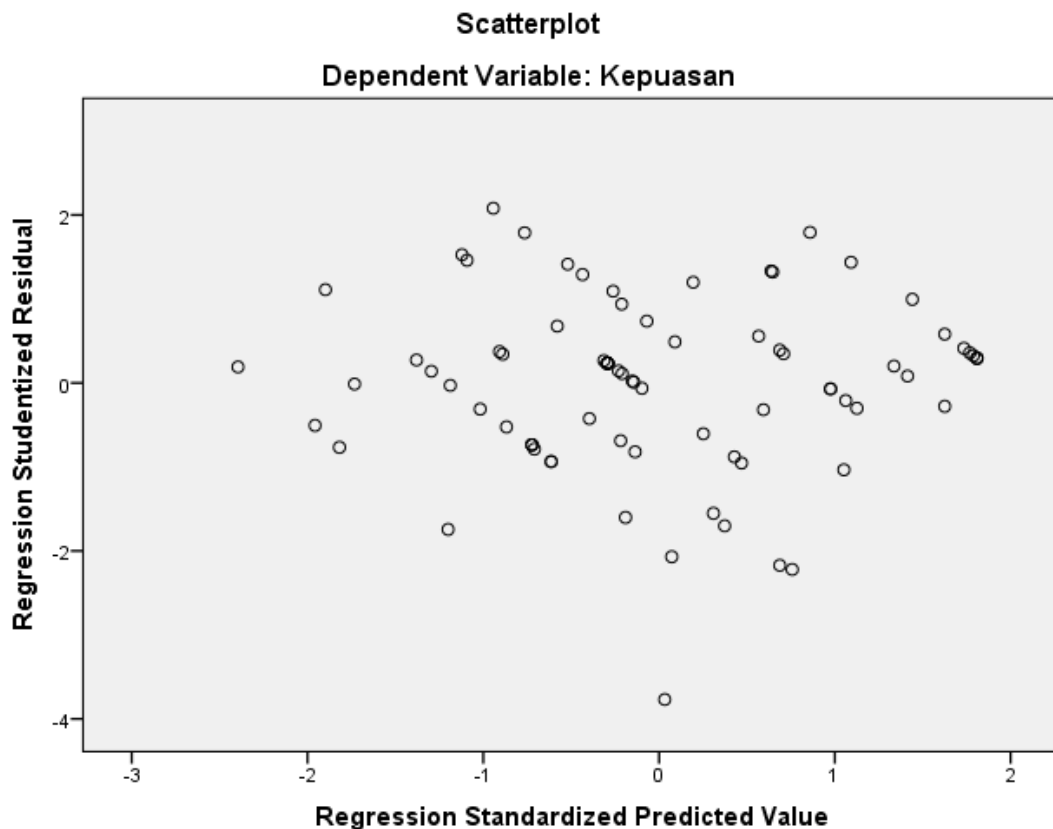
Sumber: Data Primer Diolah 2020

Dari hasil uji melalui Variance Inflation Factor (VIF), pada hasil output diatas, variabel Tangibility (X1), Reliability (X2), Assurance (X3), Sincerity (X4), Personalization (X5) dan Formality (X6) memiliki VIF tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1. Dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda terbebas dari Multikolineritas.

6. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat pada gambar scatterplot. Jika pada gambar scatterplot terdapat titik-titik data menyebar secara menyeluruh dan tidak membentuk pola bergelombang dan mengumpul hanya pada satu titik maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah.

Tabel 4.11 Scatterplot



Sumber: Data Primer Diolah 2020

Pada gambar scatterplot terdapat titik-titik data menyebar secara menyeluruh dan tidak membentuk pola bergelombang dan mengumpul hanya pada satu titik maka tidak terjadi heteroskedastisitas, yang artinya data kepuasan nasabah terdistribusi dengan normal. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa dari uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan grafik histogram dan scatterplot menyatakan bahwa kedua uji normalitas tersebut terdistribusi normal. Data tersebut ditunjukkan dan dapat dilihat berdasarkan gambar atau grafik.

7. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk menentukan persamaan regresi yang terbentuk dalam penelitian ini maka dapat di ketahui dengan melihat uji statistic di bawah ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.032	1.287		-.025	.980
	Tangibility	.038	.071	.046	.535	.594
	Reliability	.232	.121	.216	1.920	.059
	Assurance	.140	.110	.169	1.269	.208
	Sincerity	.344	.117	.330	2.955	.004
	Personalization	.077	.106	.070	.724	.471
	Formality	.255	.183	.138	1.397	.167

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer diolah 2020

Berdasarkan pada tabel diatas maka persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y=0,032+0,038X_1+0,232X_2+0,140X_3+0,344X_4+0,077X_5+0,255X_6+e$$

Dari persamaan diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai Konstan sebesar -0.032. Artinya jika variabel tangibility, reliability, assurance, sincerity, personalization dan formality

tidak dimasukkan dalam penelitian, maka tingkat kepuasan nasabah menurun sebesar -0.032%. Hal ini dikarenakan ada pengaruh dari variabel lain selain tangibility, reliability, assurance, sincerity, personalization dan formality.

- b. Koefisien regresi pada variabel tangibility (X1) sebesar 0.038 adalah positif. Hal ini menunjukkan semakin baik tangibility terhadap prinsip syariah yang diterapkan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriah Cabang Semarang, maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Artinya, jika variabel tangibility naik 1 satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,038 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
- c. Koefisien regresi pada variabel reliability (X2) sebesar 0.232 adalah positif. Hal ini menunjukkan semakin baik reliability yang diberikan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriah Cabang Semarang, maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Artinya, jika variabel reliability naik 1 satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,232 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
- d. Koefisien regresi pada variabel assurance (X3) sebesar 0.140 adalah positif. Hal ini menunjukkan semakin baik assurance yang dimiliki oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriah Cabang Semarang, maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Artinya, jika variabel assurance naik 1 satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,140 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
- e. Koefisien regresi pada variabel sincerity (X4) sebesar 0.344 adalah positif. Hal ini menunjukkan semakin baik sincerity yang dimiliki oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriah Cabang Semarang, maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Artinya, jika variabel sincerity naik 1

satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,344 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.

- f. Koefisien regresi pada variabel personalization (X5) sebesar 0.077 adalah positif. Hal ini menunjukkan semakin baik personalization yang diberikan oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang, maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Artinya, jika variabel personalization naik 1 satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,077 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
- g. Koefisien regresi pada variabel formality (X6) sebesar 0.255 adalah positif. Hal ini menunjukkan semakin baik tingkat formality pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang, maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat. Artinya, jika variabel formality naik 1 satuan maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,255 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.

8. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Akan tetapi jika menggunakan R^2 memiliki kelemahan yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 , pada saat

mengevaluasi mana model regresi terbaik. Nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13 Hasil koefisien determinasi (*R²*)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.709	.685	1.248

a. Predictors: (Constant), Formality, Tangibility, Reliability, Personalization, Sincerity, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer diolah 2020

Hasil analisis data pada variabel kepuasan nasabah terlihat bahwa nilai *Adjusted R²* = 0.685 == 68,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu tangibility, reliability, assurance, sincerity, personalization dan formality mampu menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah sebesar 68,5%, sisanya 31,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada atau tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian.

9. Uji Pengaruh Simultan(Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan uji F $P < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Cara lain untuk menguji signifikansi uji F adalah dengan membandingkan F statistik dengan F tabel. Jika F statistik $> F$ tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.14 Hasil pengaruh simultan (uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	280.350	6	46.725	30.013	.000 ^b
Residual	115.205	74	1.557		
Total	395.556	80			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Formality, Tangibility, Reliability, Personalization, Sincerity, Assurance

Sumber: Data primer diolah 2020

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($30,013 > 2.198$) dengan tingkat signifikan di bawah $<0,05$ yaitu 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel tangibility, reliability, assurance, sincerity, personalization dan formality jika diuji secara serempak (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriah Cabang Semarang.

10. Uji Signifikansi Individual (Uji Statistik t)

Uji t pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui secara individual pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui secara individual pengaruh variabel independen (tangibility, reliability, assurance, sincerity, personalization dan formality) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah). Dengan asumsi sebagai berikut :

- Jika probability (signifikan) $> 0,05$ (α), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

- b. Jika probability (signifikan) $< 0,05$ (α), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependent. Hasil pengujian secara parsial dapat dilihat pada tabel Coeffisients

Adapun hasil uji t pada SPSS 20 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil uji pasial (uji t)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-.032	1.287		-.025	.980
	Tangibility	.038	.071	.046	.535	.594
	Reliability	.232	.121	.216	1.920	.059
	Assurance	.140	.110	.169	1.269	.208
	Sincerity	.344	.117	.330	2.955	.004
	Personalization	.077	.106	.070	.724	.471
	Formality	.255	.183	.138	1.397	.167

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data Primer diolah 2020

Dari analisis tabel Coeffisient diatas menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut :

- Variabel Tangibility memiliki nilai yang tidak signifikan karena diatas 0,05 oleh karena itu tangibility secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- Variabel Reliability memiliki nilai yang tidak signifikan karena diatas 0,05 oleh karena itu tangibility secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- Variabel Assurance memiliki nilai yang tidak signifikan karena diatas 0,05 oleh karena itu tangibility secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

- d. Variabel Sincerity memiliki nilai yang signifikan karena dibawah 0,05 oleh karena itu tangibility secara persial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- e. Variabel Personalization memiliki nilai yang tidak signifikan karena diatas 0,05 oleh karena itu tangibility secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
- f. Variabel Formality memiliki nilai yang tidak signifikan karena diatas 0,05 oleh karena itu tangibility secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

F. Pembahasan

Pengaruh masing-masing variabel independen (Tangibility, reliability, assurance, sincerity, personalization dan formality) dan variabel dependen (kepuasan nasabah) dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pengaruh Tangibility Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel tangibility tidak signifikan dengan nilai sig tangibility sebesar 0,594 >0,05 terhadap kepuasan nasabah BPRS Suriyah Cabang Semarang. Bahwa Pengaruh yang tidak signifikan pada variabel tangibility terjadi karena responden dalam memilih bank tidak melihat wujud fisik suatu bank serta pengukuran PAKSERV mungkin tidak cocok dipakai di semarang atau daerah BPRS Suriyah Cabang Semarang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terkait yang dilakukan oleh muhammad kashif sharifah suzana wan shukran

mohsin abdul rehman syamsulang sarifudin (2015), shahbaz ahmed dan sidra kanwal (2019), dan Marice, murdifin haming, Bahar sinring, sukrawati (2018) yang menyatakan bahwa variabel tangibility berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Reliability Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel reliability tidak signifikan dengan nilai sig reliability sebesar 0,059 >0,05 terhadap kepuasan nasabah BPRS Suriyah Cabang Semarang. Bahwa terdapat Pengaruh yang tidak signifikan pada variabel reliability terjadi karena responden yang kebanyakan hanya melakukan transaksi penyetoran dan pengambilan uang saja serta pengukuran PAKSERV mungkin di Semarang atau daerah BPRS Suriyah Cabang Semarang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terkait yang dilakukan oleh Marice, murdifin haming, Bahar sinring, sukrawati (2018), Vadilene Cruz Luis Mendes (2018), dan ceylan agdogan, ibrahim taylan dartyol (2014) yang menyatakan bahwa variabel reliability berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel assurance tidak signifikan dengan nilai sig assurance sebesar 0,208 >0,05 terhadap kepuasan nasabah BPRS Suriyah Cabang Semarang. Bahwa terdapat Pengaruh yang tidak signifikan pada variabel reliability terjadi karena responden dalam memilih bank tidak melihat jaminan apa yang akan di berikan oleh bank serta

pengukuran PAKSERV mungkin di Semarang atau daerah BPRS Suriyah Cabang Semarang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terkait yang dilakukan oleh Vadilene Cruz Luis Mendes(2018), Shahbaz Ahmed dan Sidra Kanwal (2019), dan Muhammad Kashif, Umair Altaf M., Ayub Umar Asif Jhon C., dan Walsh (2010) yang menyatakan bahwa variabel Assurance berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

4. Pengaruh Sincerity Terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel Sincerity berpengaruh signifikan dengan nilai sig tangibility sebesar $0,004 < 0,05$ terhadap kepuasan nasabah BPRS Suriyah Cabang Semarang. Sincerity sangat penting karena merupakan suatu kemampuan untuk memenuhi kepuasan nasabah suatu bank, dengan menerapkan prinsip ini maka nasabah akan menilai positif kualitas pelayanan yang diberikan. Artinya, Semakin baik penerapan sincerity yang diterapkan bank maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan nasabah BPRS Suriyah Cabang Semarang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terkait yang dilakukan oleh Marice, Murdifi Haming, Bahar Sinring, Sukmawati (2018), Vadilene Cruz Luis Mendes (2018), dan Ceylan Agdogan, Ibrahim Taylan Dartyol (2014) yang menyatakan bahwa variabel Sincerity berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

5. Pengaruh Personalization terhadap Kepuasan Nasabah

Variabel personalization tidak signifikan dengan nilai sig tangibility sebesar $0,471 > 0,05$ terhadap kepuasan nasabah BPRS Suriyah Cabang Semarang. Bahwa terdapat Pengaruh yang tidak signifikan pada variabel personalization terjadi karena responden dalam memilih bank tidak melihat karyawan memperhatikan penuh kepada nasabah atau tidak serta pengukuran PAKSERV mungkin tidak cocok dipakai di Semarang atau daerah BPRS Suriyah Cabang Semarang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terkait yang dilakukan oleh Rehman Syamsulang Sarifudin (2015), Shahbaz Ahmed dan Sidra Kanwal (2019), dan Marice, Murdifin Haming, Bahar Siring, Sukmawati (2018) yang menyatakan bahwa variabel Personalization berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

6. Pengaruh formality terhadap kepuasan nasabah

Variabel formality tidak signifikan dengan nilai sig tangibility sebesar $0,167 > 0,05$ terhadap kepuasan nasabah BPRS Suriyah Cabang Semarang. Bahwa terdapat Pengaruh yang tidak signifikan pada variabel formality terjadi karena responden dalam memilih bank tidak melihat karyawan menggunakan keformalan dalam bekerja atau tidak suatu bank serta pengukuran PAKSERV mungkin tidak cocok dipakai di Semarang atau daerah BPRS Suriyah Cabang Semarang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terkait yang dilakukan oleh Vadilene Cruz Luis Mendes(2018), shahbaz ahmed dan sidra kanwal (2019), dan muhammad kashif, umair altaf m., ayub umar asif jhon c., dan walsh (2010) yang menyatakan bahwa variabel Formality berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) suriyah cabang semarang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan tidak signifikan antara variabel tangibility terhadap kepuasan nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang yang ditunjukkan pada koefisien regresi Tangibility (X1) sebesar 0,038 dan nilai probabilitas signifikan sebesar 0,594 yang lebih besar dari tingkat kepercayaan sebesar (0,005 atau $< 0,05$) atau nilai sig tangibility sebesar $0,594 > 0,05$.
2. Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel Reliability terhadap kepuasan nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang yang ditunjukkan pada koefisien regresi Reliability (X2) sebesar 0,232 dan nilai probabilitas signifikan sebesar 0,059 yang lebih besar dari tingkat kepercayaan sebesar (0,005 atau $< 0,05$) atau nilai sig reliability sebesar $0,059 > 0,05$.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan tidak signifikan antara variabel Assurance terhadap kepuasan nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang yang ditunjukkan pada koefisien regresi Assurance (X3) sebesar 0,140 dan nilai probabilitas signifikan sebesar 0,208 yang lebih besar dari tingkat kepercayaan sebesar (0,005 atau $< 0,05$) atau nilai sig assurance sebesar $0,208 > 0,05$.
4. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Sincerity terhadap kepuasan nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang yang ditunjukkan pada koefisien regresi Sincerity (X4) sebesar 0,344 dan nilai probabilitas

signifikan sebesar 0,004 yang lebih kecil dari tingkat kepercayaan sebesar (0,005 atau $< 0,05$) atau nilai sig sincerity sebesar 0,004 $> 0,05$.

5. Terdapat pengaruh yang positif dan tidak signifikan antara variabel Personalization terhadap kepuasan nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang yang ditunjukkan pada koefisien regresi Personalization (X5) sebesar 0,077 dan nilai probabilitas signifikan sebesar 0,471 yang lebih besar dari tingkat kepercayaan sebesar (0,005 atau $< 0,05$) atau nilai sig personalization sebesar 0,471 $> 0,05$.
6. Terdapat pengaruh yang positif dan tidak signifikan antara variabel Formality terhadap kepuasan nasabah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang yang ditunjukkan pada koefisien regresi Sincerity (X6) sebesar 0,255 dan nilai probabilitas signifikan sebesar 0,167 yang lebih besar dari tingkat kepercayaan sebesar (0,005 atau $< 0,05$) atau nilai sig formality sebesar 0,167 $> 0,05$.

B. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan sebagai hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang harus terus memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan tuntunan islam dan juga harus memperhatikan dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan nasabah seperti tangibility, reliability, assurance, sincerity, personalization dan formality, agar nasabah tetap puas dan loyal di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah yang harus terus menerus dipertahankan dan ditingkatkan.

2. Peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Suriyah Cabang Semarang serta penelitian pengukuran PAKSERV di daerah lain di Indonesia.

C. Penutup

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat Allah dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya akan adanya keterbatasan kemampuan sehingga masih terdapat banyak kekurangan dan kekeliruan. Maka dengan hati yang terbuka sangat diharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun.

Akhirnya dengan selesainya skripsi ini penulis berharap mudah-mudahan bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Aamiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Afzal, A., & Khan, A. S. (2019). *Kesadaran Shari'ah dan Persepsi Pelanggan di PAKSERV: Driver of Niat Future Perilaku di Bank Syariah*. 11(9), 133–142.
- Afzal, A., & Khan, A. S. (2019). *Shari'ah Awareness and Customer Perception on PAKSERV: The drivers of Future Behavioral Intentions in Islamic Banking*. 11(9), 133–142.
- Ahmed, S., & Kanwal, S. (2019). *The Mediating Role of Customer Satisfaction between Service Quality and Loyalty Behavior: Assessing the PAKSERV Model in Pakistan Islamic Banking*. (November), 26–27.
- Ali, M., & Raza, S. A. (2017). *Kualitas layanan persepsi dan kepuasan pelanggan di bank Islam Pakistan: Model SERVQUAL yang dimodifikasi*. 3363.
- Ali, M., & Raza, S. A. (2017). Service quality perception and customer satisfaction in Islamic banks of Pakistan: the modified SERVQUAL model. *Total Quality Management and Business Excellence*, 28(5–6), 559–577. <https://doi.org/10.1080/14783363.2015.1100517>
- Cruz, V., & Mendes, L. (2019). The influence of service quality on users' behavioural intentions in developing countries: A cross-sectional study in Cape Verde's Public Hospitals. *International Journal for Quality Research*, 13(2), 361–380. <https://doi.org/10.24874/IJQR13.02-08>
- Empiris, S., Haming, M., & Siring, B. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dimensi dan Kepuasan Pasien di Kesehatan*. 3(12), 418–432.
- Ghani, M. A. (2018). *kualitas pelayanan di bank syariah: Peran model PAKSERV, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan*. 4, 63–72.
- Haming, M., & Siring, B. (2018). *Effect of Service Quality Dimensions and Patient Satisfaction in Health (Empirical Study from Morowali District)*. 3(12), 418–432.
- Ismail, A., Ali, M. H., Rose, N. I. R., Abdulla, A. A., & Rosnan, H. (2016). Exploring Service Quality Impacts on Customer Satisfaction in Military Medical Centres: Moderating Role of Perceived Value. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(2), 149–165. <https://doi.org/10.15294/jdm.v7i2.8200>

- IZZATI, S. N. (2017). *AN EXAMINATION OF THE RELATIONSHIP AMONGST SERVICE QUALITY DIMENSIONS , CUSTOMER SATISFACTION , AND LOYALTY TOWARDS ISLAMIC BANKS IN MALAYSIA BY SITI NURUL IZZATI BINTI HANAFI A thesis submitted in fulfilment of the requirement for the master degree of Ma.* (September).
- Kashif, M., & Cheewakrakokbit, P. (2018). Perceived service quality-loyalty path: A PAKSERV based investigation of international students enrolled in business schools in Thailand. *Journal of Marketing for Higher Education*, 28(1), 51–65. <https://doi.org/10.1080/08841241.2017.1402113>
- Kashif, M., Altaf, U., Ayub, H. M., Asif, U., & Walsh, J. C. (2014). Customer Satisfaction at Public Hospitals in Pakistan: PAKSERV Application. *Global Business Review*, 15(4), 677–693. <https://doi.org/10.1177/0972150914543556>
- Kashif, M., Shukran, S. S. W., Rehman, M. A., & Sarifuddin, S. (2015). Customer satisfaction and loyalty in Malaysian Islamic banks: A PAKSERV investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 33(1), 23–40. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2013-0084>
- Kashif, M., Umer, A., & John, A. (2016). *Kepuasan Pelanggan di Rumah Sakit Umum di Pakistan : Aplikasi PAKSERV*. 2(2010), 133–149.
- Kaur, G. J., Estelami, H., & Eriksson, K. (2015). *Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas di Bank Islam Malaysia : A PAKSERV Penyelidikan pengantar*.
- Kitapci, O., Akdogan, C., & Dortyol, İ. T. (2014). The Impact of Service Quality Dimensions on Patient Satisfaction, Repurchase Intentions and Word-of-Mouth Communication in the Public Healthcare Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 148, 161–169. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.030>
- Luis, V. C., & Umum, R. S. (2012). *ITU PENGARUH PENGGUNA JASA KUALITAS ON â€™™ NIAT PERILAKU DI MENGEMBANGKAN NEGARA : STUDI A silang PENAMPANG DI TANJUNG VERDE â€™™ S. 13(2)*, 361–380.
- Mugi, S. H. (2019). *Model-Model Pendekatan Kualitas Layanan Untuk Memprediksi Kepuasan Pelanggan Bank Syariah*. 1(5), 59–67.
- Muhammad, K., Sharifa Suzana, W. S. M., Abdul Rahman, M., & Syamsulang, S. (2015). Customer Satisfaction and Loyalty in Malaysian Islamic Banks. A PAKSERV Investigation. *International Journal of Bank Marketing*, 33(1), 173–185.

- Prayoga, A., Ratnasari, R. T., & Lalila, N. (2012). *Kualitas Jasa Berdasarkan Perspektif Islam , Penjabaran Prinsip CARTER*. (January 2012). <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.22370.07366>
- Raza, A., & Qureshi, S. U. (2017). *Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas di Bank Islam Pakistan : Sebuah PAKSERVE Investigasi*. 173–185.
- Rehman, M. A. (2015). *kepuasan dan loyalitas pelanggan di bank syariah Malaysia : penyelidikan PAKSERV*. 33(1), 23–40.
- Ria, C. H. (n.d.). . *THD*.
- Shahbaz Ahmed, S. K. (2019). *The Memediasi Peran Kepuasan Pelanggan antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Perilaku : Menilai Model PAKSERV di Pakistan Islam Business School , University of Veterinary dan perbankan Islam*. (November), 26–27.

LAMPIRAN

Lampiran 1
KUESIONER

Kepada Yth.

Nasabah BPRS Suriyah Cabang Semarang
Di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program strata 1 (S1)

Universitas Islam

Negeri Walisongo Semarang, saya:

Nama : Maulana Hazmi Aziz

Nim : 1505036017

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Konsentrasi : Perbankan Syariah

Bermaksud mengadakan penelitian yang berjudul "**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) SURIYAH CABANG SEMARANG**"

Sehubungan dengan itu, saya mohon bantuan dari bapak/ibu/saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi koesioner penelitian ini.

Mengingat pentingnya data ini, saya sangat mengharapkan agar kuesioner penelitian ini diisi

dengan lengkap sesuai kondisi yang sebenarnya. Jawaban dari bapak/ibu/saudara/i hanya

digunakan untuk penelitian, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan hati-hati.

Atas kesediaan dan partisipasi dari bapak/ibu/saudara/i dalam mengisi kuesioner ini saya

ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat saya

Maulana Hazmi Aziz

Kami menjamin rahasia pribadi anda

Bagian A

Nama :

Nama Bank :

Tanda Tangan :

1. Jenis kelamin

- a. Laki-laki b. Perempuan

2. Usia

- a. 16 – 20 tahun c. 31 – 40 tahun
b. 21 – 30 tahun d. diatas 40 tahun

3. Pendidikan terakhir

- a. SD c. SMA
b. SMP d. Perguruan Tinggi

4. Pekerjaan

- a. Pelajar/Mahasiswa c. Karyawan Swasta e. Ibu Rumah Tangga
b. Wiraswasta d. Pegawai Negeri f. Lain-

lain.....(sebutkan)

5. Pendapatan perbulan

- a. Rp 500.000 – Rp 1.000.000 c. Rp 2.100.000 – Rp 3.000.000
b. Rp 1.100.000 – Rp 2.000.000 d. Diatas Rp 3.000.000

Bagian B

Silahkan jawab pertanyaan sesuai dengan pengalaman anda sebagai nasabah Bank Syariah

Mandiri dengan memberikan tanda checklist (√) pada kolom yang disediakan sesuai

dengan penilaian anda. Setiap pertanyaan terdiri dari 5 pilihan jawaban yaitu :

- | | |
|---------------------------|---------------|
| Sangat Setuju (SS) | diberi skor 5 |
| Setuju (S) | diberi skor 4 |
| Ragu-Ragu (RR) | diberi skor 3 |
| Tidak Setuju (TS) | diberi skor 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | diberi skor 1 |

No	Pertanyaan	Kategori Jawaban				
Dimensi Tangibility (X1)		SS	S	R	TS	STS
1.	Peralatan yang di gunakan oleh BPRS Suriyah Cabang Semarang modern					
2.	Fasilitas yang di sediakan BPRS Suriyah Cabang Semarang menarik					
3.	Panduan tertulis yang di sediakan BPRS Suriyah Cabang Semarang mudah di mengerti					
4.	Karyawan BPRS Suriyah Cabang Semarang selalu berpenampilan rapi					
5.	Gedung BPRS Suriyah Cabang Semarang mempunyai arsitektur yang menarik					

Dimensi Reliability (X2)		SS	S	R	TS	STS
6.	BPRS Suriyah Cabang Semarang selalu menepati janji yang disampaikan					
7.	Karyawan BPRS Suriyah Cabang Semarang selalu memberi pelayanan yang tepat					
8.	Karyawan BPRS Suriyah Cabang Semarang selalu melakukan proses transaksi dengan teliti					
9.	Layanan perbankan Syariah yang di butuhkan oleh nasabah selalu tersedia					

Dimensi Assurance (X3)		SS	S	R	TS	STS
10.	Karyawan BPRS Suriyah Cabang Semarang selalu memberi perlakuan yang sama kepada semua nasabah					

11.	Keamanan BPRS Suriyah Cabang Semarang sangat terjaga					
12.	BPRS Suriyah Cabang Semarang adalah bank yang dapat di percaya					
13.	Karyawan BPRS Suriyah Cabang Semarang selalu bersikap sopan kepada semua nasabah					
14.	Karyawan BPRS Suriyah Cabang Semarang dapat menjawab pertanyaan nasabah tentang BPRS Suriyah Cabang Semarang dengan baik					

Dimensi Sincerity (X4)		SS	S	R	TS	STS
15.	Karyawan BPRS Suriyah Cabang Semarang memberi pelayanan dengan sepenuh hati					
16	Karyawan BPRS Suriyah Cabang Semarang berperilaku sesuai dengan norma yang berlaku					
17	Karyawan BPRS Suriyah Cabang Semarang memberi saran tanpa diminta oleh nasabah sebelumnya					
18.	Karyawan BPRS Suriyah Cabang Semarang selalu ramah kepada semua nasabah					

Dimensi personalization (X5)		SS	S	R	TS	STS
19.	Karyawan BPRS Suriyah Cabang Semarang menanggapi kebutuhan nasabah dengan cepat					
20.	Karyawan BPRS Suriyah					

	Cabang Semarang memberi solusi sesuai dengan permasalahan yang di hadapi nasabah					
21.	Karyawan BPRS Suriyah Cabang Semarang menggunakan nama keluarga atau marga dalam proses komunikasi					

Dimensi Formality (X6)		SS	S	R	TS	STS
22.	Karyawan BPRS Suriyah Cabang Semarang memberi perhatian penuh ketika melayani nasabah					
23.	Karyawan BPRS Suriyah Cabang Semarang selalu menggunakan kata kata yang mudah di pahami oleh nasabah					

Kepuasan (Y)		SS	S	R	TS	STS
24.	Sistem yang di terapkan BPRS Suriyah Cabang Semarang membuat nasabah tenang					
25.	Pelayanan yang diberikan BPRS Suriyah Cabang Semarang sesuai dengan harapan nasabah					
26.	Fasilitas dan prasarana BPRS Suriyah Cabang Semarang membantu nasabah					
27.	Produk dan jasa BPRS Suriyah Cabang Semarang membantu nasabah					

Lampiran 2

Hasil Jawaban Kuisisioner

No	Dimensi Tangibility						Dimensi Reliability					Dimensi			
	P1	P2	P3	P4	P5	Total (X1)	P6	P7	P8	P9	Total (X2)	P10	P11	P12	P13
1	1	3	1	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	
2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	
3	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15	4	4	3	
4	4	4	5	5	3	21	5	4	3	4	16	5	5	5	
5	3	4	4	4	4	19	3	4	4	3	14	3	4	5	
6	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	
7	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	
8	5	5	5	4	4	23	4	5	5	5	19	5	5	5	
9	3	3	4	4	3	17	4	4	4	5	17	4	4	4	
10	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	
11	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	
12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	5	5	
13	3	3	2	3	2	13	5	4	3	3	15	3	4	4	
14	4	4	4	4	3	19	4	3	3	4	14	3	4	4	
15	4	4	3	5	5	21	5	4	5	4	18	5	5	5	
16	4	5	4	3	4	20	4	4	4	3	15	4	4	4	
17	4	4	5	5	4	22	4	4	5	4	17	4	3	4	
18	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	16	5	4	4	
19	4	3	3	4	3	17	4	4	4	4	16	3	4	4	
20	4	3	3	4	3	17	3	3	3	3	12	3	3	3	
21	4	3	5	4	4	20	3	4	4	3	14	4	4	4	
22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	
23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	5	4	

24	5	4	4	5	4	22	4	4	3	4	15	3	4	4
25	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	16	4	4	4
26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4
27	4	4	3	5	4	20	4	4	4	4	16	5	4	4
28	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	18	5	5	5
29	4	4	4	5	5	22	5	4	5	4	18	5	4	4
30	5	4	5	5	4	23	4	5	4	5	18	5	5	5
31	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4
32	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5
33	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4
34	4	4	3	5	5	21	5	4	5	4	18	5	5	5
35	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4
36	4	4	5	4	3	20	3	4	4	4	15	3	4	4
37	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4
38	5	4	5	5	4	23	3	5	5	3	16	5	5	5
39	4	4	4	4	4	20	4	4	3	2	13	4	3	3
40	4	3	5	5	5	22	5	5	5	5	20	5	5	4
41	4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	15	4	4	4
42	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	14	3	3	4
43	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4
44	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16	3	3	3
45	5	5	4	5	5	24	4	5	4	5	18	5	5	4
46	4	3	3	4	4	18	4	3	4	3	14	3	3	4
47	3	3	4	5	4	19	5	3	5	4	17	4	5	4
48	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20	5	5	5
49	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	16	4	4	4
50	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5

51	5	5	4	5	4	23	5	5	5	4	19	5	5	5
52	4	4	4	5	5	22	4	4	4	3	15	4	3	3
53	5	1	4	1	5	16	5	5	5	5	20	5	5	5
54	4	4	4	4	3	19	4	3	2	4	13	4	3	4
55	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	14	4	4	3
56	4	3	3	3	3	16	3	4	4	4	15	4	4	5
57	3	3	4	5	5	20	3	4	3	4	14	5	5	4
58	4	3	2	4	4	17	3	4	4	4	15	3	4	4
59	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20	5	5	4
60	4	4	3	4	2	17	3	4	4	4	15	4	4	4
61	4	3	4	4	3	18	4	4	4	3	15	5	5	4
62	3	3	4	4	4	18	4	2	4	3	13	4	4	3
63	4	3	3	4	3	17	4	4	4	4	16	4	4	4
64	4	4	3	4	3	18	3	4	4	3	14	3	4	4
65	3	3	4	5	4	19	3	3	4	4	14	4	3	3
66	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	16	4	5	4
67	4	4	5	5	3	21	3	4	4	5	16	5	5	4
68	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	15	5	4	4
69	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	15	5	4	4
70	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	15	5	4	4
71	2	4	4	4	4	18	4	4	4	5	17	4	4	4
72	4	4	4	4	5	21	4	5	5	4	18	4	4	5
73	4	4	4	5	3	20	4	4	4	4	16	4	5	4
74	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	18	4	4	5
75	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	16	4	4	4
76	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	15	4	3	3
77	5	5	5	5	4	24	4	5	5	5	19	4	5	5

78	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4
79	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4
80	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3
81	3	5	4	5	4	21	3	5	4	4	16	4	3	5

Lampiran 3

Karakteristik responden sebagai berikut :

Presentase jenis kelamin responden

Jenis kelamin	Responden (orang)	Presentase (%)
Laki-Laki	31	38,27
Perempuan	50	61,72
Total	81	100

Presentase usia responden

Usia	Responden (orang)	Persentase (%)
16 – 20 tahun	6	7,40
21 – 30 tahun	20	24,69
30 – 40 tahun	19	23,45
Diatas 40 tahun	36	44,44
Total	81	100

Presentase pendidikan responden

Pendidikan	Responden (orang)	Persentase (%)
SD	13	16,04
SMP	8	9,87
SMA	42	51,85
Perguruan Tinggi	18	22,22
Total	81	100

Presentase pekerjaan responden

Pekerjaan	Responden (orang)	Persentase (%)
Pelajar / Mahasiswa	12	14,81
Wiraswasta	23	28,39
Karyawan Swasta	20	24,69
Pegawai Negri	4	4,93
Ibu Rumah Tangga	16	19,75
Lain lain	6	7,40
Total	81	100

Presentase penghasilan responden

Penghasilan	Responden (orang)	Persentase (%)
Rp 500.000 - 1.000.000	35	43,20
Rp 1.100.000 - 2.000.000	16	19,75
Rp 2.100.000 - 3.000.000	18	22,22
Diatas Rp 3.000.000	12	14,81
Total	81	100

Lampiran 4

Uji validitas dan reliabilitas

Uji validitas instrumen

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Pernyataan Total Correlation	r tabel	Keterangan
Tangibility (X1)	Pernyataan 1	0,511	0,184	Valid
	Pernyataan 2	0,514	0,184	Valid
	Pernyataan 3	0,511	0,184	Valid
	Pernyataan 4	0,491	0,184	Valid
	Pernyataan 5	0,694	0,184	Valid
Reliability (X2)	Pernyataan 6	0,555	0,184	Valid
	Pernyataan 7	0,743	0,184	Valid
	Pernyataan 8	0,739	0,184	Valid
	Pernyataan 9	0,650	0,184	Valid
Assurance (X3)	Pernyataan 10	0,673	0,184	Valid
	Pernyataan 11	0,711	0,184	Valid
	Pernyataan 12	0,742	0,184	Valid
	Pernyataan 13	0,761	0,184	Valid
	Pernyataan 14	0,748	0,184	Valid
Sencurity (X4)	Pernyataan 15	0,767	0,184	Valid
	Pernyataan 16	0,626	0,184	Valid
	Pernyataan 17	0,601	0,184	Valid
	Pernyataan 18	0,785	0,184	Valid
Personalization X(5)	Pernyataan 19	0,765	0,184	Valid
	Pernyataan 20	0,736	0,184	Valid
	Pernyataan 21	0,530	0,184	Valid
Formality	Pernyataan 22	0,686	0,184	Valid

X(6)	Pernyataan 23	0,754	0,184	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Pernyataan 24	0,732	0,184	Valid
	Pernyataan 25	0,702	0,184	Valid
	Pernyataan 26	0,779	0,184	Valid
	Pernyataan 27	0,772	0,184	Valid

Uji reliabilitas instrumen

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Alpha	Keterangan
Tangibility	5 Pernyataan	0,751	Reliabel
Reliability	4 Pernyataan	0,778	Reliabel
Assurance	5 Pernyataan	0,860	Reliabel
Sincerity	4 Pernyataan	0,806	Reliabel
Personalization	3 Pernyataan	0,717	Reliabel
Formality	2 Pernyataan	0,778	Reliabel
Kepuasan	4 Pernyataan	0,825	Reliabel

Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.20002647
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.093

Negative	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z	1.023
Asymp. Sig. (2-tailed)	.246

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 5

Hasil koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.709	.685	1.248

a. Predictors: (Constant), Formality, Tangibility, Reliability, Personalization, Sincerity, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan

Koefisien kolerasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.032	1.287		-.025	.980
	Tangibility	.038	.071	.046	.535	.594
	Reliability	.232	.121	.216	1.920	.059
	Assurance	.140	.110	.169	1.269	.208
	Sincerity	.344	.117	.330	2.955	.004
	Personalization	.077	.106	.070	.724	.471
	Formality	.255	.183	.138	1.397	.167

a. Dependent Variable: Kepuasan

Uji asumsi klasik

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.842 ^a	.709	.685	1.248	1.729

a. Predictors: (Constant), Formality, Tangibility, Reliability, Personalization, Sincerity, Assurance

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	280.350	6	46.725	30.013	.000 ^b
	Residual	115.205	74	1.557		
	Total	395.556	80			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Formality, Tangibility, Reliability, Personalization, Sincerity, Assurance

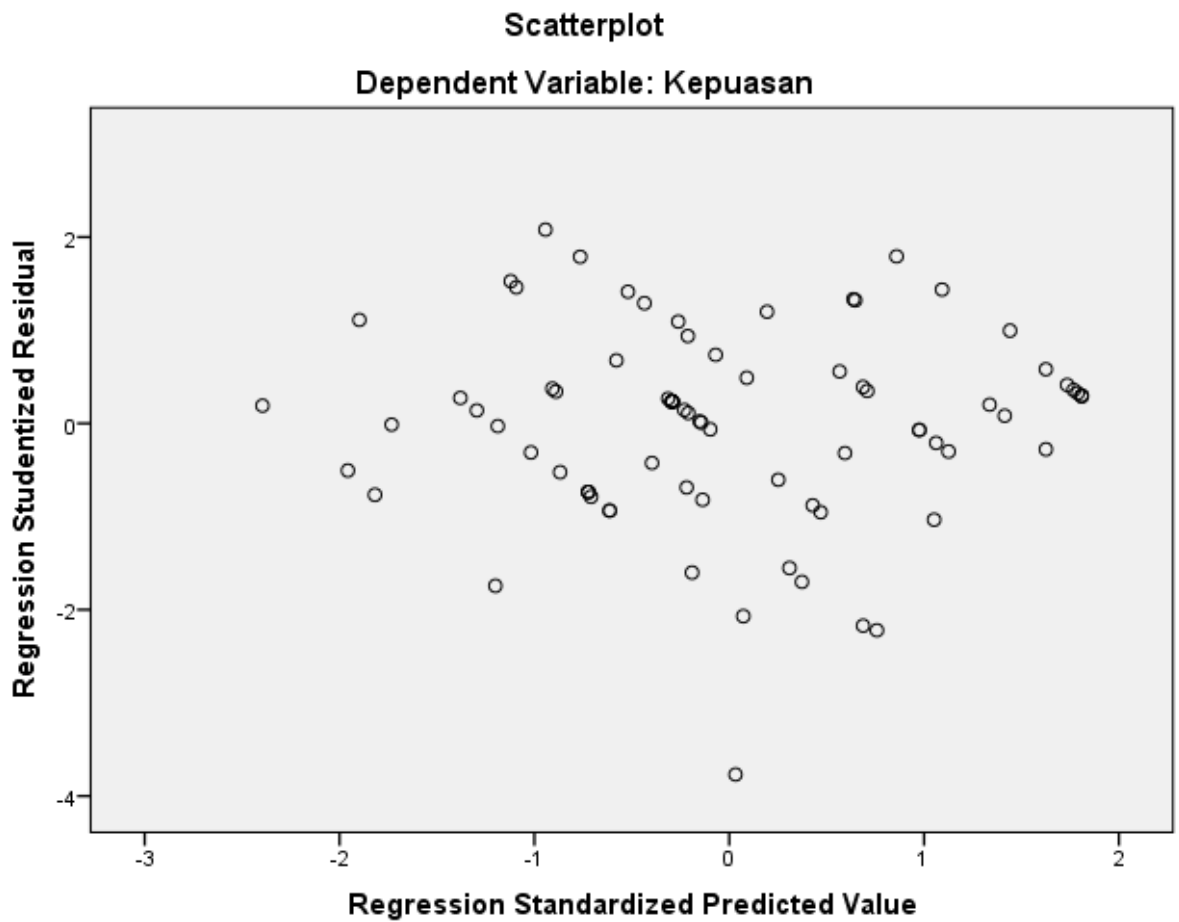
Uji multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity
		B	Std. Error	Beta			Tolerance
1	(Constant)	-.032	1.287		-.025	.980	
	Tangibility	.038	.071	.046	.535	.594	.5
	Reliability	.232	.121	.216	1.920	.059	.3
	Assurance	.140	.110	.169	1.269	.208	.2
	Sincerity	.344	.117	.330	2.955	.004	.3
	Personalization	.077	.106	.070	.724	.471	.4
	Formality	.255	.183	.138	1.397	.167	.4

a. Dependent Variable: Kepuasan

Uji heteroskedastisitas



Lampiran 6

Sejarah Pendirian BPRS Suriyah

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah Bank Syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank Syariah Suriyah atau disebut dengan BPRS Suriyah pertama kali didirikan di Cilacap. Daerah barat di Provinsi Jawa Tengah yang menjadi kantor pusatnya. BPRS Suriyah didirikan dengan akta No. 3 Notaris Naimah, SH pada tanggal 06 Januari 2005 dan telah disahkan oleh

Departemen Hukum dan HAM Republik Indonesia Nomor : C-02469 HT.
01. 01 Tahun 2005 tertanggal 31 Januari 2005. BPRS Suriyah mulai beroperasi menjalankan kegiatan usahanya di bidang Perbankan Syariah sejak tanggal 01 April 2005 setelah mendapat Salinan Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 7/14/KEP.GBI/2005 tanggal 21 Maret 2005 tentang pemberian Izin Usaha PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah.

Pada awal terbentuknya BPRS Suriyah bermula dengan Modal 1M, dan sampai saat ini asset BPRS Suriyah lebih dari 25M. Dengan pendekatan emosional dan pendekatan kepada para nasabah dengan jalur para tokoh-tokoh masyarakat di Cilacap BPRS Suriyah menjelma menjadi Lembaga Keuangan Syariah yang mampu mengeluarkan Pembiayaan sebesar 18,6M lebih sampai saat ini.

Latar belakang pendirian BPRS Suriyah kantor cabang Semarang didasari masih terbukanya pasar keuangan syariah di ibu kota Provinsi Jawa Tengah dan BPRS Suriyah menjadi BPRS ke-4 yang hadir di kota Semarang. Atas dasar faktor tersebut maka pada tanggal 16 Oktober 2010, diresmikan BPRS Suriyah Kantor Cabang Semarang melalui surat keputusan BI Purwokerto No. 12/56/DPbS/PAdBS/Pwt pada tanggal 6 Oktober 2010.

Visi, Misi dan Slogan BPRS Suriyah

Visi BPRS Suriyah

Menjadi BPRS yang kompetitif, efisien, dan memenuhi prinsip kehati-hatian.

Mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam rangka keadilan, tolong menolong menuju kebaikan dan kemaslahatan ummat.

Sehat diukur dari ketentuan/ peraturan Bank Indonesia.

Memperluas jaringan pelayanan.

Pembinaan Sumber Daya Insani (SDI) yang profesional dan berintegritas.

Misi BPRS Suriyah

Ikut membangun ekonomi ummat.

Menyediakan produk-produk perbankan syariah yang mampu mendorong masyarakat untuk menjalankan bisnis secara produktif, efisien, dan akuntabel.

Pertumbuhan bank secara optimal.

Memelihara hubungan kerja yang baik.

Slogan BPRS Suriyah

“Maju Bersama Dalam Usaha Sesuai Syariah”

Struktur Organisasi BPRS Suriyah Cabang Semarang

Struktur organisasi di bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) Suriyah cabang Semarang yaitu :

Kepala Cabang : Anang Jatmiko Setiaji, SE

CS : - Vidya

-Anggraeni

Teler : - Puspa Sari K.

- Anggarita w

Back Office : Sari Indah Dwi

Adm. Pembiayaan : Asiful Umam

Account Officer :

FUNDING

-M.Qostholani

-Angke Winnetou

-Sentot Sapto Nugroho

LANDING

-Alfianto Imam Santoso

-Prayudianto

Security : Himawan Yulian

Nunung Efendi

Syaeful Ashari

Office Boy : Muhammad

Perkembangan nasabah menabung 5 tahun terakhir

Tahun 2014 nasabah menabung sejumlah 358 orang

Tahun 2015 nasabah menabung sejumlah 462 orang

Tahun 2016 nasabah menabung sejumlah 402 orang

Tahun 2017 nasabah menabung sejumlah 387 orang

Tahun 2018 nasabah menabung sejumlah 426 orang

Tahun 2019 samapi dengan agustus nasabah menabung sejumlah 442 orang.

Foto



BPRS Suriyah Cabang Semarang



Teller BPRS Suriyah Cabang Semarang



Responden perempuan BPRS Suriyah Cabang Semarang



Responden laki laki BPRS Suriyah Cabang Semarang

Daftar riwayat hidup

Nama : Maulana Hazmi Aziz

NIM : 1505036017

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Kelamin : Laki Laki

Tempat Tanggal Lahir : Tegal, 17 Februari 1997

Agama : Islam

Alamat : Desa Jatimulya Rt 02 Rw 01 Kec. Lebaksiu Kab Tegal Jawa Tengah

Pendidikan :

Madrasah Ibtidaiyah (MI) Islamiyah Jatimulya Tahun 2009

Madrasah Tsanawiyah (MTS) Negeri Model Babakan Kab Tegal Tahun 2012

Sekolah Menengah Atas (SMA) Futuhiyyah Mranggen Demak Tahun 2015

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Semarang,

2020

Maulana Hazmi

Aziz

Biodata diri

Nama Lengkap : Maulana Hazmi Aziz

Tempat Tanggal Lahir: Tegal 17 Februari 1997

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Nama Orang Tua

Bapak : Husnul Huda

Ibu : Ida Fikriani

Alamat : Ds. Jatimulya Rt02 Rw 01 Kec. Lebaksiu Kab. Tegal Jawa Tengah

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenar benarnya, untuk di pergunakan
sebagaimana mestinya.

Semarang,
2020

Maulana Hazmi
Aziz