

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN NABASAH PADA PT. BANK BTN KC SYARIAH
PALEMBANG**

SKRIPSI

*Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
Jurusan S1 Perbankan Syariah*



Disusun Oleh:

CINDI OKTARINA

NIM 1805036015

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

2021



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

Jl. Prof. Dr. Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024)
7601291, 7624691, Semarang, Kode Pos 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Cindi Oktarina

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah Skripsi saudara :

Nama : Cindi Oktarina
NIM : 1805036015
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BTN KC Syariah Palembang

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 8 Desember 2021

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ali Murtadho, M.Ag
NIP. 19710830 199803 1003

Dr. H. Maltuf Fitri, SE., M.Si.
NIP. 19741016 200312 1003



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

Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan. Telp. /Fax (024) 7601291, Semarang 50185

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BTN KC Syariah Palembang**
Penulis : Cindi Oktarina
NIM : 1805036015
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah diujikan dalam sidang *munaqosah* oleh Dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dan dinyatakan LULUS pada tanggal:

27 Desember 2021

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana strata 1 tahun akademik 2021/2022.

Semarang, 28 Desember 2021

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

Prof. Dr. Hj. Siti Mujibatus, M.Ag.
NIP. 19590413 198703 2 001

Sekretaris Sidang

Dr. H. Maltuf Fitri, SE., M.Si.
NIP. 19741016 200312 1003

Penguji I

Dr. H. Ahmad Furqon, LC., MA.
NIP. 19751218 200501 1 002



Penguji II

Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag.
NIP. 19730811 200003 1 004

Pembimbing I

Dr. Ali Murtadho, M.Ag.
NIP. 19710830 199803 1003

Pembimbing II

Dr. H. Maltuf Fitri, SE., M.Si.
NIP. 19741016 200312 1003

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Q.S. Al-Baqarah: 153)

PERSEMBAHAN

Ucapan syukur dan terima kasih kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmanya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir saya dengan baik. Dengan mengucap Alhamdulillahilahirabbil'amin, skripsi ini aku persembahkan kepada;

- ❖ Kedua orang tuaku tercinta Bapak Hermanto dan Ibu Minur Yana, terima kasih atas dukungan dan pengorbananya yang sangat luar biasa, sungguh cinta kasih bapak dan ibu yang tulus, doa serta kasih sayangnya tak akan pernah cindi lupakan.
- ❖ Ayukku Cici Yunita dan adik-adikku Cintiyah Margareta, Chiko Aprianto yang ikut memberikan semangat agar saya tidak menyerah dan untuk seluruh keluargaku terima kasih doa dan dukungannya.
- ❖ Buat orang baik yang selalu sabar Heru Hermawan yang selalu mendukung dalam kelancaran skripsi ini, terima kasih atas dukungannya dan pengorbanan mencari referensi untuk skripsi ini serta ketulusan dan support yang tak terlupakan, Love U.
- ❖ Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Dr. H. Maltuf Fitri, SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah bersedia dan senantiasa sabar untuk meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan bimbingan serta arahnya untuk penyusunan skripsi ini.
- ❖ Untuk Sahabat-sahabat terbaikku yang di PALI terima kasih selalu mensupport dan mendoakan, untuk yang di Semarang awalnya bertemu untuk mencari ilmu dan pengalaman, khususnya Isvendicity yang telah memberi semangat, baik suka maupun duka begitu banyak kenangan yang kalian berikan kepada saya di perkuliahan.
- ❖ Kakak-kakak tingkat yang selalu memberi masukan, dukungan dan doanya atas kelancaran skripsi penulis dan teman-teman nusantara angkatan 2018 kelas PBAS.A terima kasih.
- ❖ Almamaterku tercinta UIN Walisongo Semarang, semoga selalu unggul terdepan dan semakin berkualitas.

DEKLARASI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cindi Oktarina
NIM : 1805036015
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada
PT. Bank BTN KC Syariah Palembang”**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 8 Desember 2021

Deklarator,



Cindi Oktarina

NIM: 1805036015

PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN

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

B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

C. Diftong

آي = ay

أو = aw

D. Syaddah (ّ)

Syaddah dilambang dengan konsonan ganda, misalnya الطب *al-thibb*.

E. Kata Sandang (... ال)

Kata sandang (... ال) ditulis dengan *al-* ... misalnya الصناعة = *al-shina'ah*. *Al* – ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap ta' marbutah ditulis dengan “h” misalnya المعيشة الطبيعية = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Palembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Palembang. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 1.176 nasabah dan menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin untuk menentukan besarnya sampel dengan jumlah 92 responden. Variabel independen dalam penelitian adalah *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), dan *Empathy* (X5) sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan Nasabah (Y). Alat Uji analisis yang digunakan adalah SPSS 25 metode analisis regresi linear berganda.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan *tangible* tidak berpengaruh pada terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This study discusses how service quality affects the level of customer satisfaction at the State Savings Bank (Persero) Palembang Sharia Branch Office. The purpose of this study was to identify the effect of service quality on customer satisfaction at the State Savings Bank (Persero) Palembang Sharia Branch Office. The total population in this study was 1,176 customers and using a sampling technique using the Slovin formula to determine the size of the sample with a total of 92 respondents. The independent variables in this study are Tangible (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), and Empathy (X5) while the dependent variable in this study is customer satisfaction (Y). The analytical test tool used in SPSS 25 multiple linear regression analysis method.

The results showed that reliability, responsiveness, assurance, and empathy had a positive and significant effect on customer satisfaction. While tangible has no effect on customer.

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wa Barakatuh

Alhamdulillah segala puji bagi Allah Swt yang maha pengasih lagi maha penyayang, tiada hal yang ,mulia selain Engkau ya Rabb, kasih dan sayang-Mu tidak akan pernah habis untuk hamba-Mu sampai saat ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BTN KC Syariah Palembang.**

Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Nabi Muhammad Saw yang berpribadian luar biasa yang bisa menjadi teladan bagi seluruh umat di dunia ini. Ia lah seseorang yang membawa perubahan kearah yang lebih baik, dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang seperti saat ini.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Strata (S.1) Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan baik karena dukungan dari banyak pihak. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua Orang tuaku tercinta. Terima kasih untuk semua yang telah engkau berikan kepada penulis, berkerja keras membiayai sampai studi S1 selesai. Mengabulkan permintaan penulis yang selama ini Alhamdulillah sudah terpenuhi. Engkau adalah sosok bapak dan ibu yang luar biasa, bapak engkau tidak pernah mengeluh sedikit pun demi anak dan istri mu, engkau adalah inspirasiku sampai saat ini dan sampai kapan pun. *Love you much more.*
2. Bapak Dr. Ali Murtadho, M.Ag selaku Dosen Pembimbing I serta wali studi yang selalu mendampingi dan membimbing saya dari awal masuk perkuliahan dan Bapak Dr. H. Maltuf Fitri, SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah bersedia dan senantiasa sabar untuk meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam memberikan bimbingan serta arahnya untuk penyusunan skripsi ini.

3. Ibu Henny Yuningrum, SE, M.Si selaku Ketua Prodi S1 Perbankan Syariah, Ibu Muyassarah, M.Si. selaku Sekertaris Prodi S1 Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Wakil Dekan I, II, III serta seluruh civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
5. Ayukku Cici Yunita dan adik-adikku Cintiyah Margaretha, Chiko Aprianto yang ikut memberikan semangat agar saya tidak menyerah dan untuk seluruh keluargaku terima kasih doa dan dukungannya.
6. Buat orang baik yang selalu sabar Heru Hermawan yang selalu mendukung dalam kelancaran skripsi ini, terima kasih atas dukungannya dan pengorbanan mencari referensi untuk skripsi ini serta ketulusan dan support yang tak terlupakan.
7. Untuk Sahabat-sahabat terbaikku yang di PALI terima kasih selalu mensupport dan mendoakan, untuk yang di Semarang awalnya bertemu untuk mencari ilmu dan pengalaman, khususnya Isvendicity yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangatnya agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kakak-kakak tingkat yang selalu memberi masukan, dukungan dan doanya atas kelancaran skripsi penulis.
9. Semua teman-teman nusantara angkatan 2018 kelas PBAS.A yang selalu dengan senang hati menemani proses penulis dari masuk perkuliahan hingga selesai tugas akhir.
10. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat ditulis satu persatu.

Penyusunan tugas akhir skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya. Namun, penulis menyadari sepenuhnya dalam penyusunan skripsi jauh dari kata sempurna. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullaahi Wa Barokatuh

Semarang, 8 Desember 2021

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Cindi Oktarina'.

Cindi Oktarina

NIM 1805036015

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN	vii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulis	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Kualitas Pelayanan.....	7
2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	7
2.1.2 Pengertian Kualitas	8
2.1.3 Pengertian Pelayanan	9
2.1.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	11
2.1.5 Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam.....	14
2.2 Kepuasan Nasabah	16

2.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah.....	16
2.2.2 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah	17
2.2.3 Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam	18
2.2.4 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan	19
2.2.5 Penelitian Terdahulu	19
2.2.6 Kerangka Berfikir	29
2.2.7 Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis dan Sumber Data	32
3.1.1 Jenis Data.....	32
3.1.2 Sumber Data	32
3.2 Populasi Dan Sampel	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Variabel-variabel Penelitian	34
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Analisis Deskriptif.....	36
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	37
3.7.1 Uji Validitas.....	37
3.7.2 Uji Reliabilitas	37
3.8 Teknik Analisis Data.....	38
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda	38
3.10 Pengujian Hipotesis.....	39
3.10.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39

3.10.2 Uji Parsial (Uji-T).....	40
3.10.3 Uji Signifikasi Simultan (Uji-F).....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Hasil Penelitian.....	42
4.1.1 Karakteristik Responden	42
4.2 Analisis Deskriptif	45
4.3 Instrumen Penelitian	47
4.3.1 Uji Validitas.....	47
4.3.2 Uji Reliabilitas	48
4.4 Teknik Analisis Data.....	49
4.4.1 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	49
4.4.1.2 Uji Multikolinearitas	50
4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas	51
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda	52
4.6 Koefisien Determinasi.....	53
4.7 Uji T	54
4.8 Uji F	56
4.9 Pembahasan	56
4.9.1 Pengaruh Tangible Terhadap Kepuasan Nasabah.....	56
4.9.2 Pengaruh Reliability Terhadap Kepuasan Nasabah	57
4.9.3 Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Nasabah	57
4.9.4 Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Nasabah	58
4.9.5 Pengaruh Empathy Terhadap Kepuasan Nasabah	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan.....	60

5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Bank BTN KC Syariah Palembang Tahun 2016 – 2020	2
Tabel 1.2 Research Gap Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah.....	3
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	42
Tabel 4.2 Usia Responden.....	43
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	44
Tabel 4.4 Descriptive Statistics	45
Tabel 4.5 Uji Validitas	47
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.8 Uji Heterokedastisitas.....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi	54
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi Uji F	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	30
Gambar 4.1 Uji Normalitas	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	64
Lampiran B.....	69
Lampiran C.....	79
Lampiran D	81
Lampiran E.....	85
Lampiran F	88
Lampiran G	90

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Kepercayaan nasabah ini menjadi salah satu faktor untuk mencapai keberhasilan. dengan semakin majunya teknologi pelayanan dalam dunia perbankan juga semakin pesat pula baik inovasi produk dan pelayanan. Kepercayaan nasabah akan meningkat dengan memperhatikan kualitas pelayanan perusahaan terhadap nasabah. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.¹

Kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci yang akan menjadi keunggulan daya saing di perbankan karena adanya perbedaan kriteria pemilihan bank oleh nasabah. Banyaknya persaingan ini, membuat perbankan dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dan melakukan inovasi secara terus menerus, semakin tinggi kualitas pelayanan terhadap suatu bank maka meningkatnya kepuasan konsumen terhadap suatu bank tersebut. Hal ini dikarenakan adanya hubungan yang sangat erat antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap suatu bank sehingga memungkinkan bank tersebut untuk dapat memahami harapan dan kebutuhan nasabah yang pada akhirnya akan menciptakan kesetiaan nasabah (*loyalty*) pada bank.²

Oleh karena itu kualitas pelayanan pada bank harus dikelola dengan baik dan profesional. Keberhasilan bisnis dalam sektor perbankan yaitu berusaha menawarkan kualitas jasa dengan kualitas layanan tinggi yang terlihat dalam kinerja layanan yang ada pada PT. Bank BTN KC Syariah Palembang sejauh ini kualitas pelayanan yang diberikan sudah cukup baik tetapi harus selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggan dan

¹ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2005), hal 232

² Dewi rosa indah. *pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah*. Jurnal (Manajemen dan Keuangan) Vol.5 No.2, 2016

nasabahnya agar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, karena nasabah merupakan faktor utama bagi eksistensi suatu bank. Jika nasabah bank BTN Syariah terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun ini menunjukkan bahwa nasabah semakin berminat untuk melakukan jasa pelayanan di bank BTN Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa produktifitas kinerja karyawan adalah baik terutama dalam memenuhi tingkat kualitas pelayanan.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Bank BTN KC Syariah Palembang
Tahun 2016 – 2020

Tahun	Jumlah Nasabah
2016	1.443
2017	1.830
2018	1.981
2019	1.535
2020	1.176

Sumber : Bank BTN KC Syariah Palembang, 2021.

Secara keseluruhan pada menunjukkan bahwa jumlah nasabah Bank BTN Syariah mengalami penurunan sehingga pada tabel diatas dapat dilihat bahwa dari tahun 2016 hingga tahun 2017 jumlah nasabah mengalami peningkatan yaitu sebesar 387 orang. Selanjutnya, pada tahun 2018 ternyata jumlah nasabah mengalami peningkatan tetapi dapat terlihat bahwa peningkatan di tahun 2018 tidak lebih baik di bandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya berjumlah 151 orang. Namun, pada tahun 2019 jumlah nasabah mengalami penurunan yang sangat signifikan sebesar 446 orang. Kemudian, pada tahun 2020 jumlah nasabah masih mengalami penurunan sebesar 359 orang. Dengan adanya peningkatan dan penurunan jumlah nasabah yang signifikan ini sehingga dapat menunjukkan seberapa tinggi tingkat kepuasan

nasabah dalam memperoleh pelayanan dari Bank BTN KC Syariah Palembang.

Berdasarkan dari penelitian terdahulu, mengindikasikan adanya research gap dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yakni sebagai berikut.

Tabel 1.2
***Research Gap* Kualitas Pelayanan terhadap tingkat Kepuasan Nasabah**

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah	Hasil Penelitian	Peneliti
	Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah	1. Fitri Madona 2. Wiyanto 3. Zulfadli hamzah 4. Ali Mubarak
	Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah	1. Engkur

Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2021

Dari tabel 1.2 diatas menjelaskan bahwa Pengaruh kualitas pelayanan yang diteliti oleh Fitri Madona, Wiyanto, Zulfadli hamzah, Ali Mubarak pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini bertentangan dengan penelitian Engkur yang menunjukkan bahwa hanya dimensi tangible, Responiveness dan empathy yang berpengaruh positif sedangkan pada dimensi Reliability, assurance tidak berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari fenomena diatas, menunjukkan

bahwa setiap kejadian empiris tidak selalu sama dengan teori yang ada. Hal ini ditunjukkan dengan adanya research gap yang menunjukkan adanya pengaruh yang berbeda pada setiap variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Dengan demikian PT. Bank BTN KC Syariah Palembang harus memberikan pelayanan yang terbaik agar nasabah merasa aman dan nyaman.

Melihat dasar inilah yang melatar belakangi dan membuat penulis merasa tertarik untuk membahas dan menuangkannya dalam bentuk karya tulis ilmiah dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nabasah pada PT. Bank BTN KC Syariah Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan Bank BTN Syariah berupa wujud fisik (*tangible*) memenuhi kepuasan nasabah?
2. Apakah kualitas pelayanan Bank BTN Syariah berupa kehandalan (*reliability*) memenuhi kepuasan nasabah?
3. Apakah kualitas pelayanan Bank BTN Syariah berupa daya tanggap (*responsiveness*) memenuhi kepuasan nasabah?
4. Apakah kualitas pelayanan Bank BTN Syariah berupa jaminan (*asssurance*) memenuhi kepuasan nasabah?
5. Apakah kualitas pelayanan Bank BTN Syariah berupa kepedulian (*emphaty*) memenuhi kepuasan nasabah?

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh wujud fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan.

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh jaminan (*asssurance*) terhadap kepuasan pelanggan.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepedulian (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan penulis, menjadi referensi serta masukan bagi pihak yang bersangkutan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu perusahaan sebagai hasil pertimbangan dalam pelayanan serta masukan tentang bagaimana kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, sehingga berguna untuk mempertahankan kesetiaan para nasabah.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan jawaban terhadap masalah yang akan diteliti dan diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi para pihak pembaca atau *stake holder*.

1.5 Sistematika Penulis

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang telaah pustaka, landasan teori, kerangka berfikir dan hipotesis. Dimana telaah pustaka didalamnya berisikan teori dan hasil penelitian terdahulu dimana dengan adanya telaah pustaka akan memperkuat data dan informasi dari penelitian dalam landasan teori yang mendukung penelitian ini, merupakan penjabaran dari Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metode dari penelitian, yaitu menjelaskan ruang lingkup penelitian yang meliputi ruang lingkup penelitian, lokasi penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data serta instrument penelitian, analisis deskriptif, analisis regresi linier sederhana, pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran umum Bank BTN KCS Palembang, serta analisis dari penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban dari perumusan masalah dalam penelitian, keterbatasan penelitian, selain itu juga berisi saran dari penulis yang ditunjukan kepada perusahaan yang berhubungan dengan objek dan tujuan penelitian serta analisis yang telah dilakukan oleh penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tindakan yang diterima oleh konsumen dari penawaran produk dan jasa oleh produsen atas kebutuhan konsumen yang dilakukan oleh produsen berdasarkan kemampuan dan kehandalan yang dihadapi saat itu dengan memberikan kemudahan kepada konsumen berdasarkan karakteristik produk dan jasa yang ditawarkan sehingga dapat ditawarkan oleh pihak lain, berupa jasa tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terhadap kepemilikan apapun, begitu juga pemahaman kualitas pelayanan.³

Menurut Wyekor (dalam *Lovelock*) kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi jasa yaitu jasa yang diharapkan (*perceived service*) dan jasa yang dipersepsikan (*Perceived service*).⁴

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa meliputi; reparasi, peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, serta perbankan ritel.

SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan

³ Nasfi, Rahmad, Sabri. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*. Jurnal Ekonomika Syariah. Vol,4 No,1, 2020

⁴ Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset. 2014, hal 268.

(*expected service*). Jika dikenyataannya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat berkualitas, dan sebaliknya. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.⁵

2.1.2 Pengertian Kualitas

Menurut Goetsch dan Davis, kualitas dapat diartikan sebagai “kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Berdasarkan definisi ini, kualitas adalah hubungan antara produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen.⁶

Menurut David Garvin menyatakan lima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa kualitasnya bisa diartikan secara beraneka ragam oleh orang berbeda dalam situasi yang berlainan.

Adapun kelima macam perspektif kualitas tersebut adalah:

a) Pendekatan Tensendental (*transcendental approach*)

Dalam pendekatan ini kualitas dipandang sebagai keunggulan bawaan (*innate excellence*) dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan.

b) Pendekatan Berbasis Produk (*product-based-approach*)

Pendekatan ini menganggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur.

c) Pendekatan Berbasis Pengguna(*user-based approach*)

Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa orang yang memandangnya sehingga produk yang paling memuaskan

⁵ Rahmat Lupiyoadi, A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat 2008, hal 181.

⁶ Fandy Tjiptono, Anastasia Diana, *Total Quality Manajemen (TQM)*- Edisi Revisi, (Yogyakarta: ANDI, 2003), h. 4

preferensi seseorang (misalnya, kualitas yang dirasakan (*perceived quality*) merupakan produk berkualitas paling tinggi.

d) Pendekatan Berbasis Manufaktur (*manufacturing-based approach*)

Perspektif ini bersifat berdasarkan pasokan (*supply-based*) dan secara khusus memperhatikan praktik-praktik perekayasaan dan kemanufakturan serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kesamaan dengan persyaratan.

e) Pendekatan Berbasis Nilai (*value-based approach*)

Kualitas dalam perspektif relatif sehingga produk yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat untuk dibeli (*best-buy*).⁷

2.1.3 Pengertian Pelayanan

Menurut Sugiarto adalah upaya maksimal yang diberikan oleh petugas pelayanan dari sebuah perusahaan industri untuk memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan sehingga mencapai kepuasan. Pengertian pelayanan yaitu upaya dalam memenuhi permohonan untuk menspesifikasikan produk-produk seperti data kerja, permohonan untuk rincian, pemrosesan pesanan pembelian, penyelidikan status pesanan, dan layanan garansi. Pelayanan sering disebut sebagai jasa yang diberikan oleh perusahaan, artinya bahwa adanya suatu perbuatan yang dilaksanakan suatu pihak terhadap pihak lain.⁸

Layanan dapat dibagi ke dalam beberapa kelompok, yaitu sebagai berikut :

1) Barang berwujud murni

Tawaran hanya terdiri dari barang berwujud dan tidak jasa yang menyertainya. Contoh: gula, sabun, garam.

⁷ Etta Mamang Sangadji, Sopiah. Prilaku Konsumen-Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. (Yogyakarta: ANDI, 2013), h. 99

⁸ Ade Syarif Maulana. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI*. Jurnal Ekonomi Vol,7 No,2, 2016

- 2) Barang berwujud dengan disertai pelayanan
Tawaran yang terdiri dari barang berwujud yang disertai satu atau beberapa layanan. Contoh: mobil, sepeda motor
- 3) Campuran
Tawaran terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama.
Contoh: rumah sakit, cafe
- 4) Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan
Tawaran terdiri dari satu jasa utama disertai jasa tambahan atau barang pendukung. Contoh: Penumpang pesawat
- 5) Jasa murni
Tawaran hanya terdiri dari jasa. Contoh: Psikoterapi⁹

Wilson menyatakan bahwa terdapat 4 karakteristik pada jasa yang membedakan pada barang. Keempat karakteristik tersebut sebagai berikut;

- a) Tidak terwujud (*intangibility*)
Jasa berbeda dengan barang karena jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar ataupun dicium sebelum jasa itu dibeli. Dengan kata lain, konsumen tidak dapat menilai hasil dari jasa atau pelayanan sebelum mereka menikmatinya sendiri.
- b) Tidak terpisahkan (*inseparability*)
Biasanya barang diproduksi, disimpan dalam persediaan, di distribusikan, dijual, baru kemudian dikonsumsi. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Misalnya, ruang kuliah yang nyaman fasilitas *computer*, *book store*, dan sebagainya.
- c) Bervariasi (*variability*)

⁹ Dedik Wiryanan, Adi Aspian Nur. *Pengaruh Efektivitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada pelabuhan Speedboat Kayan II Tanjung Selor*. Jurnal Feb.Unmul. Vol. 14, No,1, 2017

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan keluaran non baku artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli terhadap variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih penyedia jasa.

d) Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan, dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.

Dari keempat karakteristik utama jasa diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut

- Kualitas pelayanan sangat sulit dipenilaian dibandingkan dengan kualitas produk, sehingga kriteria yang digunakan untuk dipenilaian kualitas layanan menjadi lebih lengkap.
- Konsumen tidak hanya semata-mata menilai kualitas pelayanan berdasarkan hasil akhir, melainkan juga mempertimbangkan proses pelayanan.
- Kualitas pelayanan akan timbul persepsi yang seberapa jauh pemberi jasa memberi pelayanan yang akan diharapkan konsumen.¹⁰

2.1.4 Dimensi Kualitas Pelayanan

Faktor yang menentukan kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa yaitu bukti fisik (*Tangible*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*) dan empati (*emphaty*).

1. Wujud Fisik (Tangible)

¹⁰ Etta Mamang Sangadji, dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset, 2013. Hal.94

Tolak ukur wujud fisik dapat diketahui dari kepuasan pelanggan terhadap tersedianya sarana dan prasarana perusahaan yang memadai. Sarana dan prasarana yang memadai dapat diwujudkan dari tersedianya ruangan yang ber AC, sehingga nasabah merasa nyaman ketika bertransaksi. Persepsi tersebut menjelaskan bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap wujud fisik (tangible) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Jika persepsi nasabah terhadap wujud fisik (tangible) buruk, maka kepuasan nasabah semakin rendah.

H1 : Semakin baik persepsi pelanggan terhadap wujud fisik (tangible), maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

2. Keandalan (Reliability)

Tolak ukur keandalan dapat diketahui dari kepuasan pelanggan terhadap fasilitas-fasilitas pendukung perusahaan yang dapat mempercepat kinerja karyawan. Fasilitas tambahan dapat berupa tersedianya jaringan online yang memadai, sehingga karyawan dalam menyelesaikan transaksinya cepat dan akurat. Persepsi tersebut menjelaskan bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap keandalan (reliability) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Jika persepsi nasabah terhadap keandalan (reliability) buruk, maka kepuasan nasabah akan semakin rendah.

H2: Semakin baik persepsi pelanggan terhadap keandalan (reliability), maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

3. Daya Tanggap (Responsiveness)

Tolak ukur daya tanggap dapat diketahui dari kepuasan pelanggan terhadap ketanggapan pelayanan karyawan perusahaan. Daya tanggap dapat diwujudkan dengan perilaku yang baik ketika terdapat komplain dari nasabah dan karyawan mampu mengatasinya dengan benar. Persepsi tersebut menjelaskan bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap daya tanggap

(responsiveness) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Jika persepsi nasabah terhadap daya tanggap (responsiveness) buruk, maka kepuasan nasabah akan semakin rendah.

H3: Semakin baik persepsi pelanggan terhadap daya tanggap (responsiveness), maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

4. Jaminan (Assurance)

Tolak ukur jaminan dapat diketahui dari kepuasan pelanggan terhadap jaminan yang nyata dari perusahaan. Jaminan dapat diwujudkan dengan kinerja yang baik dari karyawan dengan cara memiliki pengetahuan yang luas mengenai dunia perbankan syari'ah, dan perusahaan mengelola dana sesuai syari'at. Persepsi tersebut menjelaskan bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap jaminan (assurance) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Jika persepsi nasabah terhadap jaminan (assurance) buruk maka kepuasan nasabah akan semakin rendah.

H4: Semakin baik persepsi pelanggan terhadap jaminan (assurance), maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.

5. Kepedulian (Empathy)

Tolak ukur kepedulian (empathy) dapat diketahui dari kepuasan pelanggan terhadap rasa peduli perusahaan terhadap setiap pelanggan. Kepedulian dapat diwujudkan dengan kesiapan karyawan dalam memberikan informasi kepada nasabah, dan tercukupinya segala kebutuhan dan keinginan pelanggan secara terus-menerus. Persepsi tersebut menjelaskan bahwa semakin baik persepsi pelanggan terhadap kepedulian (empathy) maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Jika persepsi nasabah terhadap kepedulian (empathy) buruk, maka kepuasan nasabah akan semakin rendah.

H5: Semakin baik persepsi pelanggan terhadap daya tanggap kepedulian (empathy), maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah.¹¹

2.1.5 Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Mengenai pelayanan dalam hubungannya dengan kerja atau bisnis Islam, seorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berperilaku dalam bisnis mereka sesuai yang dianjurkan Al-quran dan Sunnah. akhlaq adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku, dan ia juga merupakan basic dari jiwa melayani (servis) dalam bisnis.

Allah berfirman dalam Alqur'an Surah Al-Baqarah Ayat 83 sebagai berikut;

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَءِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ
إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ

Artinya : Dan (ingatlah) ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil, “Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat-baiklah kepada kedua orang tua, kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin. Dan bertutur katalah yang baik kepada manusia, laksanakanlah salat dan tunaikanlah zakat. ”Tetapi kemudian kamu berpaling (mengingkari), kecuali sebagian kecil dari kamu, dan kamu (masih menjadi) pembangkang.

¹¹ Agus Hermawan, Komunikasi pemasaran, Jakarta : Erlangga,2012,

Dalam salah satu hadits, Rasulullah bersabda:

عن أبي هريرة رضي الله عنه قال قال رسول الله صلى الله عليه وسلم " الْمُؤْمِنِينَ إِيمَانًا أَحْسَنُهُمْ خُلُقًا

“ Dari Abi Hurairah radiyallahu anhu, Rasulullah SAW berkata” Orang percaya yang paling lengkap dalam iman, adalah yang memiliki akhlak terbaik.¹²

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain:¹³

- 1) Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji.
- 2) Bertanggung jawab dan terpercaya (Al-Amanah) yaitu sikap yang selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya dalam menjalankan usahanya.
- 3) Tidak menipu (Al-Kadzib) yaitu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.
- 4) Menepati janji dan tidak curang yaitu sikap yang selalu menepati janji baik kepada para nasabah maupun diantara sesama karyawan.
- 5) Melayani dengan rendah hati (khidmah) yaitu sikap ramah tamah, suka mengalah, murah senyum, sopan santun, namun tetap penuh tanggung jawab.
- 6) Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan

¹²Hadist shahih disebutkan oleh Imam Al-albani dalam kitab shahih al-jami, hadis nomor 1230, dari riwayat Abi Hurairah ra.

¹³ Johan Arifin, Etika Bisnis Islami, (Semarang: Walisongo Press, 2009),h.153

keuntungan akhirat. Sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

2.2 Kepuasan Nasabah

2.2.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler, kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan.¹⁴ Menurut Philip Kotler Kepuasan adalah senang atau kecewa seseorang yang setelah muncul untuk membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Sedangkan menurut Tse dan Wilton menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi perbedaan antara ekspektasi awal dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersiapkan setelah konsumsi produk.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Karena pelanggan merupakan orang yang menerima hasil pekerjaan dari suatu organisasi, sehingga hanya merekalah yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa dan hanya merekalah yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.¹⁵

Dengan demikian, kepuasan pelanggan tidak berarti memberikan kepada pelanggan apa yang kita perkirakan disukai oleh pelanggan. Namun pada dasarnya kita harus memberikan apa yang sebenarnya mereka inginkan, kapan diperlukan dan dengan cara apa mereka

¹⁴ M Nur Rianto Al Arif. *dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : ALFABETA CV2012, hal192

¹⁵ Ali Mubarak. *Pengaruh Pelayan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri KCM Jakarta Raya Kosambi Jakarta Barat. Vol.2 No. 3, 2019*

memperolehnya, oleh karena itu perlu kita ketahui tahapan-tahapan yang membentuk kepuasan pelanggan., yaitu:

1. Menemukan kebutuhan pokok, yang merupakan “*the basic needs of costumers*”
2. Mencari tahu apa yang sebenarnya menjadi harapan pelanggan, sehingga mereka bersedia datang kembali untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan.
3. Harus selalu memperhatikan apa yang menjadi harapan pelanggan dan melakukan hal-hal yang melebihi harapan pelanggan.¹⁶

2.2.2 Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Dalam menentukan seberapa besar kepuasan nasabah terhadap suatu bank dapat dilakukan dengan berbagai cara. Menurut Kotler dan Kasmir (2008:163), pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu:

1) Sistem Keluhan dan Usulan

Artinya, seberapa banyak keluhan atau komplain yang digunakan nasabah dalam suatu periode, makin banyak berarti makin kurang baik demikian pula sebaliknya.

2) Survei Kepuasan Nasabah

Dalam hal ini bank perlu secara berkala melakukan survei bank melalui wawancara maupun kuesioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank tempat nasabah melakukan transaksi selama ini

3) Konsumen Samaran

Bank dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.

¹⁶ Christiana Okky Augusta Lovenia. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah*. Skripsi. 2012 hal.17-18

4) Analisis Mantan Pelanggan

Dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita.¹⁷

2.2.3 Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan islam berbeda dengan konsep ekonomi konvensional yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen terjadi biaya kebutuhan yang bersifat fisik telah dipenuhi. Dalam islam, kepuasan terjadi apabila telah terpenuhinya kebutuhan fisik maupun non fisik seseorang. Kebutuhan fisik bukan arti keinginan semata, tetapi kebutuhan yang memiliki nilai manfaat tertentu (berdasarkan pada tingkat kemaslahatan). Sedangkan kebutuhan non fisik berupa nilai ibadah yang didapati dari apa yang dilakukan. Untuk mencapai tingkat kepuasan dalam kegiatan konsumsi.¹⁸

Q.S AT – TAUBAH : 59

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ
سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

Artinya : Jikalau mereka sungguh-sungguh ridha dengan apa yang diberikan Allah dan Rasul-Nya kepada mereka, dan berkata: “Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan sebagian dari karunia-Nya dan demikian (pula) Rasul-Nya, sesungguhnya kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah,”(tentulah yang demikian itu lebih baik bagi mereka).

¹⁷ Nurchosyanti, Rika Novyanti, Novi Shintia. *Pengukuran Kepuasan Nasabah Customer Service Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Pembantu Kayu Tangi Banjarmasin*. Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol,3 No,1, 2019

¹⁸ Alif Khansa Putri. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan Nasabah BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta Perspektif Ekonomi Islam. 2017

2.2.4 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan penemuan dari beberapa ahli antara lain Tse dan Wilton, diperoleh rumusan sebagai berikut: Kepuasan Pelanggan = f (*expectations, perceived performance*). Dari persamaan diatas, dapat diketahui bahwa ada dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan, yaitu *expectations* dan *perceived performance*. Apabila *perceived performance* melebihi *expectations*, maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan akan tidak merasa puas.

Cronin dan Taylor menemukan adanya hubungan yang kuat dan positif antara kualitas layanan dan kepuasan. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.¹⁹

2.2.5 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
Zulfadli Hamzah dan Astri Ayu Purwati (2019)	Jurnal “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah”	Hasil penelitian ini adalah keseluruhan dimensi kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang artinya semakin baik kualitas pelayanan mulai dari bukti fisik, data tanggap, kehandalan, jaminan dan empati yang diberikan oleh Perbankan syariah akan mampu

¹⁹ Ibid hal. 27-28.

		meningkatkan kepuasan nasabah dan sebaliknya.
Ali Mubarak (2019)	Jurnal “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri KCM Jakarta Raya Kosambi Jakarta Barat”	Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Mandiri KCM Jakarta Raya Kosambi Jakarta Barat. Hasil uji Regresi Linier Sederhana konstanta 8,96. Menyatakan bahwa tanpa upaya pelayanan yang berkualitas, Kepuasan Nasabah tetap terbentuk 8,96 dan Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai koefisien sebesar 0,38 Artinya jika variabel Kualitas Pelayanan meningkat satu satuan, maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,38. Koefisien korelasi didapatkan hasil sebesar 0,7796, artinya ada pengaruh positif yang “Kuat” antara Kualitas Pelayanan (Variabel X) terhadap Kepuasan Nasabah (Variabel Y). Nilai koefisien determinasi didapatkan 60,78% yang mengindikasikan Kualitas

		Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) memberikan kontribusi sebesar 60,78%, sedangkan sisanya 39,22% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil uji t memberikan hasil nilai t hitung lebih besar dari t tabel sebesar $11,34 > 1,989$. Dari hasil ini maka terjawab H_0 ditolak dan H_a diterima, dan hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X). memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).
Engkur (2018)	“Jurnal” Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di DKI Jakarta	Hasil penelitian ini Tidak terdapat pengaruh positif signifikan variabel tangible terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Terdapat pengaruh positif signifikan variabel responsiveness terhadap kepuasan nasabah bank syariah Tidak terdapat pengaruh positif signifikan variabel reliability terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Tidak terdapat pengaruh positif signifikan variabel assurance terhadap kepuasan nasabah bank syariah Terdapat

		pengaruh positif signifikan variabel Empathy terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Terdapat pengaruh positif signifikan variabel compliance to Islamic law terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Terdapat pengaruh positif signifikan secara simultan ke enam variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah di DKI Jakarta. Tiga variabel dari Kualitas Pelayanan yang berpengaruh positif signifikan yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah adalah responsiveness dengan koefisien sebesar 0.345, kemudian variabel Compliance to Islamic Law sebesar 0.250 dan terakhir variabel empathy sebesar 0.216.
Dewi Rosa Indah (2016)	“Jurnal” Pengaruh <i>E-Banking</i> dan kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI’46 Cabang Langsa	Berdasarkan hasil analisis statistik dan analisis regresi serta pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan berikut: $LN = 2,670 + 0,275 EB + 0,155 KP$, konstanta 2,670

		menunjukkan nilai tetap dari loyalitas nasabah. Koefisien EB sebesar 0,275 menunjukkan bahwa e-banking berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Koefisien KP sebesar 0,155 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan ukuran statistik $R^2 = 0,222$. Hal ini berarti 22,2 persen variasi perubahan loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel independen (e-banking dan kualitas pelayanan), sedangkan sisanya sebesar 77,8 persen dijelaskan oleh sebab-sebab lainnya diluar model. Nilai signifikansi dari variabel e-banking sebesar $4,080 > t_{tabel} = 1,660$, sehingga variabel e-banking memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa. Dan nilai signifikansi dari variabel kualitas
--	--	---

		pelayanan sebesar $2,102 > t_{tabel} = 1,660$, sehingga variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa. Dalam pengujian secara simultan, nilai $F_{hitung} = 15,111 > F_{tabel} = 3,090$ sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen, yaitu e-banking dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa.
Lia Effi Sukamma (2014)	“Jurnal” Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pengadaian (Persero) Cabang Mandala Medan.	Hasil uji hipotesis yang disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Dimana hal ini dibuktikan karena harga $r_{xy} = 0,538$ berada pada interval antara $0,40-0,599$ dimana hubungan yang terjadi sedang. Sedangkan menurut hasil uji t engan uji dua pihak $dk = 28$ dan taraf kesalahan 5% maka diperoleh t tabel dengan nilai $2,048$, ($t_{hitung} > t_{tabel}$) $3,93 > 2,048$. Dengan demikian

		terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan Nasabah.
Soniya Fransiska (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah. (Study Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Curup).	Hasil penelitian ini adalah nilai Correlated Item Total lebih besar dari r tabel yakni 0.2960 yang berarti menunjukkan bahwa seluruh indikator variabel tersebut memiliki konstruk yang kuat. Selanjutnya variabel juga memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0.70 sehingga dapat dikatakan indikator tersebut reliabel. Hasil uji hipotesis yang diperoleh untuk menguji pengaruh kualitas layanan untuk mengukur kepuasan nasabah menunjukkan bahwa variabel memiliki thitung (3.284) > ttabel (2.042) dengan nilai sig sebesar 0.000 dengan alpha 5%. Hasil analisis yang terakhir yakni uji koefisien determinasi yang menunjukkan angka R Square atau koefisien determinasi yang menunjukkan angka R Square atau koefisien determinasi (R²) adalah 0.264 sedangkan untuk

		regresi linier yang digunakan adalah yang tertulis di Adjusted R square. Maka Adjusted R square adalah 240, artinya 24,0 % variabel terikat dalam kepuasan nasabah dijelaskan oleh variabel bebas yaitu kualitas layanan, sedangkan yang 76% sisanya dijelaskan variabel lain.
Muzaimah (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank BNI Syariah Cabang Jambi	Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank BNI Syariah Cabang Jambi, hal ini berdasarkan analisis yang dilakukan menggunakan uji Regersi Linear Sederhana diketahui bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $14.339 > 1.652$ pada taraf signifikan 5% artinya diketahui bahwa terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasana nasabah di Bank BNI Syariah Cabang Jambi. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan nasabah di Bank BNI Syariah Cabang Jambi berdasarkan nilai

		R Square yaitu sebesar 34,69% sisanya 65,31% di pengaruhi oleh faktor lain selain dari faktor kualitas pelayanan.
Fitri Madona (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang.	Hasil penelitian ini adalah terdapat Pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Syariah mandiri Kantor Cabang 16 ilir Palembang. Jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan nasabah semakin meningkat, sebaliknya jika kualitas pelayanan yang ada di Bank Syariah Mandiri semakin menurun maka kepuasan nasabah juga dapat menurun.
Logginus Passe (2016)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus PT.bank papua cabang daerah istimewa yogyakarta)	(layanan bukti fisik),assurance (layanan jaminan) dan emphaty (layanan empati) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Reliability (layanan kehandalan) dan responsiveness (layanan tanggapan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Wiyanto (2016)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Cabang Salatiga.	Hasil penelitian ini adalah wujud fisik (tangible) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh indikator wujud fisik. 1. Wujud fisik (tangible) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tinggi. Wujud fisik (tangible) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan rendah. 2. Keandalan (reliability) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh indikator keandalan. Keandalan (reliability) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tinggi. Keandalan (reliability) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan rendah. 3. Daya tanggap (responsiviness) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tinggi. Hal ini berarti, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh indikator daya tanggap. Daya tanggap (responsiviness)
----------------	---	--

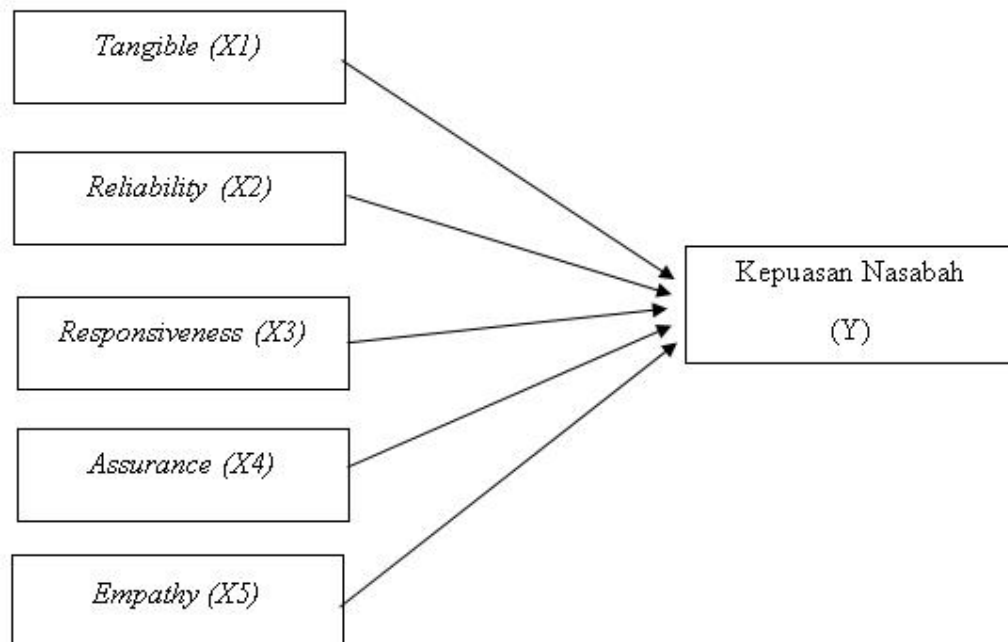
		berpengaruh signifikan terhadap kepuasan rendah. 4. Jaminan (assurance) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti, kepuasan nasabah tidak dipengaruhi oleh indikator jaminan. Jaminan (assurance) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tinggi. Jaminan (assurance) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan rendah. 5. Kepedulian (empathy) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh indikator kepedulian. Kepedulian (empathy) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tinggi. Kepedulian (empathy) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan rendah.
--	--	---

2.2.6 Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan variabel yang akan diteliti, sehingga perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependent. Kualitas layanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan nasabah, untuk mendapatkan kepuasan nasabah, bank harus dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan berkualitas. Kepuasan nasabah dapat

tercipta karena perasaan/emosi nasabah terhadap produk dan jasa yang ditawarkan pada bank.

Dengan kata lain pelayanan dikatakan berkualitas apabila bank dapat memenuhi kebutuhan nasabah, serta pihak bank mampu memberikan harapan pada nasabah atas kualitas barang dan jasa yang dihasilkan pihak bank. Kepuasan nasabah yang tercipta dapat memberikan nilai lebih bagi pihak bank, dimana kualitas pelayanan itu baik atau tidak dapat diukur dari tingkat kepuasan nasabah terhadap barang dan jasa yang nasabah terima. Berikut ini kerangka pemikiran berdasarkan latar belakang. Pada penelitian ini, penelitian membagi variabel penelitian menjadi variabel independen dan variabel dependen. Dari variabel independen terdapat lima variabel independen (X).



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

2.2.7 Hipotesis Penelitian

H₁: Ada pengaruh tangible (bukti fisik) yang diberikan Bank BTN KCS Palembang terhadap kepuasan nasabah Bank BTN KCS Palembang.

- H₂: Ada pengaruh reliability (kehandalan) yang diberikan Bank BTN KCS Palembang terhadap kepuasan nasabah Bank BTN KCS Palembang.
- H₃: Ada pengaruh responsiveness (daya tanggap) yang diberikan Bank BTN KCS Palembang terhadap kepuasan nasabah Bank BTN KCS Palembang.
- H₄: Ada pengaruh assurance (jaminan) yang diberikan Bank BTN KCS Palembang terhadap kepuasan nasabah Bank BTN KCS Palembang.
- H₅: Ada pengaruh empathy (empati) yang diberikan Bank BTN KCS Palembang terhadap kepuasan nasabah Bank BTN KCS Palembang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Data

Jenis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif dengan sumber data *field research* (penelitian lapangan). Data yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²⁰

Variabel penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (Y) dan kualitas pelayanan berupa wujud fisik (*tangible*) (X_1), kualitas pelayanan berupa kehandalan (*reliability*) (X_2), kualitas pelayanan berupa jaminan (*assurance*) (X_3), kualitas pelayanan berupa daya tanggap (*responsiveness*) (X_4), dan kualitas pelayanan berupa kepedulian (*emphaty*) (X_5), sebagai variabel independen (X).

3.1.2 Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Data Primer

Dapat diartikan bahwa data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung melalui kuesioner dari lokasi yang diteliti dan data berupa hasil jawaban para responden mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nabasah Pada PT. Bank BTN KC Syariah Palembang.

²⁰ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :ALFABETA.2016, hal 8.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku-buku, jurnal-jurnal, dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian.

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa dan menjadi pusat perhatian seorang peneliti.²¹ Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 1.176 nasabah dari PT Bank BTN KC Syariah Palembang.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.²² Dalam penelitian menggunakan teknik sampel *Simple Random Sampling* karena pengambilan anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Perwakilan populasi yang dijadikan sampel adalah nasabah dari Bank BTN KC Syariah Palembang yang kebetulan ditemui pada saat melakukan transaksi pada PT Bank BTN KC Syariah Palembang.

Menurut slovin untuk menentukan besarnya sampel dicari dengan menggunakan rumus:

²¹ Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung :ALFABETA. 2016, hal 80.

²² Ibid. hal 81.

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen Kelonggaran Ketidak Telitian Karena Kesalahan
Pengambilan sampel yang masih ditoleransi yaitu (0,1)

Jika diketahui jumlah populasi Bank BTN KC Syariah Palembang sebanyak 1.176 nasabah, maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{1176}{1 + (1176 \times (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{1176}{12,76}$$

$$n = 92,1$$

Dari penelitian rumus diatas, besaran sampel sebesar 92,1 dan dibulatkan sebanyak 92 responden.

3.3 Variabel-variabel Penelitian

Ada dua variabel yang digunakan yaitu, variabel yang mempengaruhi (*independent*) dan variabel yang dipengaruhi (*dependent*).

1. Variabel yang mempengaruhi (*independent variabel*) yang digunakan dalam penelitian ini kualitas pelayanan (X).
2. Variabel yang dipengaruhi (*dependent variabel*) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kepuasan nasabah (Y).

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Bukti fisik (tangibles) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Seperti : Kenyamanan tempat untuk melakukan proses pelayanan, kemudahan dalam proses pelayanan.
2. Keandalan (reliability) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Seperti : Kecermatan petugas dalam melayani nasabah.
3. Daya tanggap (responsiveness) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Seperti : Petugas/karyawan melakukan pelayanan dengan cepat, Petugas/karyawan melakukan pelayanan dengan tepat
4. Jaminan (assurance) adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Seperti : Petugas/karyawan memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan.
5. Empati (empathy) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Seperti : Petugas/karyawan melayani dengan sikap ramah, sopan dan santun.
6. Kepuasan konsumen/nasabah merupakan jika harapan konsumen terhadap produk/pelayanan dirasakan melebihi harapannya. Kepuasan nasabah merupakan penilaian nasabah terhadap jasa yang mereka rasakan pada waktu tertentu atau bisa dikatakan sebagai pengalamannya menggunakan jasa perbankan. Indikatornya : Puas dengan pelayanan yang diberikan, tidak ada komplain (keluhan) dari nasabah, kinerja bank sesuai harapan nasabah, Nasabah memiliki

pengalaman yang baik dalam proses pelayanan, pilihan yang terbaik untuk proses pelayanan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner. Kuesioner adalah merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi kesempatan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tau apa yang bisa diharapkan dari responden. Metode ini dilakukan dengan menyebarkan lembar pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada para responden yakni PT. Bank BTN KC Syariah Palembang.²³

Kuesioner dapat dihitung menggunakan 5 skala Likert yaitu:

- | | | |
|----|---------------------------|-----|
| a. | Sangat setuju (SS) | = 5 |
| b. | Setuju (S) | = 4 |
| c. | Netral (N) | = 3 |
| d. | Tidak Setuju | = 2 |
| e. | Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 |

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.²⁴

3.6 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif dapat digunakan bila penelitian hanya ingin mendeskripsikan

²³ Ibid. Hal 142

²⁴ Ibid. Hal 93

data sampel dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel diambil.²⁵

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrument pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji ini dilakukan untuk memeriksa validitas dari pernyataan pada kuesioner, apakah pernyataan tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur kuesioner tersebut.

Metode yang digunakan untuk melakukan uji validitas dalam penelitian ini adalah korelasi *bivariate pearson* (produk momen pearson). Caranya adalah dengan mengkorelasikan skor setiap item pernyataan dengan skor total (hasil penjumlahan seluruh skor item pernyataan). Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka instrument pernyataan dinyatakan valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach alpha* lebih dari 0,6. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menghitung korelasi masing-masing pernyataan pada setiap variabel. Jadi, semakin mendekati besar angka koefisien, atau semakin mendekati 1, maka pernyataan semakin reliable.

²⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :ALFABETA.2016, hal 147

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

Untuk melakukan uji asumsi klasik atas data primer, maka penelitian melakukan uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan untuk mengukur apakah dalam model regresi variabel, variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Cara untuk menggesek normalitas adalah dengan Normal Probability plot (P-Plot).²⁶

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas yaitu keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang baik mensyaratkan tidak hanya masalah multikolinieritas²⁷.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut *Homokedastisitas* dan jika varians berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain disebut *Heteroskedastisitas*.²⁸

3.9 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan peneliti dalam hal ini adalah, Analisis regresi linier berganda adalah hubungan antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). analisis ini untuk

²⁶ Singgih Santoso, SPSS, (Jakarta: Gramedia, 2004), hal. 27

²⁷ Duwi Priyanto. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariat dengan SPSS*, (Jakarta : Gava Media, 2013), hal 43

²⁸ H. Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2009)

mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tujuan penerapan metode ini adalah untuk memprediksi besaran nilai variabel terikat (*dependent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*).²⁹

Dalam persamaan regresi linier berganda menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + bX_5$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen (nilai kepuasan)

X = Variabel Independent

a = Nilai konstanta (yaitu nilai Y jika X = 0)

b = Koefisien regresi. (nilai peningkat ataupun penurunan)

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam memperjelas variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yaitu di antara nol dan satu. Nilai (R^2) kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Penggunaan koefisien determinasi menyimpang terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap ditambahkan satu variabel independen, maka (R^2) pasti meningkat, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Untuk mengevaluasi model regresi terbaik, peneliti mengacu pada nilai Adjusted(R^2). Nilai

²⁹ Siregar, Syofian. *Metode Kuantitatif : Dilengkapi dengan perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta : Kencana. 2013, hal 284

Adjusted (R^2) bisa saja naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

3.10.2 Uji Parsial (Uji-T)

Uji statistik T pada dasarnya memperlihatkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara sendiri dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dalam hal ini apakah variabel dimensi kualitas pelayanan benar-benar berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen atau nasabah. Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada Quick Look dan juga membandingkan nilai statistik T dengan titik kritis menurut tabel dengan tingkat $\alpha = 5\%$. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut.

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha (0,05)$, maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha (0,05)$, maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

3.10.3 Uji Signifikasi Simultan (Uji-F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Penelitian ini dilaksanakan melihat pada ANOVA yang membandingkan Mean of Squares dari regresi dan Mean of Squares dari residual, sehingga mendapatkan hasil yang dinamakan F hitung. Sebagai dasar pengambilan keputusan dapat digunakan kriteria pengujian sebagai berikut.

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $< \alpha (0.05)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, menyatakan bahwa semua variabel independen secara bersamaan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi $> \alpha (0,05)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, menyatakan bahwa semua variabel independen secara bersamaan dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diperoleh dari pengumpulan data yang digunakan penelitian adalah kuesioner yang disebarkan kepada nasabah Bank BTN KC Syariah Palembang sebanyak 92 orang. Karakteristik responden dikelompokkan menurut jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, yaitu sebagai berikut :

a. Karakteristik Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin nasabah Bank BTN KC Syariah Palembang yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	54	58.7	58.7	58.7
	Perempuan	38	41.3	41.3	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

(Sumber : Data primer diolah, 2021)

Berdasarkan keterangan tabel 4.1 dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah Bank BTN Syariah yang menunjukkan jumlah responden laki-laki banyak yaitu 54 orang atau 58,7% sedangkan sisanya adalah responden perempuan yaitu sebanyak 38 orang atau 41,3%. Hal tersebut menunjukkan bahwa

sebagian besar nasabah Bank BTN KC Syariah Palembang yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah laki-laki.

b. Karakteristik Nasabah Berdasarkan Usia

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh tentang usia responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.2

Usia Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 tahun	14	15.2	15.2	15.2
	31-40 tahun	46	50.0	50.0	65.2
	41-50 tahun	23	25.0	25.0	90.2
	51>	9	9.8	9.8	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

(Sumber : Data Primer diolah, 2021)

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 14 orang atau 15,2%, kemudian untuk responden yang berusia 31-40 tahun berjumlah 46 orang atau 50,0%, untuk responden yang berusia 41-50 tahun berjumlah 23 orang atau 25,0% sedangkan untuk responden yang berusia 50 tahun keatas hanya berjumlah 9 orang atau 9,8%. Hal tersebut menunjukan bahwa usia responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh usia 31-40 tahun.

c. Karakteristik Nasabah Berdasarkan Pekerjaan

Data mengenai pekerjaan responden dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.3

Pekerjaan Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	19	20.7	20.7	20.7
	Pegawai Swasta	36	39.1	39.1	59.8
	Pengusaha / Wiraswasta	23	25.0	25.0	84.8
	Pelajar / Mahasiswa	13	14.1	14.1	98.9
	Lain-lain	1	1.1	1.1	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

(Sumber : Data primer diolah, 2021)

Berdasarkan keterangan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa pekerjaan responden dalam penelitian ini yang berkerja Pegawai Negeri Sipil yaitu sebanyak 19 orang atau 20,0%, Pegawai Swasta berjumlah 36 orang atau 39,1%, kemudian Pengusaha /Wiraswasta sebanyak 23 orang atau 25,0% Pelajar/Mahasiswa sebanyak 13 orang atau 14,1%, sedangkan lain-lain hanya 1 atau 1.1%. hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini lebih banyak yang bekerja sebagai Pengusaha/Wiraswasta.

4.2 Analisis Deskriptif

Analisis statistic deskriptif digunakan untuk menggambarkan keadaan variabel-variabel penelitian secara statistik. Penelitian ini menggunakan rata-rata (mean) nilai maksimum, nilai minimum dan standar deviasi untuk menggambarkan deskripsi statistic setiap variabel. Statistic deskriptif ini menggunakan aplikasi SPSS *statistic* 25.

Tabel 4.4

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	92	6	10	7.93	1.212
X2	92	4	10	8.03	1.627
X3	92	6	10	8.23	1.039
X4	92	5	10	8.26	1.300
X5	92	6	10	8.37	1.013
Y	92	21	35	27.96	2.863
Valid N (listwise)	92				

(Sumber: data diolah 2021)

dari hasil analisis data diatas, maka dapat disimpulkan deskriptif masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Tangible (X1), Nilai minimum tangible yaitu sebesar 6 dan nilai maksimum tangible sebesar 10 yang merupakan penilaian dari seluruh responden. Nilai rata-rata tangible dari seluruh responden memberikan penilaian sebesar 7,93 yang artinya nasabah rata-rata merasa puas terhadap wujud fisik (tangible). Sedangkan standar deviasi sebesar 0,1212 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel tangible adalah sebesar 0,1212 dari 92 responden.
2. Reliability (X2), Nilai minimum reliability yaitu sebesar 4 dan nilai maksimum reliability sebesar 10 yang merupakan penilaian dari seluruh responden. Nilai rata-rata reliability dari seluruh responden

memberikan penilaian sebesar 8,03 yang artinya nasabah rata-rata merasa puas terhadap kehandalan (reliability). Sedangkan standar deviasi sebesar 0,1627 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel reliability adalah sebesar 0,1627 dari 92 responden.

3. Responsiveness (X3), Nilai minimum responsiveness yaitu sebesar 6 dan nilai maksimum responsiveness sebesar 10 yang merupakan penilaian dari seluruh responden. Nilai rata-rata responsiveness dari seluruh responden memberikan penilaian sebesar 8,23 yang artinya nasabah rata-rata merasa puas terhadap daya tanggap (responsiveness). Sedangkan standar deviasi sebesar 0,1039 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel responsiveness adalah sebesar 0,1039 dari 92 responden.
4. Assurance (X4), Nilai minimum Assurance yaitu sebesar 5 dan nilai maksimum assurance sebesar 10 yang merupakan penilaian dari seluruh responden. Nilai rata-rata assurance dari seluruh responden memberikan penilaian sebesar 8,26 yang artinya nasabah rata-rata merasa puas terhadap jaminan (assurance). Sedangkan standar deviasi sebesar 0,1300 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel assurance adalah sebesar 0,1300 dari 92 responden.
5. Empathy (X5), Nilai minimum empathy yaitu sebesar 6 dan nilai maksimum empathy sebesar 10 yang merupakan penilaian dari seluruh responden. Nilai rata-rata tangible dari seluruh responden memberikan penilaian sebesar 8,36 yang artinya nasabah rata-rata merasa puas terhadap kepedulian (empathy). Sedangkan standar deviasi sebesar 0,1013 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel empathy adalah sebesar 0,1013 dari 92 responden.
6. Kepuasan (Y), Nilai minimum kepuasan yaitu sebesar 21 dan nilai maksimum kepuasan sebesar 35 yang merupakan penilaian dari seluruh responden. Nilai rata-rata kepuasan dari seluruh responden memberikan penilaian sebesar 27,96 yang artinya nasabah rata-rata merasa puas terhadap kepuasan. Sedangkan standar deviasi sebesar

0,2863 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel tangible adalah sebesar 0,2863 dari 92 responden.

4.3 Instrumen Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid dan tidaknya kuesioner yang dibagikan kepada responden. Untuk mengetahui suatu kuesioner dapat dikatakan valid maka nilai r hitung $>$ r tabel. Dalam penelitian ini, jumlah data yang digunakan sebanyak 92 kuesioner, dengan tingkat signifikansi 5% untuk jumlah responden yang berjumlah 92 orang maka *Degree of freedom* (df) = $92 - 2 = 90$ adalah sebesar 0,205. Uji validitas ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 25. Berikut adalah hasil uji validitas :

Tabel 4.5
Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Tangible (X1)	X1.1	0,900	0,205	Valid
	X1.2	0,917	0,205	Valid
Reliability (X2)	X2.1	0,899	0,205	Valid
	X2.2	0,928	0,205	Valid
Responsiveness (X3)	X3.1	0,743	0,205	Valid
	X3.2	0,740	0,205	Valid
Assurance (X4)	X4.1	0,897	0,205	Valid
	X4.2	0,822	0,205	Valid
Empathy (X5)	X5.1	0,836	0,205	Valid
	X5.2	0,782	0,205	Valid
	Y1	0,713	0,205	Valid
	Y2	0,671	0,205	Valid
	Y3	0,381	0,205	Valid

Kepuasan Nasabah (Y)	Y4	0,532	0,205	Valid
	Y5	0,604	0,205	Valid
	Y6	0,359	0,205	Valid
	Y7	0,577	0,205	Valid

(Sumber : data diolah, 2021)

Dengan melihat tabel 4.5 dapat diketahui besarnya r-hitung dari seluruh butir pertanyaan variabel-variabel penelitian. Berdasarkan hasil perhitungan r-hitung seluruh butir pertanyaan memiliki nilai lebih besar dari r-tabel, dimana r-tabel sebesar 0,205 (rhitung-rtabel). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrument penelitian selanjutnya.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat diandalkan. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden memenuhi syarat *reliable*. Suatu kuesioner dapat dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 atau 60%. Uji reliabilitas ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic 25*. Berikut adalah hasil uji reliabilitas :

Tabel 4.6

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Tangible (X1)	0,898	Reliabel
Reliability (X2)	0,899	Reliabel
Responsiveness (X3)	0,784	Reliabel
Assurance (X4)	0,870	Reliabel
Empathy (X5)	0,839	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,721	Reliabel

(Sumber : data diolah 2021)

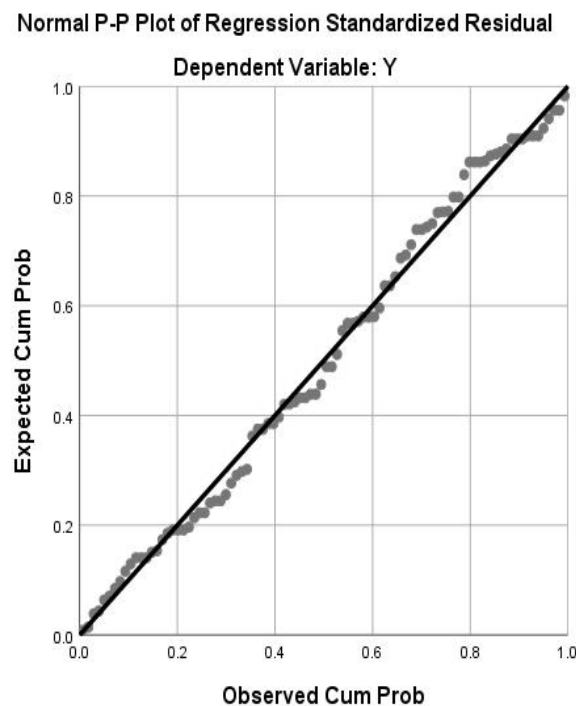
Berdasarkan tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan reliable karena koefisien *Cronbach alpha* lebih dari 0,6. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen untuk penelitian selanjutnya.

4.4 Teknik Analisis Data

4.4.1 Uji Asumsi Klasik

4.4.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Distribusi data normal, apabila menyebar pada garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dalam penelitian ini, uji normalitas ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 25. Berikut adalah hasil dari uji normalitas :



Gambar 4.1 Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 4.1 dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terdistribusi normal, karena data menyebar pada garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi ini layak untuk digunakan analisis selanjutnya.

4.4.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk menguji multikolinearitas digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Data penelitian dinyatakan bebas multikolinearitas variabel penelitian ini digunakan aplikasi SPSS *Statistic 25*.

Tabel 4.7
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.635	1.575
X2	.472	2.118
X3	.719	1.391
X4	.562	1.780
X5	.784	1.275

a. Dependent Variabel: Y

(Sumber : data diolah 2021)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa persamaan model regresi tidak mengandung masalah multikolinearitas yang artinya tidak ada korelasi diantara variabel-variabel bebas sehingga layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui bertujuan untuk mengetahui apakah ada model regresi ini terjadi ketidaksamaan varian dari residu satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residu pengamatan ke pengamatan lain berbeda berarti ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Metode yang dilakukan dengan menggunakan uji glejser, uji glejser adalah meregresikan anatara variabel bebas dengan variabel *residual absolute*, dimana apabila nilai $p > 0,05$ maka variabel bersangkutan dinyatakan bebas heteroskedastisitas variabel penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS *Statstic* 25.

Tabel 4.8

Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.947	1.203		.788	.433
X1	.195	.116	.222	1.674	.098
X2	-.078	.100	-.119	-.775	.441
X3	.039	.127	.038	.308	.759
X4	-.013	.115	-.015	-.109	.914
X5	-.057	.125	-.055	-.458	.648

a. Dependent Variable: ABS_RES

(Sumber : data diolah, 2021)

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada tabel 4.8 diperoleh hasil signifikasi X1 sebesar 0,098, X2 sebesar 0,441, X3 sebesar 0,759, X4 sebesar 0,914 dan X5 sebesar 0,648 yang lebih besar dari 0,05 sehingga artinya tidak terjadi heteroskedastisitas karena tingkat signifikan lebih dari 0,05.

4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independent*) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat (*dependent*). Model analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Uji regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic 25*.

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.729	2.234		3.012	.003
Tangible (X1)	.335	.216	.142	1.553	.124
Realibility(X2)	-.382	.186	-.217	-2.048	.044
Responsiveness (X3)	.519	.237	.188	2.193	.031
Assurance(X4)	1.075	.214	.488	5.024	.000
Empathy (X5)	1.014	.232	.359	4.365	.000

a. Dependent Variable: Y

(Sumber : data diolah,2021)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, maka model regresi yang dioleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 6,729 + 0,335 X1 - 0,382 X2 + 0,519 X3 + 1,075 X4 + 1,014 X5 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 6,729 menunjukkan bahwa ketika variabel X1,X2,X3,X4,X5 dan nilai konstan sebesar 0 maka variabel Y akan mengalami peningkatan sebesar 6,729.
- Koefisien variabel tangible (X1) sebesar 0,335 menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel tangible (X1) sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,335.
- Koefisien variabel reability (X2) sebesar -0,382 menunjukkan bahwa jika variabel Reability (X2) mengalami peningkatan 1 satuan, sedangkan X1,X2,X3,X4,X5 dan nilai konstan atau sebesar 0 maka variabel Y mengalami penurunan sebesar -0,382
- Koefisien variabel responsiveness (X3) sebesar 0,519 menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel responsiveness (X3) sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,519.
- Koefisien variabel assurance (X4) sebesar 1,075 menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel assurance(X4) sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 1,075
- Koefisien variabel empathy (X5) sebesar 1,014 menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel empathy (X5) sebesar 1 satuan, maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 1,014.

4.6 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Nilai R^2 terletak diantara 0 sampai dengan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS *Statistic* 25. Dari hasil analisis data diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.10
Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.544	.518	1.989

(Sumber : data diolah, 2021)

Berdasarkan tabel 4.10, diperoleh hasil bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,518 hal ini berarti tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy mampu menjelaskan kepuasan nasabah sebesar 51,8%, sedangkan sisanya 48,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian. Hal tersebut menjelaskan bahwa masih terdapat variabel independent lainnya yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

4.7 Uji T

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji statistik t. Uji T dilakukan menggunakan SPSS *Statistic* 25. Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

a. Pengaruh tangible terhadap kepuasan nasabah

Hasil dari pengujian hipotesis pertama adalah tangible tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berdasarkan tabel output spss "coefficients" menunjukkan bahwa nilai signifikasi variabel tangible adalah sebesar $0,124 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara tangible (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y)

b. Pengaruh reliability terhadap kepuasan nasabah

Hasil dari pengujian hipotesis kedua adalah reliability berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berdasarkan tabel output spss "coefficients" menunjukkan bahwa nilai signifikasi variabel reliability

adalah sebesar $0,044 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara reliability (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y)

c. Pengaruh responsiveness terhadap kepuasan nasabah

Hasil dari pengujian hipotesis ketiga adalah responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berdasarkan tabel output spss "coefficients" menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel responsiveness adalah sebesar $0,031 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara responsiveness (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y)

d. Pengaruh assurance terhadap kepuasan nasabah

Hasil dari pengujian hipotesis ketiga adalah assurance berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berdasarkan tabel output spss "coefficients" menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel assurance adalah sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara assurance (X4) terhadap kepuasan nasabah (Y).

e. Pengaruh empathy terhadap kepuasan nasabah

Hasil dari pengujian hipotesis kelima adalah empathy berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini berdasarkan tabel output spss "coefficients" menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel empathy adalah sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara empathy (X5) terhadap kepuasan nasabah (Y).

4.8 Uji F

Tabel 4.11
Koefisien Determinasi

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	405.764	5	81.153	20.523	.000 ^b
Residual	340.062	86	3.954		
Total	745.826	91			

a. Dependent Variable: Y

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

Hasil dari pengujian simultan menunjukkan bahwa tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan terhadap pengaruh tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah.

4.9 Pembahasan

4.9.1 Pengaruh Tangible Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil dari pengujian hipotesis pertama adalah tangible (bukti fisik) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BTN KCS Palembang. Hal ini dikarenakan pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,124. Penilaian nasabah Bank BTN KCS Palembang selaku konsumen bagi variabel tangible tidak berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh nasabah dikarenakan nasabah tidak terlalu memperhatikan penampilan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat

diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya dengan kondisi yang bersih, rapi maupun teratur.

4.9.2 Pengaruh Reliability Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil dari pengujian hipotesis kedua adalah reliability (kehandalan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh kehandalan terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,044. Kehandalan (reliability) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kehandalan pada karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, akan menanamkan rasa senang dalam setiap diri nasabah. Selanjutnya nasabah akan merasa nyaman apabila mengetahui bahwa karyawan bank yang akan melayani nasabah adalah orang yang dapat diandalkan (cepat dan tepat) dalam proses transaksi perbankan. Dengan demikian kehandalan karyawan bank dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, tepat dan akurat harus dipertahankan guna menciptakan kepuasan pada nasabah.

4.9.3 Pengaruh Responsiveness Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil dari pengujian hipotesis ketiga adalah responsiveness (daya tanggap) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,031. Daya tanggap (responsiveness) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Daya tanggap dari karyawan terhadap dapat diwujudkan dengan senantiasa memenuhi kebutuhan nasabah, membantu nasabah yang mengalami kesulitan mengisi slip, mengarahkan nasabah ke unit yang sesuai dengan kebutuhan nasabah,

peningkatan kecepatan penanganan keluhan nasabah, dan senantiasa konsisten dalam pelaksanaan pelayanan untuk kenyamanan nasabah. Dengan demikian nasabah tidak perlu menunggu pelayanan dengan waktu yang untuk menyelesaikan transaksi perbankan.

4.9.4 Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil dari pengujian hipotesis keempat adalah assurance (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh jaminan terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,000. Jaminan (assurance) adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Setiap nasabah pada dasarnya ingin diperlakukan secara baik oleh bank. Adanya jaminan bahwa nasabah yang akan dilayani secara baik oleh karyawan bank, akan memberikan rasa aman kepada nasabah, sehingga kemantapan pribadi nasabah akan bertambah. Jaminan keamanan dari bank akan membuat nasabah merasa aman dan tidak ada keraguan dalam bertransaksi.

4.9.5 Pengaruh Empathy Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil dari pengujian hipotesis pertama adalah empathy (empati) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pengaruh empati terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai signifikan kurang dari 0.05 yaitu sebesar 0,000. Empati (empathy) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Sikap karyawan bank yang memberikan perhatian dengan

menjalin hubungan secara interaktif (terus-menerus) kepada nasabah membuat nasabah merasa lebih dihargai dan merasakan adanya kedekatan antara nasabah dengan karyawan bank. Perhatian dari pihak bank terhadap nasabah memperlihatkan bahwa perusahaan memandang nasabah bukan hanya sebagai bagian dari pencarian atau perolehan keuntungan perusahaan saja. Adanya perhatian dan komunikasi yang baik dari karyawan akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal ini dikarenakan nasabah merasa diperhatikan oleh pihak bank, yaitu kebutuhan nasabah ditanggapi dengan baik oleh pihak bank.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a) Variabel tangible (X1) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya semakin baik atau tidaknya tangible maka akan mempengaruhi peningkatan kepuasan nasabah. Variabel reliability (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya semakin baik reliability maka kepuasan nasabah akan meningkat.
- a. Variabel responsiveness (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya semakin baik responsiveness maka kepuasan nasabah akan meningkat.
- b. Variabel assurance (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya semakin baik assurance maka kepuasan nasabah akan meningkat.
- c. Variabel empathy (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Artinya semakin baik empathy maka kepuasan nasabah akan meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian diatas, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan yang berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain sebagai berikut :

1. Saran bagi Bank BTN Syariah KCS Palembang
Bank BTN Syariah KCS Palembang perlu meningkatkan beberapa kualitas produknya dan mutu pelayanan sehingga dapat lebih mempengaruhi kepuasan nasabah.
2. Saran bagi Peneliti Mendatang

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumber ide serta masukan bagi pengembangan penelitian dimasa yang akan datang. Maka, peneliti selanjutnya perlu melakukan perluasan penelitian dengan cara menambah variabel-variabel independen yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.
- b. Peneliti selanjutnya tidak hanya pada satu lembaga keuangan agar hasilnya dapat dibandingkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1998 *manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Al Ariff, M Nur Rianto. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : ALFABETA CV.
- Arifin, johan. 2009. *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press.
- Bawono, Anton. 2016. *Multivariate Analysis dengan SPSS*, Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Dr. Sunardi, SE., M.Si. Sri Handayani, SE.Sy. 2014. *Kualitas Pelayanan Dalam Islam dan Kepercayaan Terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah.
- Ghozali, H.Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Semarang: Badan penerbit Universitas Diponogoro.
- Ghzali, Imam. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi pemasaran*, Jakarta : Erlangga
- Indah, dewi rosa . 2016. *pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyatitas Nasabah*. Jurnal (Manajemen dan Keuangan) Vol.5 No.2
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- Lupiyoadi, Rahmat. A. Hamdani.2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*.Jakarta : Salemba Empat
- Mubarok, Ali. 2019. *Pengaruh Pelayan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri KCM Jakarta Raya Kosambi Jakarta Barat*. Vol.2 No. 3
- Maulana, Ade Syarif. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI*. Jurnal Ekonomi Vol,7 No,2

- Nurchosyanti, Rika Novyanti, Novi Shintia. 2019. *Pengukuran Kepuasan Nasabah Customer Service Pada Pt Bank Rakya Indonesia (Persero) Tbk, Pembantu Kayu Tangi Banjarmasin*. Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol,3 No,1
- Nasfi, Rahmad, Sabri. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*. Jurnal Ekonomika Syariah. Vol,4 No,1
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Manajemen (TQM)*- Edisi Revisi, Yogyakarta: ANDI.
- Putri, Alif Khansa. 2017. Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan Harga terhadap kepuasan Nasabah BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta Perspektif Ekonomi Islam.
- Priyanto, Duwi. 2013. *Analisis Kolerasi, Regresi dan Multivariat dengan SPSS*, Jakarta : Gava Media
- Sangadji, Etta Mamang, Sopiah. 2013 *Prilaku Konsumen-Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI
- Sulaeman, Elis Reynata. 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan*. Jurnal Manajemen Vol.14 No.2
- Santoso, Singgih. 2004. *SPSS*, Jakarta: Gramedia.
- Sugiono. 2016 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Syofian. Siregar. 2013 *Metode Kuantitatif : Dilengkapi dengan perbandingan Perhitungan Manual & SSPS*, Jakarta : Kencana.
- Wiryanan, Dedik. Adi Aspian Nur. 2017. *Pengaruh Efektivitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada pelabuhan Speedboat Kayan Il Tanjung Selor*. Jurnal Feb.Unmul. Vol. 14, No,1

LAMPIRAN

Lampiran A

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK BTN KC SYARIAH PALEMBANG

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara/i Nasabah

Bank

Dengan Hormat,

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cindi Oktarina

NIM : 1805036015

Jur/Fak/PT : Perbankan Syariah/Ekonomi dan Bisnis Islam/UIN Walisongo
Semarang

Sebelumnya saya mohon maaf sudah mengganggu aktivitas Bapak/Ibu/Saudara/i. Dengan kerendahan hati saya mengharapkan kesedian bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan pendapat anda. Kuesioner ini dibuat dalam rangka menyusun skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK BTN KC SYARIAH PALEMBANG”**, untuk memperoleh gelar strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, UIN Walisongo Semarang. Sesuai

dengan kode etik penelitian, saya menjamin kerahasiaan atas data dan informasi yang diberikan kepada saya. Demikian permohonan ini saya sampaikan. Atas kerjasama dan kesediaanya dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat saya



Cindi Oktarina

Kualitas Pelayanan (X)						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	Wujud Fisik (Tangible)					
	1. Bank BTN Syariah Memiliki Fasilitas tunggu yang nyaman.					
	2. Bank BTN Syariah memiliki parkir yang luas.					
	Kehandalan (Realibility)					
	3. Dengan menggunakan produk-produk layanan Bank BTN Syariah mampu membantu secara financial.					
	4. Pegawai Bank BTN Syariah memberikan solusi atas keluhan yang diajukan nasabah.					
	Daya Tanggap (Responsiveness)					
	5. Pegawai Bank BTN Syariah berdiri menyambut nasabah memberikan senyuman dan salam.					
	6. Bank BTN Syariah memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah					
	Jaminan (Assurance)					
	7. Karyawan Bank BTN Syariah selalu bersikap profesional dalam melayani nasabah					
	8. Bank BTN Syariah Memberikan jaminan terhadap pelayanan yang nyamann, tepat dan teliti					
	Kepedulian (Emphaty)					
	9. Pegawai Bank BTN Syariah mempunyai interaksi yang baik dengan nasabah					

	10. Pegawai Bank BTN Syariah mengucapkan salam dan terima kasih					
--	---	--	--	--	--	--

Kepuasan Nasabah (Y)						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	Kepuasan Pelanggan Keseluruhan					
	11. Pelayanan di Bank BTN Syariah sangat baik dan memuaskan					
	Dimensi Kepuasan Pelanggan					
	12. Saya sangat senang dengan para pegawai bank karena sangat ramah dan cepat dalam melayani					
	Konfirmasi Harapan					
	13. Pelayanan yang diberikan pegawai sesuai dengan harapan					
	Niat Beli Uang					
	14. Fasilitas yang ada di Bank sangat lengkap sehingga nasabah akan menggunakan jasa bank kembali					
	Kesediaan Untuk Merekomendasi					
	15. Kondisi lingkungan fisik yang menunjang akan membuat kita bersedia untuk merekomendasikan pada orang					
	Ketidakpuasan Pelanggan					
	16. Pegawai tidak mempersulit Ketika hendak bertransaksi					
	Minat Berkunjung Kembali					
	17. Kualitas Pelayanan Bank BTN Syariah sudah baik sehingga membuat nasabah ingin terus menggunakan pelayanan					

Lampiran B
Tabulasi Data Mentah

N0	Tangible		Total X1	Reliability		Total X2	Responsiveness		Total X3
	Ta1	Ta2		Re1	Re2		Res1	Res2	
1	4	4	8	4	4	8	4	4	8
2	5	5	10	3	4	7	3	4	7
3	4	4	8	4	2	6	4	2	6
4	4	4	8	4	3	7	5	3	8
5	5	5	10	4	2	6	5	4	9
6	4	3	7	3	5	8	4	4	8
7	4	4	8	5	2	7	4	4	8
8	4	4	8	4	5	9	4	5	9
9	3	3	6	3	3	6	3	3	6
10	4	4	8	4	2	6	4	4	8
11	4	5	9	4	2	6	5	4	9
12	4	4	8	4	4	8	3	3	6
13	4	5	9	4	3	7	4	3	7
14	4	4	8	4	4	8	4	5	9
15	5	5	10	3	3	6	5	5	10
16	4	4	8	4	4	8	4	5	9
17	5	5	10	4	4	8	5	5	10
18	4	4	8	4	4	8	3	5	8
19	5	4	9	5	5	10	4	4	8
20	4	5	9	5	5	10	4	4	8
21	4	4	8	4	4	8	4	4	8
22	4	4	8	4	4	8	4	5	9
23	3	3	6	3	4	7	3	4	7
24	4	4	8	4	4	8	4	3	7
25	4	4	8	4	4	8	4	4	8

26	4	3	7	4	4	8	3	4	7
27	4	4	8	5	5	10	5	5	10
28	4	4	8	3	4	7	3	5	8
29	4	4	8	5	5	10	4	4	8
30	4	4	8	4	4	8	3	4	7
31	5	5	10	4	5	9	5	3	8
32	4	4	8	4	4	8	4	4	8
33	4	3	7	4	4	8	3	4	7
34	5	5	10	5	5	10	5	5	10
35	5	5	10	5	5	10	5	5	10
36	4	4	8	4	4	8	3	5	8
37	4	4	8	4	5	9	4	5	9
38	3	3	6	2	2	4	3	4	7
39	3	3	6	2	2	4	4	4	8
40	3	3	6	2	2	4	3	4	7
41	3	3	6	2	2	4	4	4	8
42	3	3	6	2	2	4	4	5	9
43	3	3	6	2	2	4	3	4	7
44	3	3	6	2	2	4	4	4	8
45	3	3	6	4	4	8	4	3	7
46	5	4	9	5	5	10	4	4	8
47	4	4	8	4	4	8	5	4	9
48	4	4	8	5	5	10	5	5	10
49	4	4	8	3	4	7	3	5	8
50	4	4	8	4	5	9	4	5	9
51	4	3	7	4	4	8	4	4	8
52	3	3	6	4	4	8	4	3	7
53	5	4	9	5	5	10	4	4	8
54	4	4	8	4	4	8	5	4	9
55	5	5	10	5	5	10	5	5	10

56	4	4	8	4	4	8	3	5	8
57	4	4	8	4	5	9	4	5	9
58	4	3	7	4	4	8	4	4	8
59	3	4	7	4	4	8	4	5	9
60	4	4	8	5	5	10	4	4	8
61	4	4	8	4	4	8	3	4	7
62	5	5	10	4	5	9	5	3	8
63	4	4	8	4	4	8	4	4	8
64	4	3	7	4	4	8	3	4	7
65	4	4	8	5	5	10	5	5	10
66	4	4	8	3	4	7	3	5	8
67	4	4	8	5	5	10	4	4	8
68	3	3	6	4	4	8	4	3	7
69	5	4	9	5	5	10	4	4	8
70	4	4	8	4	4	8	5	4	9
71	4	4	8	5	5	10	5	5	10
72	4	4	8	3	4	7	3	5	8
73	4	3	7	4	4	8	4	4	8
74	3	3	6	4	4	8	4	3	7
75	5	4	9	5	5	10	4	4	8
76	4	4	8	4	4	8	5	4	9
77	5	5	10	5	5	10	5	5	10
78	4	3	7	4	4	8	4	4	8
79	3	4	7	4	4	8	4	5	9
80	4	4	8	5	5	10	4	4	8
81	4	4	8	4	4	8	3	4	7
82	5	5	10	4	5	9	5	3	8
83	4	4	8	4	4	8	4	4	8
84	4	3	7	4	4	8	3	4	7
85	5	5	10	5	5	10	5	5	10

86	4	3	7	4	4	8	4	4	8
87	3	4	7	4	4	8	4	5	9
88	4	4	8	5	5	10	4	4	8
89	5	5	10	5	5	10	5	5	10
90	3	3	6	5	3	8	4	4	8
91	5	2	7	4	5	9	5	5	10
92	5	5	10	5	5	10	5	5	10

No	Assurance		Total X4	Empathy		Total X5
	As1	As2		Em1	Em2	
1	4	4	8	4	4	8
2	4	4	8	3	5	8
3	4	4	8	4	4	8
4	3	4	7	4	4	8
5	4	5	9	4	4	8
6	4	4	8	3	4	7
7	4	4	8	4	4	8
8	4	4	8	4	4	8
9	3	3	6	3	3	6
10	3	4	7	3	4	7
11	4	5	9	5	4	9
12	4	4	8	4	4	8
13	3	4	7	4	4	8
14	4	3	7	3	3	6
15	5	4	9	4	5	9
16	4	3	7	3	3	6
17	5	4	9	4	4	8
18	3	4	7	4	4	8

19	4	5	9	5	5	10
20	4	4	8	5	5	10
21	4	4	8	4	4	8
22	5	4	9	4	4	8
23	4	3	7	3	3	6
24	4	4	8	4	4	8
25	4	5	9	5	4	9
26	4	4	8	5	4	9
27	5	4	9	5	4	9
28	5	4	9	3	4	7
29	5	5	10	4	4	8
30	4	4	8	4	4	8
31	4	4	8	5	4	9
32	4	5	9	5	4	9
33	4	4	8	5	4	9
34	5	5	10	5	5	10
35	5	5	10	5	5	10
36	3	4	7	4	4	8
37	5	5	10	4	5	9
38	2	4	6	5	3	8
39	3	2	5	4	3	7
40	2	4	6	5	3	8
41	3	2	5	4	3	7
42	1	4	5	5	5	10
43	2	4	6	5	3	8
44	3	2	5	4	3	7
45	4	4	8	5	5	10
46	3	4	7	4	5	9
47	4	4	8	4	4	8
48	5	4	9	5	4	9

49	5	4	9	3	4	7
50	5	5	10	4	5	9
51	5	5	10	4	4	8
52	4	4	8	5	5	10
53	3	4	7	4	5	9
54	4	4	8	4	4	8
55	5	5	10	5	5	10
56	3	4	7	4	4	8
57	5	5	10	4	5	9
58	5	5	10	4	4	8
59	4	4	8	4	4	8
60	5	5	10	4	4	8
61	4	4	8	4	4	8
62	4	4	8	5	4	9
63	4	5	9	5	4	9
64	4	4	8	5	4	9
65	5	4	9	5	4	9
66	5	4	9	3	4	7
67	5	5	10	4	4	8
68	4	4	8	5	5	10
69	3	4	7	4	5	9
70	4	4	8	4	4	8
71	5	4	9	5	4	9
72	5	4	9	3	4	7
73	5	5	10	4	4	8
74	4	4	8	5	5	10
75	3	4	7	4	5	9
76	4	4	8	4	4	8
77	5	5	10	5	5	10
78	5	5	10	4	4	8

79	4	4	8	4	4	8
80	5	5	10	4	4	8
81	4	4	8	4	4	8
82	4	4	8	5	4	9
83	4	5	9	5	4	9
84	4	4	8	5	4	9
85	5	5	10	5	5	10
86	5	5	10	4	4	8
87	4	4	8	4	4	8
88	5	5	10	4	4	8
89	5	5	10	5	5	10
90	4	4	8	3	4	7
91	5	4	9	5	5	10
92	4	4	8	4	4	8

No	Kepuasan							Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
1	4	4	4	4	4	4	3	27
2	3	4	4	3	3	3	3	23
3	4	4	4	4	4	3	4	27
4	5	5	4	5	3	3	3	28
5	4	4	4	2	5	5	4	28
6	3	4	4	3	3	3	4	24
7	4	4	4	4	4	4	4	28
8	3	3	5	2	4	3	3	23
9	3	3	3	3	3	3	3	21
10	4	4	4	4	4	3	4	27
11	3	3	5	4	4	5	4	28
12	4	4	4	3	3	4	3	25

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

43	4	4	4	3	4	5	4	28
44	4	4	4	4	2	4	4	26
45	5	4	3	4	4	5	3	28
46	4	4	4	3	4	4	5	28
47	3	3	4	4	4	4	4	26
48	4	3	5	3	4	5	5	29
49	5	4	4	4	4	3	5	29
50	5	5	5	3	5	4	4	31
51	5	2	4	2	5	4	4	26
52	5	4	3	3	4	5	3	27
53	4	4	4	2	4	4	5	27
54	3	3	4	4	4	4	4	26
55	5	5	4	3	5	5	5	32
56	3	3	4	3	4	4	3	24
57	5	5	4	2	5	4	4	29
58	5	2	4	3	5	4	4	27
59	3	3	3	3	4	4	4	24
60	5	5	4	2	5	4	4	29
61	4	4	4	3	4	4	3	26
62	4	4	3	2	4	5	3	25
63	4	4	4	4	5	5	4	30
64	4	3	4	2	4	5	3	25
65	4	3	4	2	4	5	5	27
66	5	4	5	2	4	3	5	28
67	5	5	4	4	5	4	4	31
68	5	4	3	2	4	5	3	26
69	4	4	4	4	4	4	5	29
70	3	3	4	3	4	4	4	25
71	4	3	3	4	4	5	5	28
72	5	4	3	4	4	3	5	28

73	5	3	4	3	5	4	4	28
74	5	4	3	4	4	5	3	28
75	4	4	4	3	4	4	5	28
76	3	3	4	4	4	4	4	26
77	5	5	5	5	5	5	5	35
78	5	4	4	5	5	4	4	31
79	3	3	5	4	4	4	4	27
80	5	5	4	5	5	4	4	32
81	4	4	5	4	4	4	3	28
82	4	4	4	4	4	5	3	28
83	4	4	4	4	5	5	4	30
84	4	3	3	4	4	5	3	26
85	5	5	5	5	5	5	5	35
86	5	4	3	5	5	4	4	30
87	3	3	4	4	4	4	4	26
88	5	5	4	5	5	4	4	32
89	5	5	5	4	5	5	5	34
90	4	4	4	4	3	3	5	27
91	5	5	4	4	5	5	3	31
92	5	5	5	4	4	4	4	31

Lampiran C

KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	54	58.7	58.7	58.7
	Perempuan	38	41.3	41.3	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

2. Usia Responden

Usia Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 tahun	14	15.2	15.2	15.2
	31-40 tahun	46	50.0	50.0	65.2
	41-50 tahun	23	25.0	25.0	90.2
	51>	9	9.8	9.8	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

3. Pekerjaan

Pekerjaan Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	19	20.7	20.7	20.7
	Pegawai Swasta	36	39.1	39.1	59.8
	Pengusaha / Wiraswasta	23	25.0	25.0	84.8
	Pelajar / Mahasiswa	13	14.1	14.1	98.9
	Lain-lain	1	1.1	1.1	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Lampiran D

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Variabel Tangible

Correlations				
		Ta1	Ta2	Tangible
Ta1	Pearson Correlation	1	.652**	.900**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	92	92	92
Ta2	Pearson Correlation	.652**	1	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	92	92	92
Tangible	Pearson Correlation	.900**	.917**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	92	92	92

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	3

2. Variabel Reliability

Correlations				
		Re1	Re2	Realibility
Re1	Pearson Correlation	1	.670**	.899**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	92	92	92
Re2	Pearson Correlation	.670**	1	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	92	92	92
Realibility	Pearson Correlation	.899**	.928**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	92	92	92

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	3

3. Variabel Responsiveness

Correlations

		Res1	Res2	Responsiveness
Res1	Pearson Correlation	1	.099	.743**
	Sig. (2-tailed)		.349	.000
	N	92	92	92
Res2	Pearson Correlation	.099	1	.740**
	Sig. (2-tailed)	.349		.000
	N	92	92	92
Responsiveness	Pearson Correlation	.743**	.740**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	92	92	92

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	3

4. Variabel Assurance

Correlations

		As1	As2	Assurance
As1	Pearson Correlation	1	.486**	.897**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	92	92	92
As2	Pearson Correlation	.486**	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	92	92	92
Assurance	Pearson Correlation	.897**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	92	92	92

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	3

5. Variabel Empathy

Correlations

		Em1	Em2	Empathy
Em1	Pearson Correlation	1	.312**	.836**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000
	N	92	92	92
Em2	Pearson Correlation	.312**	1	.782**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000
	N	92	92	92
Empathy	Pearson Correlation	.836**	.782**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	92	92	92

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	3

6. Variabel Kepuasan Nasabah

Correlations

		Kp1	Kp2	Kp3	Kp4	Kp5	Kp6	Kp7	Kepuasa n
Kp1	Pearson Correlation	1	.566**	.065	.181	.483**	.183	.298**	.713**
	Sig. (2-tailed)		.000	.537	.085	.000	.081	.004	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92

Kp2	Pearson	.566**	1	.180	.348**	.209*	.005	.228*	.671**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000		.086	.001	.046	.963	.029	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
kp3	Pearson	.065	.180	1	.079	.071	-.148	.321**	.381**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.537	.086		.454	.504	.159	.002	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
Kp4	Pearson	.181	.348**	.079	1	.036	.001	.153	.532**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.085	.001	.454		.735	.993	.147	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
Kp5	Pearson	.483**	.209*	.071	.036	1	.401**	.241*	.604**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.046	.504	.735		.000	.020	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
Kp6	Pearson	.183	.005	-.148	.001	.401**	1	.014	.359**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.081	.963	.159	.993	.000		.896	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
Kp7	Pearson	.298**	.228*	.321**	.153	.241*	.014	1	.577**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.004	.029	.002	.147	.020	.896		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92
Kepuasan	Pearson	.713**	.671**	.381**	.532**	.604**	.359**	.577**	1
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92

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

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

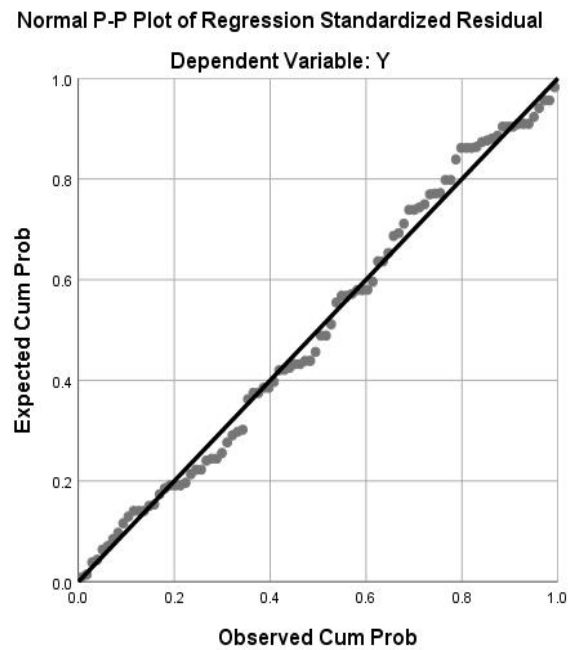
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	8

Lampiran E

UJI ASUMSI KLASIK

1. UJI NORMALITAS



2. UJI MULTILINEARITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1	(Constant)	6.729	2.234		3.012	.003		
	X1	.335	.216	.142	1.553	.124	.635	1.575

X2	-.382	.186	-.217	-2.048	.044	.472	2.118
X3	.519	.237	.188	2.193	.031	.719	1.391
X4	1.075	.214	.488	5.024	.000	.562	1.780
X5	1.014	.232	.359	4.365	.000	.784	1.275

a. Dependent Variable: Y

3. UJI HETEROSKEDASTISITA

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.947	1.203	.788	.433
	X1	.195	.116	.222	.098
	X2	-.078	.100	-.119	.441
	X3	.039	.127	.038	.759
	X4	-.013	.115	-.015	.914
	X5	-.057	.125	-.055	.648

a. Dependent Variable: ABS_RES

4. UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.729	2.234	3.012	.003
	X1	.335	.216	.153	.124
	X2	-.382	.186	-.217	.044
	X3	.519	.237	.188	.031
	X4	1.075	.214	.488	.000
	X5	1.014	.232	.359	.000

a. Dependent Variable: Y

5. KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.544	.518	1.989

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

b. Dependent Variable: Y

6. UJI PERSIAL (UJI T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.729	2.234		3.012	.003
	X1	.335	.216	.142	1.553	.124
	X2	-.382	.186	-.217	-2.048	.044
	X3	.519	.237	.188	2.193	.031
	X4	1.075	.214	.488	5.024	.000
	X5	1.014	.232	.359	4.365	.000

a. Dependent Variable: Y

7. UJI SIGNIFIKASI SIMULTAN (UJI-F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	405.764	5	81.153	20.523	.000 ^b
	Residual	340.062	86	3.954		
	Total	745.826	91			

a. Dependent Variable: Y

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

LAMPIRAN F
DOKUMENTASI PENYEBARAN KUESIONER





LAMPIRAN G
SURAT PENELITIAN BANK BTN KCS PALEMBANG

 UNTUK INDONESIA	 Sahabat Keluarga Indonesia									
Nomor : 816 / PLB/SUPP/IX/2021		Palembang, 10 September 2021								
Lamp : -										
 Kepada: Yth . Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang										
Perihal : <u>Persetujuan Penelitian</u>										
 Menindaklanjuti surat saudara No. 2745/Un.10.5/D1/PG.00.00/08/2021 tanggal 30 Agustus 2021 perihal Mohon Izin Penelitian, dengan ini kami sampaikan bahwa telah disetujuinya untuk melakukan Penelitian, Adapun data mahasiswa yang bersangkutan sbb:										
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"><thead><tr><th style="width: 25%;">NAMA</th><th style="width: 25%;">NIM</th><th style="width: 25%;">JURUSAN</th><th style="width: 25%;">FAKULTAS</th></tr></thead><tbody><tr><td>Cindi Oktarina</td><td>1805036015</td><td>S1 Perbankan Syariah</td><td>Ekonomi dan Bisnis Islam</td></tr></tbody></table>			NAMA	NIM	JURUSAN	FAKULTAS	Cindi Oktarina	1805036015	S1 Perbankan Syariah	Ekonomi dan Bisnis Islam
NAMA	NIM	JURUSAN	FAKULTAS							
Cindi Oktarina	1805036015	S1 Perbankan Syariah	Ekonomi dan Bisnis Islam							
dengan judul penelitian " Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT. BTN (Persero) Kantor Cabang Syariah Palembang "										
Demikian disampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.										
 Palembang, 10 September 2021 PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Palembang  Zainul Ishatili Hasyi Accounting Control Unit Head DBM Supporting * PALEMBANG										
  PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Palembang										
T (0711) – 354001, 353230, 365808										

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas

Nama : Cindi Oktarina
Tempat, Tanggal Lahir : Harapan Jaya, 12 Oktober 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jalan Pertamina, Desa Harapan
Jaya, Kec. Tanah Abang, Kab.
Penukal Abab Lematang Ilir,
Prov. Sumatera Selatan.

Nama Ayah : Hermanto
Nama Ibu : Minur Yana
E-mail : cindioktarina12@gmail.com



B. Riwayat Pendidikan

2006-2012 : SDN 9 Tanah Abang
2012-2015 : SMPN 1 Tanah Abang
2015-2018 : SMAN 1 Tanah Abang

C. Pengalaman Organisasi

2019-2020 : UKM KOBİ, Divisi Produksi
2019-2020 : PMII Rayon Ekonomi, Divisi Lembaga Ekonomi
kreatif
2020-2021 : ORDA KEMMAS, Divisi Humas

Semarang, 8 Desember 2021

Penulis

Cindi Oktarina