

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS INFORMASI
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman)**

SKRIPSI

Disusun Guna Menyempurnakan Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S.1) dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh:

RIDWAN SAMIUL MUJIB

NIM 1705036135

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

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi A.n. Sdra. Ridwan Samiul Mujib

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini. Saya kirim naskah Skripsi saudara:

Nama : Ridwan Samiul Mujib

NIM : 1705036135

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pati Sudirman)**

Demikian ini saya mohon kiranya Skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terima kasih. Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 12 Desember 2022

Pembimbing I

Pembimbing II



Johan Arifin, S.Ag., MM.

NIP. 19710908 200212 1 001



Arif Afendi, S.E., M.Sc

NIP. 19850526 201503 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
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

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Ridwan Samiul Mujib
NIM : 1705036135
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal 28 Desember 2022 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana (Strata 1/S1) pada Ilmu Perbankan Syariah

Semarang, 05 Januari 2023

Ketua Sidang

Drs. Zaenuri, MH
NIP. 19610315 199703 1 001

Penguji Utama I

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

Pembimbing I

H. Johan Arifin, S.Ag., MM.
NIP. 19710908 200212 1 001

Sekretaris Sidang

Arif Afendi, SE., M. Sc
NIP. 19850526 201503 1 004

Penguji Utama II



Fita Nurotul Faizah, M.E
NIP. 19940503 201903 2 026

Pembimbing II

Arif Afendi, SE., M. Sc
NIP. 19850526 201503 1 004

MOTTO

وَمَا أُبْرِئُ نَفْسِي ۚ إِنَّ النَّفْسَ لَأَمَّارَةٌ بِالسُّوءِ إِلَّا مَا رَحِمَ رَبِّي ۗ إِنَّ رَبِّي غَفُورٌ رَحِيمٌ

Dan aku tidak membebaskan diriku (dari kesalahan), karena sesungguhnya nafsu itu selalu menyuruh kepada kejahatan, kecuali nafsu yang diberi karunia oleh Tuhanku. Sesungguhnya Tuhanku Maha Pengampun lagi Maha Penyanyang.
(QS. Yusuf: 53)

الْمُؤْمِنُ يَأْلَفُ وَيُؤْلَفُ، وَلَا خَيْرَ فِيمَنْ لَا يَأْلَفُ، وَلَا يُؤْلَفُ، وَخَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

Seorang mukmin itu mudah bergaul dan mudah didekati. Tidak ada kebaikan pada orang yang tidak bergaul dan tidak mudah didekati. Sebaik-baik manusia adalah orang yang paling bermanfaat dari mereka untuk manusia.
(HR. Al-Qadlaa'iy dalam Musnad Asy-Syihab No. 129, Ath-Thabaraaniy dalam Al-Ausath No. 5758)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan karunia, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menuntaskan skripsi ini. Shalawat dan salam, senantiasa penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW. Atas terlewatnya skripsi ini, penulis mempersembahkan sebagai penghargaan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak H. Suradi dan Ibu Hj. Sumirah dengan sepenuh hati mencintai dan membimbing saya, tidak pernah putus untuk mendoakan saya. Mudah-mudahan Allah SWT memberikan kesehatan dan umur panjang serta keberkahan dihidupnya, amin.
2. Ketiga kakak saya, Siti Aminah, Sholihul Huda, dan Setiorini yang telah memberikan saya kekuatan serta dukungannya. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan keberkahan didunia maupun diakhirat, amin.
3. Kedua dosen pembimbing yang telah mendampingi dalam menuntaskan skripsi saya, Bapak Johan Arifin, S.Ag., MM dan Bapak Arif Afendi, SE., M.Sc yang telah sabar dalam membimbing dan mengusahakan yang terbaik untuk saya, mudah-mudahan Allah SWT memberikan keberkahan kepada bapak, amin.
4. Keluarga besar yang telah mendoakan dan memberikan nasihat-nasihat kepada saya.
5. Teman-teman baik saya, Nisa, Resha, Amar, Shofa, mas Taufiq, mas Syukron, mas Fahim, mas Yandi, mas Tafid, dan mas Muiz yang telah menjadi orang baik untuk hidup saya, kontribusi saya dalam menjalani hidup diperantauan, kontribusi saya dalam menuntaskan skripsi saya, dan terima kasih untuk tetap berjalan disamping saya sampai saat ini
6. Keluarga besar Jamiyyatul Qurro' Wal Huffadz (JQH El-Fasya dan El-Febi's) yang telah memberikan saya wawasan yang luas disamping perkuliahan, pelajaran hidup yang luar biasa, dan yang telah mewarnai hidup saya semasa menjalakan perkuliahan
7. Keluarga besar S1 Perbankan Syariah kelas D angkatan 2017

8. Kepada semua pihak yang sudah banyak kontribusi saya hingga tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

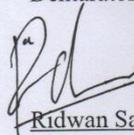
Terima kasih atas semuanya

DEKLARASI

Penulis menyatakan bahwa skripsi yang telah diselesaikan tidak memuat substansi yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, dan bahwa itu adalah benar-benar hasil karya penulis. Pernyataan ini dijadikan dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab. Demikian pula gagasan orang lain tidak termasuk dalam skripsi ini, kecuali informasi dalam referensi yang digunakan sesuai dengan etika ilmiah yang berlaku.

Semarang, 16 Desember 2022

Deklarator



Ridwan Samiul Mujib

NIM. 1705036135

PEDOMAN TRANSLITERASI

Penafsiran literal penting dalam skripsi dengan alasan bahwa secara kesemuaan banyak ungkapan bahasa Arab, nama individu, judul buku, nama organisasi, dll yang awalnya ditulis dalam huruf Arab harus direplikasi menjadi huruf Latin. Satu transliterasi harus didefinisikan sebagai berikut untuk memastikan konsistensi:

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

أ = a

إ = i

و = u

C. Diftong

ay = اي

aw = او

D. Syaddah(-)

Melambangkan *Syaddah* dengan menggunakan konsonan ganda (ّ).

E. Kata Sandang(...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al...* misalnya الصناعات = *al-shina'ah*.

Menulis *Al* menggunakan huruf kecil kecuali jika letaknya pada awal kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Pada *ta' marbutah* dituliskan dengan huruf "h" misalnya الطب وبيوت المعيشة = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kualitas informasi. Penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pati Sudirman. Penelitian ini didasari adanya *reseach gap* yang terjadi di BSI KC Pati Sudirman antara pihak bank dan nasabah. pihak bank menyatakan telah memberikan layanan dan informasi yang baik dan spesifik kepada nasabah, akan tetapi nasabah menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan pihak bank terbilang kurang responsif dan informasi yang disampaikan kurang spesifik.

Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif yang mana pengujian hipotesis menggunakan uji T dan uji F. tehnik pengumpulan data dengan cara observasi, pembagian kuesioner dan studi pustaka. pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan tehnik *probability sampling (simple random sampling)* dengan *margin of error* 10% maka jumlah sampel yang diperoleh adalah 100 orang dari populasi sebanyak 5.164 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 4,470 lebih besar dari t tabel 1,198, nilai koefesien adalah positif sebesar 0,322 dan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 dan variable kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 5,125 lebih besar dari t table 1,198, nilai koefesien adalah positif sebesar 0,318 dan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05.

Kata kunci : ***Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, Kepuasan Nasabah, BSI***

ABSTRACT

This study aims to investigate how customer satisfaction is influenced by service quality and information quality. This research was conducted at Bank Syariah Indonesia Pati Sudirman Branch Office. This research is based on the research gap that occurred at BSI KC Pati Sudirman between the bank and the customer. the bank stated that it had provided good and specific services and information to customers, but customers stated that the services provided by the bank were somewhat unresponsive and the information conveyed was less specific.

The type of research used is using quantitative research methods with descriptive analysis in which hypothesis testing uses the T test and F test. Data collection techniques are by means of observation, distribution of questionnaires and literature study. Sampling in this study used a probability sampling (siple random sampling) technique with a margin of error of 10%, so the number of samples obtained was 100 people from a population of 5,164 people. The results of this study indicate that the service quality variable has a positive and significant effect on customer satisfaction by 4.470 greater than t table 1.198, the coefficient value is positive by 0.322 and the significance value is 0.00 less than 0.05 and the information quality variable has a positive effect and significantly to customer satisfaction of 5.125 greater than t table 1.198, the coefficient value is positive at 0.318 and a significance value of 0.00 is less than 0.05.

Keywords : Service Quality, Information Quality, Customer Satisfaction, BSI

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan karunia, hidayah serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menuntaskan skripsi ini. Shalawat dan salam, senantiasa penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menuntaskan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pati Sudirman)”. Penyusunan skripsi ini dilakukan untuk menyempurnakan syarat guna menuntaskan pendidikan strata 1 (S1) dalam jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis sangat menyadari bahwa cara yang paling umum untuk menggabungkan skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan baik berupa arahan, dukungan maupun perhatian dari beberapa pihak. Kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. Muhammad Saifullah, M.Ag sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Heny Yuningrum, S.E., M.Si sebagai Kajur Perbankan Syariah dan Muyassarah, M.Si. sebagai Sekjur Perbankan Syariah serta staf-staf ahli program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Johan Arifin, S.Ag., MM. sebagai dosen pembimbing I dan Arif Afendi, SE., M.Sc sebagai pembimbing II yang telah sabar dalam membimbing dan mengusahakan yang terbaik dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Semua bapak ibu dosen Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, yang telah berdedikasi memberikan ilmunya kepada penulis.

6. Alaik Teguh H Selaku Operasional Staff Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pati Sudirman yang telah mebantu dalam menuntaskan skripsi ini dengan memberikan izin untuk dilakukan penelitian.
7. Semua pihak yang telah kontribusi dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak bias disebutkan satu per satu.

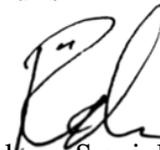
Penulis berpendapat bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu, penulis akan sangat menghargai kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi mereka yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 19 Desember 2022

Penulis



Ridwan Samiul Mujib

NIM. 1705036135

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
DEKLARASI.....	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1. Tujuan.....	7
1.3.2. Manfaat	7
1.4 Sistematika Penulisan	8
1.5 Penelitian Terdahulu	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori.....	12
2.1.1 Bank Syariah	12
2.1.2 Perilaku Konsumen	14
2.1.3 Kualitas Layanan	18
2.1.4 Kualitas Informasi	22
2.1.5 Kepuasan Nasabah.....	25
2.2 Kerangka Pemikiran	29
2.3 Hipotesis	31

2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah	31
2.3.2 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Jenis dan Penelitian	33
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.2.1 Populasi	33
3.2.2 Sampel	33
3.3 Metode Pengumpulan Data	35
3.3.1 Data Primer	35
3.3.2 Data Sekunder	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1 Kuesioner	35
3.4.2 Observasi	36
3.5 Operasional Variabel Penelitian	36
3.6 Tehnik Analisa Data	37
3.6.1. Uji Instrumen Data	37
3.6.2. Analisis Deskriptif	38
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	38
3.6.4. Analisis Regresi Linier Berganda	40
3.6.5. Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Penelitian	43
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman	43
4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman	44
4.1.3 Struktur Organisasi	45
4.1.4 Filosofi Logo BSI	46
4.1.5 Produk-Produk Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman	47
4.2 Deskripsi Responden	50
4.2.1 Jenis kelamin	50
4.2.2 Usia	50
4.2.3 Pekerjaan	51
4.2.4 Agama	52

4.2.5 Lamanya Menjadi Nasabah	52
4.3 Analisis Statistik Deskriptif	53
4.4 Uji Instrumen Penelitian	54
4.4.1 Uji Validitas	54
4.4.2 Uji Reliabilitas	56
4.5 Uji Asumsi Klasik	57
4.5.1 Multikolonieritas	57
4.5.2 Normalitas	58
4.5.3 Heteroskedastisitas	60
4.6 Uji Analisis Data	61
4.6.1 Uji F	61
4.6.2 Uji Hipotesis (Uji t)	62
4.6.3 Analisis Regresi Berganda	64
4.6.4 Koefesien Determinasi	65
4.7 Analisis dan Pembahasan	66
4.7.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah	66
4.7.2 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah	67
BAB V PENUTUP	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran	68
5.3 Penutup	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4. 1 Bagan Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia.....	46
Gambar 4. 2 Bagan Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pati Sudirman.....	46
Gambar 4. 3 <i>Normal Probability Plot</i>	59
Gambar 4. 4 Histogram.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jaringan Bisnis dan Wilayah Operasi Bank Syariah Indonesia (BSI) ...	1
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2. 1 Dimensi Kualitas Layanan.....	21
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	36
Tabel 3. 2 Indikasi Variabel	36
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden.....	50
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	51
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden.....	51
Tabel 4. 4 Agama Responden.....	52
Tabel 4. 5 Lama Menjadi Nasabah Resdponden	53
Tabel 4. 6 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji Realiabilitas.....	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolonieritas	58
Tabel 4. 10 Hasil Uji Kologorov-Smirnov.....	60
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser	61
Tabel 4. 12 Hasil Uji Statistik F.....	62
Tabel 4. 13 Hasil Uji Statistik T.....	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2).....	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	73
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	78
Lampiran 3 Hasil Uji SPSS	88
Lampiran 4 Surat Keterangan Penelitian	98
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian.....	99

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bank syariah berdiri sebagai bank yang berbasis nilai dengan berperinsip syariah yaitu sesuai dengan hukum-hukum Islam dan terbebas dari riba. Dalam operasional perbankan syariah, dasar-dasar suatu akad yang menjadi pilar telah mendapatkan pengaturan. Munculnya keinginan mayoritas umat Islam untuk mengamalkan Islam secara kaffah, termasuk dalam bidang ekonomi, merupakan salah satu perkembangan yang signifikan dalam muamalah. Hal ini terbukti dalam dunia perbankan, dimana hukum syariah menjadi landasan bagi operasional bisnisnya, oleh karena itu kita mengenal keberadaan bank syariah (perbankan syariah).¹

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Keunggulan ketiga bank syariah tersebut akan digabungkan dalam merger ini untuk memberikan kapasitas permodalan yang lebih baik, jangkauan yang lebih luas, dan layanan yang lebih komprehensif. Bank Syariah Indonesia didorong untuk bersaing secara global berkat sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, dan BRI) dan komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN.²

Tabel 1.1 Jaringan Bisnis dan Wilayah Operasi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Jenis Kantor	Jumlah
Kantor Wilayah	10
Kantor Cabang (KC)	272
Kantor Cabang Pembantu (KCP)	972
Kantor Fungsional Operasional (KFO) Gadai	44
Kantor Fungsional Operasional (KFO) Mikro	3

¹ Anshori, Abdul Ghofur, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007, cetakan pertama, hlm. 24.

² Bank Syariah Indonesia http://www.ir-bankbsi.com/corporate_history.html di akses pada tanggal 06-07-2021.

Kantor Kas (KK)	74
Payment Point (PP)	176
KFNO	0
Konter Layanan Priority	60
Konter Layanan Gadai	530
Konter Layanan Mikro	244
Layanan Syariah Bank (LSB)	4.667
Anjungan Tunai Mandiri	2.618

Sumber: Annual Report BSI 2021

Salah satu bank syariah terbesar di Indonesia saat ini adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI sekarang memiliki 2.618 Anjungan Tunai Mandiri (ATM), 272 kantor cabang, 972 kantor cabang pembantu, 10 kantor wilayah, 74 kantor kas, 60 konter layanan priority, 530 kantor layanan gadai, 244 konter layanan mikro dan 176 payment point yang tersebar di semua provinsi Indonesia.

Konsumen muslim memilih jalan yang dihalalkan oleh Allah SWT dengan tidak memilih barang haram, pelit, atau rakus agar hidupnya selamat, baik, dan akhirat. Masyarakat mulai menyadari bahwa mereka dapat menyeimbangkan kebutuhan agama dan duniawi dengan memilih secara selektif. Urusan akhirat harus tetap didahulukan meski sedang menjalankan dunia.

Beberapa factor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, antara lain: faktor budaya, keluarga, kelas sosial, situasi dan pengaruh pribadi. Kemudian factor internal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen seperti sumberdaya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, keperibadian dan gaya hidup serta sikap. Kemudian perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh factor psikologi berdasarkan pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku. Perilaku konsumen harus mencerminkan hubungannya dengan Allah swt dalam Islam.³

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan

³ Dr. Mashur Razak, *Perilaku Konsumen*, Makassar: Alaudin University Press, 2016, cetakan I, hlm. 5

konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen tersebut pada saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa, pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi barang atau jasa tersebut serta pengalaman teman-teman yang telah mengkonsumsi barang atau jasa tersebut dan periklanan.⁴

Salah satu bank syariah, Bank Syariah Indonesia (BSI), selalu menawarkan layanan terbaik untuk memastikan eksistensinya di sektor perbankan syariah Indonesia. Dalam penelitian terdahulu oleh Intan Kamila (2017) mengatakan bahwa bank bersaing untuk menyediakan bisnis yang berkelanjutan dan komprehensif untuk menghasilkan output yang menyempurnakan kebutuhan pelanggan seiring dengan semakin populernya perbankan syariah. Dengan kata lain, BSI harus mampu meningkatkan nilai pelanggan dengan menghasilkan produk dan layanan unggulan yang bermutu tinggi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.⁵

Dalam kegiatannya nasabah mempertimbangkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan dalam menggunakan Bank Syariah Indonesia diantaranya kualitas layanan dan kualitas informasi. Layanan yang diberikan oleh BSI tentu mempunyai kelebihan dan kekurangan. Salah satu

⁴ Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press, 2019, cetakan pertama, hlm. 82

⁵ Kamila. Intan, “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug)*” Perputakaan UIN Syarif Hidayatullah, 2017, hlm. 31.t.d.

kelebihan produk BSI adalah dapat berinvestasi setelah bertransaksi di ATM berkat fitur BSI *Mobile Banking*. Dari segi kekurangannya, BSI *Mobile Banking* sering mengalami kesalahan sistem saat dioperasikan, dan karena hanya sedikit *merchant* yang menerima BSI, sedikit ada diskon jika menggunakan kartu debit BSI, Rp. 1.500 hingga 6.500 untuk setiap transaksi yang lakukan lewat BSI *Mobile Banking*. Agar dapat bersaing dengan bank syariah maupun bank konvensional lainnya, kekurangan layanan BSI dapat dijadikan landasan untuk meningkatkan kualitas layanannya. Semakin baik layanannya, semakin besar kemungkinan mereka akan mempertahankan dan memuaskan nasabah.

Menurut Kasmir (2008) menyatakan bahwa penentuan lokasi bagi industri perbankan lebih ditekankan kepada lokasi kantor cabang. Penentuan lokasi kantor cabang dilakukan untuk cabang utama, cabang pembantu atau kantor kas. Penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini bertujuan agar nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada.⁶

Tingkat pelayanan yang dijelaskan oleh Parasuraman (2000) didasarkan pada perbandingan antara apa yang seharusnya disediakan dan apa yang sebenarnya disediakan. Untuk meningkatkan kemampuan layanan mereka, bisnis dengan kualitas layanan tingkat tinggi, khususnya, mengembangkan dua sistem informasi penting. Untuk motivasi manajemen dan karyawan, yang pertama adalah sistem informasi yang mengumpulkan data tentang kinerja layanan. Kedua, system informasi yang menyebarkan informasi yang bernilai bagi pelanggan.⁷

Kualitas informasi adalah faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Kualitas informasi juga sangat penting dalam industri perbankan. Dalam Dian Septiayu (2013) mengutip dari Negash *et al.* (2003) juga memiliki sudut pandang yang berbeda dalam penjelasannya bahwa nilai output informasi yang dihasilkan sistem mempengaruhi kualitas informasi. Berdasarkan

⁶ Dr. Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2008, revisi cetakan ketiga. hlm. 67.

⁷ A Parasuraman, "Technology Readiness Index (TRI): A Multiple Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies," *Journal of Service Research*, 2000. hlm. 83.

sudut pandang ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas informasi adalah metrik yang menekankan baik nilai keluaran bagi pengguna maupun keluaran yang dihasilkan oleh sistem.⁸

Menurut Meilany dan Sugiarti (2022) dalam penelitiannya menyatakan bentuk penilaian atas rencana, kegiatan, usaha, dan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen dan agar tercapai rasa senang dan puas dari konsumen sehingga konsumen dapat menggunakan layanan dan informasi perusahaan. Dari sisi keragaman produk perbankan, kualitas layanan dan kualitas informasi, industri perbankan Indonesia berkembang pesat, dinamis, dan modern. Tidak hanya di negara maju, tetapi juga di negara berkembang seperti Indonesia, perkembangan perbankan semakin mendominasi perekonomian dan kegiatan usaha suatu negara. Perkembangan teknologi informasi menjadikan persaingan bisnis global semakin sulit dan kompetitif. Perusahaan di bidang perbankan yang saat ini menjalankan usahanya menghadapi ancaman dari banyaknya pesaing baru yang bermunculan.⁹

Dalam pelaksanaan kinerja bank syariah terdapat beberapa hambatan antara lain yaitu mengenai keluhan masyarakat terhadap fasilitas pelayanan yang kurang efisien seperti ketersediaan kantor-kantor cabang ataupun ATM yang jumlahnya masih kurang dibandingkan dengan bank konvensional sehingga masyarakat terutama wilayah pedesaan merasa kesulitan. Kemudian masih minimnya program sosialisasi kepada masyarakat khususnya mahasiswa, tokoh masyarakat, ulama, dan berbagai tokoh akademisi.

Peneliti mengambil studi kasus dari Bank Syariah Indonesia (BSI), tepatnya pada Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman. dikarenakan dari pra riset yang telah dilakukan oleh peneliti, didapatkan data mengenai pihak bank dan nasabah memberikan pernyataan yang berbeda terkait layanan dan informasi yang

⁸ Fendini, Dian Septiayu. *et. al*, *Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna (Survei Pada Karyawan Pengguna Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat Di PT. PLN (Persero) Area Malang*, Universitas Brawijaya Malang, 2013. hlm. 4.

⁹ Any Meilany dan Dian Sugiarti, *Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Universitas Terbuka, 2022, hlm. 2.

ada di Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman tersebut. Pihak bank berpendapat telah memberikan kualitas layanan dan kualitas informasi dengan baik. Berbeda dengan nasabah yang mengaku bahwa layanan di Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman kurang responsif dalam memberikan layanan, kurangnya pemberitahuan mengenai perubahan sistem BSI maupun informasi lainnya mengenai BSI seperti jam pelayanan, ATM dan lainnya. Hal tersebut memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah, dimana ada beberapa nasabah yang akhirnya memilih pindah ke bank lain.

Selain itu, semakin banyaknya persaingan dalam industri jasa perbankan memaksa Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman untuk mencari strategi yang paling tepat guna memenangkan persaingan. Salah satu strategi untuk meraih kesuksesan dalam industri jasa perbankan adalah dengan cara menciptakan kepuasan nasabah. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman sangat memprioritaskan kualitas layanan dan kualitas informasi dengan memberikan pelayanan dan informasi unggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing yang tentunya akan berakibat pada kepuasan yang diperoleh nasabah.

Menurut penelitian sebelumnya oleh Adhitya Rinaldi dan Suryono Budi Santoso (2018), Kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan. Akan tetapi, menurut temuan Sania Kharismawani (2020), mengungkapkan bahwa kualitas sistem dan kualitas informasi tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah dan hasil kualitas layanan sama dengan penelitian Adhitya dan Suryono yakni berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai kualitas layanan dan informasi yang ada di Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti mengangkat judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah” (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman)**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, berikut adalah rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di KC Pati Sudirman?
2. Apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di KC Pati Sudirman?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan

1. Mengetahui apakah kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.
2. Mengetahui apakah kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman dapat dipengaruhi oleh kualitas informasi.

1.3.2. Manfaat

1. Manfaat Praktis
 - Hasil penelitian mengenai kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan dan kualitas informasi dapat digunakan oleh Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman sebagai informasi atau masukan bagi manajemennya.
 - Dapat digunakan sebagai media bacaan yang memuat kajian-kajian yang khas bersifat ilmiah dan dimaksudkan sebagai tambahan informasi bagi UIN Walisongo Semarang, khususnya sebagai tambahan dan literatur di bidang perbankan syariah..

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat kontribusi sebagai mekanisme untuk mengumpulkan data dan sumber referensi yang berhubungan dengan mata pelajaran yang mempertimbangkan pemeriksaan lebih lanjut, baik korelatif maupun berproses.

1.4 Sistematika Penulisan

Hasil penelitian ini disusun menjadi laporan penelitian dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab I pendahuluan membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II membahas tentang pengertian bank syariah Indonesia, kualitas pelayanan, kualitas sistem, kualitas informasi, dan kepuasan nasabah hanyalah beberapa variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab III ini berisi konfigurasi penelitian, jenis eksplorasi, pengaturan umum pemeriksaan, populasi dan pengujian, sumber informasi, strategi pemilihan informasi dan instrumen eksplorasi serta investigasi informasi..

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV ini berisikan pembahasan singkat tentang temuan penelitian serta pembahasan data dan pengujian hipotesis disertakan..

BAB V : PENUTUP

Pada bab V ini mencakup pembahasan singkat tentang temuan penelitian serta data dan pengujian hipotesis.

1.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat kontribusi untuk mengetahui bagaimana strategi pemeriksaan dan hasil eksplorasi diselesaikan. Saat menulis dan menganalisis suatu penelitian, peneliti menggunakan penelitian sebelumnya sebagai tolak ukur. Tujuan dari penelitian sebelumnya adalah untuk menentukan apakah tindakan penulis itu benar atau salah.

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Analisis	Perbedaan Penelitian
1	Intan Kamila, 2017	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Jakarta Simprug)	Hasil analisis menunjukkan bahwa kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk dan layanan.	<ul style="list-style-type: none">- Kualitas produk- Obyek penelitian
2	Adhitya Rinaldi dan Suryono Budi Santoso (2018)	Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	<ul style="list-style-type: none">- Kualitas sistem- Minat beli ulang- Obyek penelitian

		Traveloka di Kota Semarang)		
3	Sania Kharismawani (2020)	Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan Dan Keamanan Dan Kerahasiaan Data Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Internet Banking	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, keamanan dan kerahasiaan data tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah akan tetapi kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah	<ul style="list-style-type: none"> – Kualitas sistem – Keamanan dan kerahasiaan data – Pengguna layanan internet banking
4	William Frado Pattipeilohy , Ade Priyatna dan Sanwani (2021)	Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna dan Manfaat Bersih Sistem <i>Electronic Document (E-Docs) Pada Life Insurance</i>	Kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan. Sedangkan pada uji simultan variabel kualitas layanan menunjukkan tidak adanya hubungan positif dan signifikan terhadap	<ul style="list-style-type: none"> – Kualitas sistem – Manfaat bersih sistem elektronik document (E-Docs) pada Life Insurance

			manfaat bersih sistem <i>Electronic Document (e-docs)</i> .	
5	Any Meilani dan Dian Sugiarti (2022)	Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia	Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa <i>Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Emphaty, dan Responsiveness</i> sebagai dimensi kualitas layanan Bank Syariah Indonesia dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap <i>Costumer Satisfaction</i> (kepuasan nasabah)	<ul style="list-style-type: none"> – Kualitas informasi – Obyek penelitian lebih umum

Berdasarkan tabel penelitian terdahulu diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian di bidang ini menarik untuk dikaji lebih lanjut karena masih sedikit literatur yang membahas tentang Bank Syariah Indonesia. Oleh karena itu, dua aspek yang mempengaruhi kepuasan nasabah salah satunya yaitu kualitas layanan dan kualitas informasi dalam perbankan menjadi fokus kajian ini. Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman dipilih sebagai subjek penelitian ini. Diharapkan penelitian ini akan menawarkan saran untuk menjadikan perbankan lebih berkelanjutan, sesuatu yang belum pernah dilakukan sebelumnya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Bank Syariah

Menurut versi bank syariah Indonesia, kata "Syariah" berarti aturan perjanjian antara bank dengan pihak lain sesuai dengan hukum Islam. Aturan tersebut antara lain mengutamakan prinsip syariah dalam hal penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha. Istilah bank berasal dari bahasa Prancis (*Banque*) dan Italia (*Banca*) untuk peti, lemari, atau bangku. Pengertian ini mencakup penjelasan tentang peranan bank konvensional sebagai alat transaksi atau pembayaran atas pembelian barang dan jasa, serta sebagai tempat penyimpanan uang yang aman.¹⁰

Menurut Edy Wibowo (2005) dalam bukunya, bank yang menganut prinsip syariah sebagai pedoman dalam menjalankan kegiatan operasionalnya disebut sebagai bank syariah atau bank syariah. Sistem kerja bank ini menyinggung pengaturan yang tertuang dalam Alquran dan hadis.¹¹ Menurut Sudarsono (2008), bank syariah adalah lembaga keuangan yang operasi utamanya meliputi penyediaan pembiayaan dan jasa lainnya berdasarkan prinsip syariah untuk pergerakan uang dan pembayaran.¹²

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang operasinya mematuhi hukum Islam dan tidak membebankan bunga kepada nasabah. Akad dan kesepakatan antara nasabah dan bank syariah menentukan imbalan yang diberikan atau diberikan kepada nasabah. Perjanjian perbankan syariah harus mematuhi persyaratan dan pilar kontrak yang diatur oleh hukum

¹⁰ M. Syafi'i Antonio, "*Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*", Jakarta: Pustaka Alfabeta, 2006, Cetakan ke 4 hlm. 2.

¹¹ Wibowo. Edy, "*Mengapa Memilih Bank Syariah?*", Bogor: Ghalia Indonesia, 2005. Cetakan I, hlm. 33

¹² Heri Sudarsono, "*Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah.*", Yogyakarta: FE UII, 2008, edisi keempat, hlm. 22.

Islam.¹³Sementara itu, UU No. Pasal 1 UU 21 Tahun 2008 menjelaskan bahwa perbankan syariah meliputi semua aspek bank syariah dan unit usaha syariah, termasuk kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan prosedur pelaksanaannya.¹⁴

Dapat ditarik kesimpulan bahwa bank syariah adalah lembaga penyedia jasa keuangan yang berfungsi sebagai perantara dalam proses penghimpunan dana dari masyarakat kemudian menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan syariah dan diatur secara hokum.

Konflik antara bunga bank dan riba menjadi pendorong lahirnya bank syariah. Hubungan antara bank dan nasabahnya di bank syariah adalah mitra investor dan pedagang, sedangkan hubungan antara nasabah di bank konvensional biasanya adalah kreditur dan debitur. Aspek-aspek teknis penerimaan uang, mekanisme transfer teknologi komputer, syarat-syarat umum untuk memperoleh pembiayaan, dan aspek-aspek lainnya semuanya dimiliki oleh bank syariah dan konvensional dalam beberapa cara.¹⁵

Masyarakat umum sebagai nasabah administrasi saat ini semakin spesifik dalam memilih bank untuk menyimpan asetnya agar terhindar dari pertaruhan kehilangan aset karena eksekusi bank yang tidak menguntungkan. Dalam hal ini, aspek terpenting yang dibutuhkan bank untuk berhasil dalam persaingan adalah keamanan, kepercayaan, dan layanan. Karena industri perbankan merupakan industri jasa yang dilandasi kepercayaan terhadap kualitas layanan yang diberikan, maka masalah kualitas layanan menjadi faktor utama keberhasilan industri ini.

¹³ Andrianto and Muhammad Anang Firmansyah, *Buku Manajemen Bank Syariah*, Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019, Cetakan Pertama, hlm. 26.

¹⁴ Wiroso, *Produk Perbankan Syariah*, Jakarta: PT. Sardo Sarana Media, 2011, Cetakan pertama, hlm. 45.

¹⁵ M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Suatu Pengenalan Umum*, Jakarta: Tazkia Intitute, 2000, hlm.87.

2.1.2 Perilaku Konsumen

Kegiatan individu yang terlibat langsung dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa, termasuk proses pengambilan keputusan dalam persiapan dan penetapan kegiatan tersebut, disebut sebagai “perilaku konsumen”.¹⁶

The American Marketing Association mendefinisikan perilaku konsumen dalam Setiadi (2008) sebagai interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan aktivitas pertukaran dalam kehidupannya.¹⁷

Suatu tindakan yang secara langsung terlibat dalam memperoleh, menggunakan (menggunakan atau mengkonsumsi), dan menghabiskan produk (barang dan jasa), serta proses yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut, dianggap sebagai "perilaku konsumen".¹⁸

Di dalam Al-quran telah dijelaskan bahwa perilaku konsumen itu tidak boleh berlebihan yang mana tercantum dalam QS. An-Nisa (4): 5:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ

قَوْلًا مَّعْرُوفًا

Artinya:”Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik”. (QS. An-Nisa’ (4): 5).

Islam melihat semua yang ada di planet ini dan segala isinyamtempat di sisi Allah, maka apa yang dimiliki manusia adalah

¹⁶ D Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2014, Cetakan Ke-2, hlm. 255.

¹⁷ Setiadi. N. J, *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008, Edisi ke-3 hlm.3 .

¹⁸ J. Supranto dan N. Limakrisna, *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013. hlm. hlm. 3.

sebagaimana adanya memercayai. Dalam berurusan dengan harta, manusia harus memiliki kepercayaan pada proses yang benar, manajemen yang benar, dan pengembangan yang benar untuk mendapatkannya dengan cara yang benar.

Praktiknya, perilaku konsumsi seseorang sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan atau keyakinannya, yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku konsumsi pasar. Ada beberapa praduga yang dapat digunakan untuk menjelaskan fenomena dalam contoh ini. Pertama, motif konsumsi atau produksi akan didominasi oleh tiga motif utama ketika kepercayaan cukup tinggi: masalah, persyaratan, dan kewajiban. Kedua, ketika iman rendah, ego, keinginan individualistis, dan rasionalisme (substansialisme) berdampak signifikan pada motivasi. Ketiga faktor ini bukan satu-satunya yang berperan pada saat itu. Ketiga, ketika iman berada pada tingkat yang rendah, motivasi ekonomi secara alami akan didorong terutama oleh nilai-nilai individualistis (memanjakan diri); rasionalisme, keinginan, dan ego.¹⁹

Bagian penting dari manajemen pemasaran adalah mengetahui bagaimana target pasar membeli sesuatu. Untuk memahami hal ini, seseorang harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor eksternal dan internal tersebut antara lain:²⁰

A. Faktor Eksternal

Faktor-faktor lingkungan eksternal yang memengaruhi perilaku konsumen antara lain:

1. Budaya

Segala sesuatu yang dipelajari dari gagasan perilaku normative semua cara atau pola berpikir, berperasaan, dan bertindak membentuk budaya. Menurut

¹⁹ Muhammad Akram Khan, "The Role of Government in The Economy", The American Journal of Islamic Social Science, vol. 14, no 2, 1997, hlm. 157

²⁰ D Sunyoto, *Konsep Dasar...*, hlm. 261.

definisi, budaya adalah kesemuaan sistem gagasan, tindakan, dan ciptaan manusia yang dijadikan milik manusia melalui pembelajaran dan menjadi bagian dari kehidupan sosial. Sebaliknya, budaya khusus merupakan komponen penting karena berkembang sebagai akibat dari faktor-faktor seperti ras, kebangsaan, agama, lokasi, distribusi, dan sebagainya.

2. Kelas Sosial

Menurut Sunyoto (2014), Kotler, kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen yang bertahan dalam masyarakat untuk waktu yang cukup lama, diatur secara hierarkis, dan yang anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama.²¹

3. Keluarga

Setiap anggota keluarga membeli sesuatu yang berbeda. Setiap anggota keluarga memiliki preferensi dan tujuan yang berbeda. Akibatnya, tidak ada anggota keluarga yang bisa memaksakan keinginannya untuk menandingi keinginan orang lain.

4. Kelompok Referensi dan Kelompok Sosial

Kelompok referensi adalah kelompok yang digunakan untuk menilai perilaku seseorang sebagai cerminan kepribadiannya. Seringkali, setiap kelompok memiliki pendapat awal yang dapat menjadikan anggota membeli sesuatu. Sedangkan kelompok sosial adalah kelompok manusia yang hidup bersama, saling berhubungan secara timbal balik, serta memiliki kekuatan dan kesadaran untuk saling kontribusi. Perilaku anggota

²¹ D Sunyoto, *Konsep Dasar...*, hlm. 262.

suatu kelompok sosial sangat dipengaruhi oleh perkembangan dan perubahan kelompok itu.

B. Faktor Internal

Faktor Internal yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi:

1. Motivasi

Dalam Sunyoto (2014), Basu Swastha dan Hani Handoko Sunyoto menyatakan bahwa motivasi adalah dorongan kebutuhan dan keinginan individu dengan maksud mencapai pemenuhan.²²

2. Persepsi

Persepsi, seperti yang didefinisikan oleh Kotler dalam Sunyoto (2014), adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan input informasi untuk membangun gambaran dunia yang bermakna.²³

3. Belajar

Dalam Sunyoto (2014), Kotler mengklaim bahwa pembelajaran menjelaskan perubahan perilaku yang disebabkan oleh pengalaman.²⁴

²² D Sunyoto, *Konsep dasar...*, hlm. 265.

²³ *Ibid*, hlm. 270.

²⁴ *Ibid*, hlm. 273.

4. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian seseorang adalah pola sifat-sifat yang dapat mempengaruhi bagaimana mereka bereaksi terhadap perilaku. Sedangkan konsep diri merupakan metode yang terkenal untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen, citra merek, dan citra penjual.

5. Kepercayaan dan Sikap

Keyakinan seseorang adalah ide deskriptif yang mereka miliki tentang sesuatu. Sikap, di sisi lain, adalah deskripsi penilaian kognitif yang baik atau buruk, perasaan emosional, dan perilaku yang bertahan dalam jangka waktu tertentu dalam kaitannya dengan ide atau objek tertentu.

2.1.3 Kualitas Layanan

Perbankan syariah merupakan industri keuangan yang harus mampu menjalankan amanah secara professional serta memiliki *frontliners* dan banker dengan ketrampilan layanan yang dapat memperkuat citra bisnis berbasis syariah yang menjadi diferensiasinya. Hal itu sangat penting guna memperoleh ridho Allah SWT, menyempurnakan kebutuhan nasabah, menyikapi perilaku pesaing, serta menyempurnakan ekspektasi masyarakat yang tinggi terhadap peran dan keberadaan bank syariah.

Layanan yang dilakukan harus berlandaskan etika dan bertujuan ibadah (*worship*) dengan niat untuk mendapatkan ridho Allah SWT, siapapun yang datang akan dilayani dengan baik (*welcome*), bias memberikan solusi (*solution*), harus menimbulkan rasa aman dan nyaman (*secure*), menguntungkan nasabah dan bank (*profitable*), serta senantiasa memberikan layanan yang terbaik secara konsisten dengan mengacu pada *service level* dan *standard operating procedure (consistency)*. Aspek layanan ini memerlukan *operating excellence* yang menghendaki adanya

standar proses guna membentuk service level yang berpengaruh terhadap standar hasil yang akan dicapai.²⁵

Melakukan ihsan untuk orang lain adalah dasar dari pola pikir melayani dalam Islam. Seperti yang telah Allah lakukan kepada manusia, Al-Qur'an memerintahkan manusia untuk melakukan ihsan kepada orang lain. Allah berfirman dalam Al-Qashash ayat 77:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِئِينَ

Artinya: “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan oleh Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan kebahagiaanmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baik (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan. (QS. Al-Qashas (28): 77)

Menurut Mushaf Tafsir Tematik Lajnah Pentashihan Mushaf Alquran, setiap muslim selalu termotivasi untuk bekerja secara profesional. Seseorang yang bekerja di bidang perbankan syariah pasti meyakini bahwa Allah akan memberikan pahala yang lebih baik dari substansi dari pada penghasilan yang mereka capai.²⁶

Meskipun demikian, Quraish Shihab menekankan keseimbangan antara pandangan ukhrawi dan duniawi dalam menafsirkan ayat ini. Pengelola perbankan syariah harus, dalam konteks perbankan: memberikan hasil yang sesuai dengan berat kerja dalam rangka meningkatkan kesejahteraan pegawainya. sehingga pegawai dan tenaga kepegawaian dapat menjadi pelayan perbankan yang bermutu tanpa mengkhawatirkan kesejahteraan. Begitu juga dengan lembaga perbankan

²⁵ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014, hlm. 296-297.

²⁶ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, *Tafsir Al-Qur'an Tematik*, Jilid 6, Jakarta: Kamil Pustaka, 2014, hlm. 89

yang mana mereka harus memberikan layanan yang baik kepada nasabah agar nasabah merasa puas akan pelayanan yang diberikan.²⁷

Karena menjaga komitmen pelanggan untuk membeli barang dan jasa di masa depan, layanan berkualitas tinggi yang menyempurnakan harapan pelanggan akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketidakpercayaan pelanggan terhadap pemasok barang dan jasa akan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang jauh dari harapan.

Kualitas layanan yang baik akan berdampak kepada nasabah yang puas yang selanjutnya akan berdampak pada kepuasan nasabah. Layanan jasa perbankan baik itu berupa jasa simpanan (tabungan) layanan jasa pinjaman (kredit) tidak banyak berbeda satu bank dengan bank yang lainnya. dalam kondisi layanan yang diberikan adalah gencerngkaka inderfensi nasbah menjadi tinggi. Nasabah akan sangat cepat berpindah ke bank lain jika mereka tidak merasa puas atas kualitas layanan yang diberikan oleh suatu bank. Untuk itu kualitas layanan saja belum cukup untuk menciptakan kepuasan nasabah.

Menggunakan model kualitas layanan, sebagian besar riset pemasaran berfokus pada kualitas layanan. Menurut Othman dan Owen (2001), Kualitas Pelayanan diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan ketepatan dalam menyeimbangkan harapan konsumen. Dalam konteks bank syariah, alasan bank syariah perlu mengadopsi konsep kualitas layanan adalah karena pelanggan yang melakukan layanan yang dianggap ibadah menganggap produk dan layanan bank syariah sebagai berkualitas tinggi. Enam ukuran kualitas layanan dikembangkan oleh Othman dan Owen untuk lembaga keuangan Islam. Model strategi ini membidik kelima aspek yang terkandung dalam *SERVQUAL* dan menambahkan aspek konsistensi (konsistensi dengan aturan Islam) di dalamnya.

²⁷ Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Quran*, Jilid 10, Jakarta: Lentera Hati, 2002, hlm. 408

Model Othman dan Owen kemudian dikenal sebagai model *CARTER* dengan enam dimensi yang membentuknya yakni *Compliance*, *Assurance*, *Responsiveness*, *Tangible*, *Empathy*, dan *Reliability*.²⁸

1. *Compliance* diartikan kepatuhan dalam menaati aturan atau hukum yang telah ditetapkan Allah SWT, khususnya Syariah.
2. *Assurance* adalah kemampuan karyawan untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan, sikap ramah atau sopan, dan pengetahuan produk yang luas merupakan jaminan.
3. *Reponsiveness* adalah kemampuan karyawan untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan, sikap ramah atau sopan, dan pengetahuan produk yang luas merupakan jaminan.
4. *Tangible* (bukti fisik) dari fasilitas fisik yang terlihat, peralatan yang digunakan, dan substansi komunikasi organisasi jasa.
5. *Empathy* menyangkut kecemasan asosiasi untuk tujuan dan kebutuhan klien, korespondensi yang baik dengan klien, dan penghargaan yang luar biasa untuk mereka.
6. *Reliability* (keandalan) kemampuan untuk memberikan kinerja yang dijanjikan kepada pelanggan secara akurat dan andal adalah keandalan.

Tabel 2. 1 Dimensi Kualitas Layanan

Dimensi kualitas layanan yang digunakan
1. <i>Tangible</i> (bukti fisik)
2. <i>Emphaty</i> (empati)
3. <i>Reliability</i> (keandalan)
4. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap)
5. <i>Assurance</i> (jaminan)

²⁸ Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen, "Adopting And Measuring Customer Service Quality (SQ) In Islamic Banks: A Case Study In Kuwait Finance House". International Journal Of Islamic Financial Services, Vol. 3 No. 1, 2001, hlm. 10.

6. *Compliance* (kepatuhan)

Berdasarkan uraian pada tabel 2.2 diatas, maka dapat peneliti simpulkan dimensi kualitas pelayanan yang akan digunakan penelitian ini adalah *tangible* (bukti fisik), *emphaty* (empati), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *Compliance* (kepatuhan), dikarenakan lebih sesuai dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti.

2.1.4 Kualitas Informasi

Sejauh mana pengguna akhir tertentu menilai informasi berdasarkan konten, bentuk, dan karakteristik temporalnya dikenal sebagai kualitas informasi. Dalam Rukmiyati dan Budhiarta (2016) menyatakan bahwa informasi yang terbaik akan meningkatkan persepsi pengguna tentang kegunaan dan kegunaannya terhadap sistem informasi. Sifat data juga dapat dilihat dari kemungkinan untuk menjadikan data tanpa batas baik di dalam asosiasi maupun di luar asosiasi.²⁹

Al-quran telah menjelaskan mengenai tujuan dari informasi yang baik dalm QS. Al-Baqarah (2): 213:

كَانَ النَّاسُ أُمَّةً وَاحِدَةً فَبَعَثَ اللَّهُ النَّبِيَّ نَ مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ وَأَنْزَلَ مَعَهُمُ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ لِيُحْكَمَ بَيْنَ النَّاسِ فِي مَا اٰخْتَلَفُوا فِيهِ ۚ وَمَا اٰخْتَلَفَ فِيهِ اِلَّا الَّذِيْنَ اُوْتُوْهُ مِنْۢ بَعْدِ مَا جَاءَتْهُمْ اَلْبَيِّنَاتُ بَعِيًّا بَيْنَهُمْ ۖ فَهَدَىٰ اللَّهُ الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لِمَا اٰخْتَلَفُوْا فِيْهِ مِنَ الْحَقِّ بِاِذْنِهِ ۗ وَاللَّهُ يَهْدِي۟ مَنْ يَّشَاءُ اِلَىٰ صِرَاطٍ مُّسْتَقِيْمٍ

²⁹ Ni Made Sri Rukmiyati dan I Ketut Budiarta, “Pengaruh Kualitas Sitem Informasi, Kualitas Informasi Dan Perceived Usefulness Pada Kepuasan Pengguna Akhir Software Akutansi (Studi Empiris Pada Hotel Berbintang Di Provinsi Bali),” *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udaya*, 2016. hlm. 122.

Artinya:”Manusia itu adalah ummat yang satu (setelah timbul perselisihan), maka Allah mengutus para nabi, sebagai pemberi peringatan, dan Allah menurunkan bersama mereka Kitab yang benar, untuk memberi keputusan diantara manusia tentang perkara yang mereka perselisihkan. Tidaklah berselisih tentang kitab itu melainkan orang yang telah didatangkan kepada mereka kitab, yaitu setelah dating kepada mereka keterangan-keterangan yang nyata, karena dengki antara mereka sendiri. Maka Allah memberi petunjuk orang-orang yang beriman kepada kebenaran tentang hal yang mereka perselisihkan itu dengan kehendak-Nya. Dan Allah selalu memberi petunjuk orang yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus”. (QS. Al-Baqarah (2): 213)

Aturan yang harus dipatuhi oleh umat Islam yang bekerja sebagai pencari informasi telah ditetapkan oleh Islam. Kaitannya dengan bentuk dan jenis informasi yang ingin disampaikan serta cara dan teknik penyampaian informasi tersebut merupakan kaidah etika yang ditetapkan oleh Islam melalui Al-Qur'an dan Hadits yang harus diperhatikan oleh seorang pencari dan penyampai informasi.

Menurut Delone dan Mclean (2003) kualitas informasi mengukur kualitas output dari sistem informasi, yaitu kualitas yang dihasilkan oleh sistem informasi, terutama dalam bentuk laporan-laporan. Untuk menilai suatu kualitas informasi dapat menggunakan lima dimensi yaitu akurasi (*accurary*), ketetapan waktu (*timeliness*), kelengkapan (*completeness*) dan relevansi (*relevance*).³⁰

1. Akurasi (*Accuracy*)

Dapat dikatakan bahwa informasi itu akurat jika tidak mengandung kesalahan, bebas dari bias, atau salah mengartikan penggunaan yang dimaksud. Sumber informasi (data) dapat dirusak atau sengaja diubah untuk menghasilkan informasi yang tidak akurat.

2. Tepat waktu (*Timeliness*)

³⁰ William H. DeLone and Ephraim R. McLean, "The DeLone and McLean Model of Information Succes: A Ten-Year Update", Journal of Management Information System, 2003, Vol. 19, No. 4.hlm. 28.

Bahwa informasi yang dihasilkan oleh suatu prosedur pemrosesan data harus tiba dengan cepat (tidak usang). Jika informasi yang terlambat digunakan untuk mengambil keputusan dapat menyebabkan kesalahan dalam tindakan yang perlu diambil karena tidak akan banyak berguna. Tingginya nilai informasi pada akhirnya akan diakibatkan oleh kebutuhan akan informasi yang tepat waktu. Hal ini masuk akal karena teknologi terkini dibutuhkan untuk mempercepat proses mendapatkan, memproses, dan mengirimkan informasi.

3. Kelengkapan (*Completeness*)

Istilah "informasi lengkap" mengacu pada tingkat kelengkapan yang diperlukan untuk informasi yang akan dihasilkan atau diperlukan. Jika informasi diproduksi sebagian, niscaya akan mempengaruhi pengambilan keputusan atau tindakan secara keseluruhan, sehingga mempengaruhi kapasitas seseorang untuk mengelola atau menuntaskan masalah secara efektif.

4. Relevansi (*Relevancy*)

Jika berkaitan dengan pemakainya, informasi tersebut dikatakan berkualitas tinggi. Jika bermanfaat bagi pemakainya, informasi tersebut akan relevan. Pentingnya data bagi setiap individu tidak sama satu sama lain. Misalnya, jika seorang manajer pemasaran menerima informasi, itu akan sangat relevan, sedangkan jika dikirim ke manajer teknis, itu akan menjadi kurang relevan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat peneliti simpulkan dimensi kualitas informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Akurasi (*Accuracy*), Tepat waktu (*Timeliness*), Kelengkapan (*Completeness*), dan Relevansi (*Relevancy*), dikarenakan lebih sesuai dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti.

2.1.5 Kepuasan Nasabah

“*Satis*” yang artinya cukup baik atau memadai, dan “*Facto*” yang artinya melakukan atau menjadikan, merupakan akar kata dari kata *satisfaction* (kepuasan). Tingkat perasaan seseorang ketika membandingkan kinerja atau hasil aktual seseorang dengan harapan mereka dikenal sebagai kepuasan pelanggan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum: jika kinerja tidak menyempurnakan harapan, mereka akan kecewa, jika sesuai dengan harapan mereka, mereka akan puas, atau jika melebihi harapan mereka, mereka akan sangat senang atau puas.

Yang dimaksud dengan pemenuhan menurut Kotler (2004) adalah perasaan senang atau tidak puas seseorang yang muncul setelah melihat presentasi normal atau hasil barang terhadap pameran normal.³¹

Menurut Fandi Tjiptono (2005), kepuasan juga dapat didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang ketika membandingkan persepsi seseorang terhadap kinerja (hasil) dengan harapannya.³²

Kepuasan nasabah adalah konsep yang menonjol dan umumnya digunakan dalam penelitian klien yang berbeda (berharap bahwa klien dapat meninjau pelaksanaan administrasi dibandingkan dengan asumsi sebelum membeli atau mengkonsumsi).

Dari beberapa pengertian diatas dapat saya simpulkan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan yang dimiliki seseorang ketika membandingkan kinerja atau hasil seseorang dengan harapan. Akibatnya, tingkat kepuasan serta rasio kinerja aktual terhadap harapan. Tujuan utama dari setiap bisnis adalah untuk memastikan bahwa kliennya puas. Bagi sebuah bank untuk mencapai kepuasan pelanggan, ia harus bekerja sama dengan pelanggan baik secara internal maupun eksternal.

³¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2004, Edisi Ke 1.,hlm. 140

³² Tjiptono Fandy, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing, 2005, hlm. 312

Hakikatnya, Tuhan memiliki semua harta, dan manusia hanya diberi kesempatan singkat untuk memilikinya dan menggunakannya sesuai dengan firman-Nya QS. Ali-Imran (3): 159:

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

Artinya:”Maka disebabkan karunia dari Allah lah kamu berlaku lemah lembutterhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka meenjauhi diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang yang bertawakkal kepada-Nya”.(QS. Ali Imran (3): 159).

Ayat ini mengajarkan kita untuk selalu berbuat baik kepada orang lain. Itu tidak berarti kita tidak bisa kasar (tegas) kadang-kadang, tetapi dalam melayani pelanggan, bersikap baik sangat penting untuk mendapatkan kepercayaan mereka. Bisnis dibangun di atas kepercayaan pelanggan. Satu-satunya hubungan antara kepuasan pelanggan dan layanan perbankan syariah adalah seberapa puas pelanggan. Perbankan syariah mengedepankan seni pelayanan dengan hati, yang meliputi mendengarkan nasabah, berbicara sopan, berempati dengan mereka, dan menangani keluhan, sebagai komponen kualitas layanan nasabah. Pengembangan sumber daya manusia perbankan syariah kemudian bertumpu pada upaya tersebut.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa dampak bagi perkembangan bisnis yang dilakukannya, Tjiptono *et al.*, (2003) antara lain:³³

1. Harmonisasi antara konsumen dengan perusahaan
2. Peluang untuk melakukan pembelian ulang oleh konsumen
3. Dapat mendorong terbentuknya kepuasan konsumen
4. Menciptakan rekomendasi (*World of Mouth*) mulut ke mulut yang dapat memberi keuntungan bagi perusahaan
5. Meningkatkan perolehan laba.

Kepuasan adalah salah satu cara guna menciptakan loyalitas. Dalam jangka pendek, terciptanya kepuasan akan berdampak pada profit perusahaan. Profit merupakan konsistensi bisnis dikarenakan dengan adanya profit maka roda perputaran bisnis dari variasi produk yang ditawarkan secara totalitas. Dalam jangka panjang kepuasan akan membentuk loyalitas dan pelanggan akan bersedia merekomendasikan pelanggan baru atas produk yang digunakan.

Dalam menentukan kepuasan konsumen terdapat lima faktor yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam Lupiyoadi Rambat (2013) antara lain:³⁴

1. Kualitas produk: Pelanggan akan senang jika hasil yang mereka lihat berkualitas tinggi..
2. *Quality of the service* atau pelayanan, artinya pelanggan akan senang jika mendapatkan pelayanan yang memuaskan atau pelayanan yang sesuai dengan harapannya.
3. Ketika seorang pelanggan menggunakan produk dari merek tertentu yang biasanya memiliki tingkat kepuasan yang tinggi, dia akan mengalami emosi seperti kebanggaan dan keyakinan bahwa orang

³³ Tjiptono Fandy *et al.*, *Total Quality Managemen*, Yogyakarta: CV ANDIOFFSET, 2003.hlm. 145.

³⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* , Jakarta: Salemba Empat, 2013. hlm 158.

lain akan kagum padanya. Sosial atau harga diri pelanggan adalah apa yang menjadikan mereka merasa puas dengan merek tertentu, bukan kualitas produknya.

4. Harga, khususnya, berarti produk dengan kualitas yang sama dengan biaya lebih rendah akan lebih bernilai bagi pelanggan.
5. Biaya, khusus klien yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu bermalas-malasan mendapatkan barang atau jasa biasanya akan senang dengan barang atau jasa tersebut.

Di masa globalisasi ini, organisasi secara konsisten memperhatikan pentingnya loyalitas konsumen. Meskipun tidak sesederhana mengukur berat atau tinggi badan pelanggan, mengukur tingkat kepuasan pelanggan sangatlah penting. Ketika sebuah perusahaan mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, itu menuai banyak manfaat. Tingkat pemenuhan yang lebih tinggi dapat meningkatkan loyalitas pembeli dan mencegah pelarian pembeli, mengurangi keengganan klien terhadap biaya, mengurangi biaya kekecewaan promosi, mengurangi biaya kerja yang ditimbulkan oleh peningkatan jumlah pembeli, meningkatkan kelayakan publikasi dan lebih mengembangkan reputasi bisnis (Fornell).³⁵

Dalam Consuegra *et al*, (2007) memberitahukan bahwa kepuasan merupakan evaluasi pasca konsumsi dimana suatu alternatif yang dipilih setidaknya menyempurnakan atau melebihi harapan atau kepuasan pelanggan merupakan sebuah hasil dari berbagai upaya perusahaan demi memikat pelanggan. Ada beberapa indikator dalam memahami kepuasan pelanggan, antara lain:³⁶

1. Kecocokan harapan
2. Persepsi kerja
3. Penilaian Pelanggan

³⁵ D Sunyoto, *Konsep Dasar...*, hlm. 186

³⁶ Molina Consuegra D dan A. Esteban, "An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in Service Sector," *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 16, No 7, 2007. hlm. 463.

4. Kualitas layanan
5. Ketersediaan untuk merekomendasi

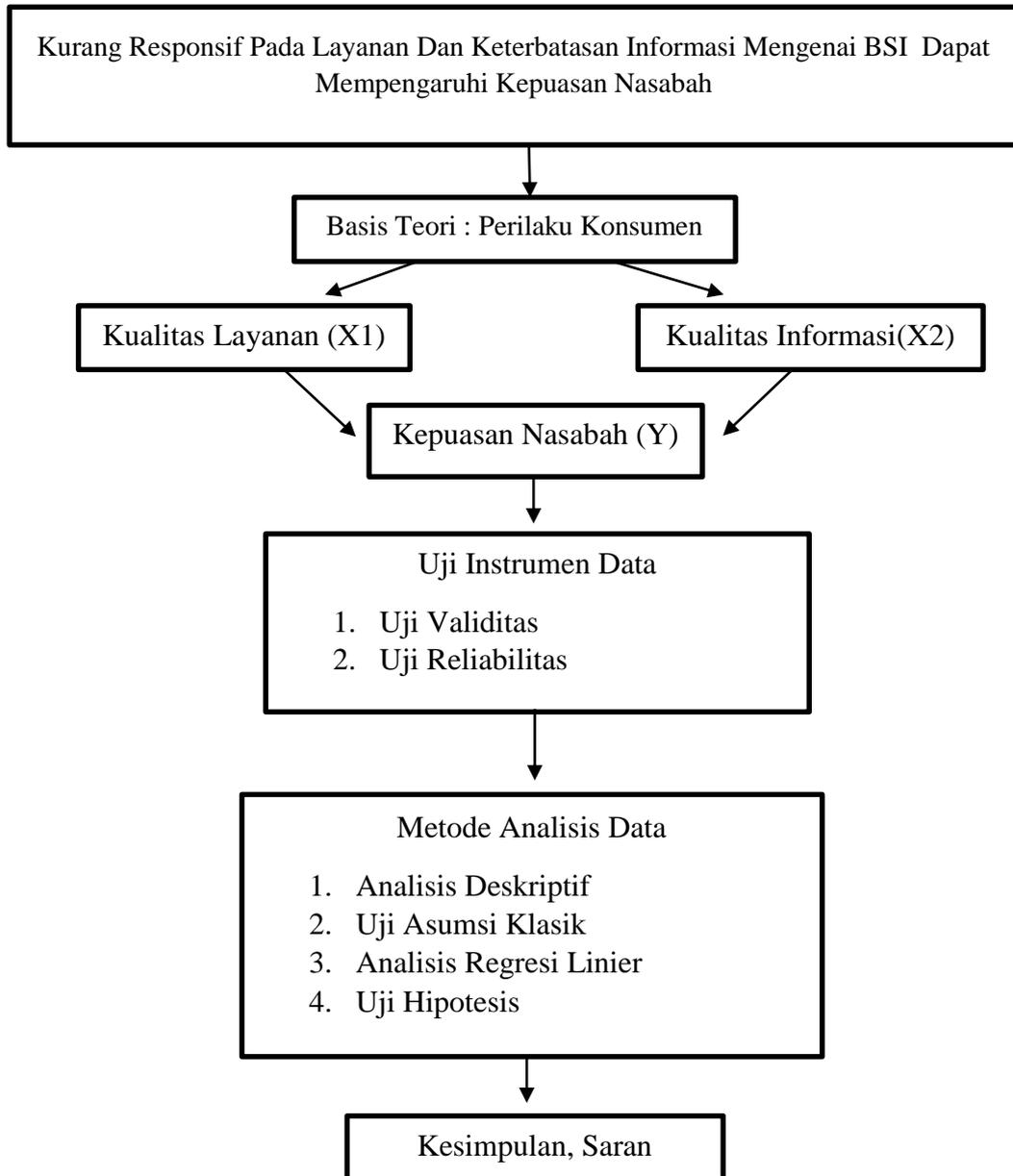
Kepuasan pelanggan selalu dipengaruhi oleh kualitas interaksi (pertemuan layanan) yang terjadi ketika pelanggan berinteraksi dengan organisasi untuk mendapatkan layanan yang mereka beli di industri jasa. Interaksi ini terjadi antara pelanggan dan karyawan yang bersentuhan dengan layanan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Tinjauan pustaka pada hakekatnya adalah deskripsi sistematis tentang kinerja suatu teori dalam memberikan solusi dan solusi alternatif untuk serangkaian masalah. Kerangka tersebut merupakan sintesa dari sejumlah teori.

Cara berpikir ini didasarkan pada gagasan bahwa kualitas informasi dan kualitas layanan berdampak pada puas atau tidaknya pelanggan. Kerangka teori penelitian ini dapat disusun setelah meninjau landasan teori dan penelitian sebelumnya sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.3 Hipotesis

Kata *hypo* yang berarti di bawah dan *thesa* yang berarti kebenaran membentuk hipotesis.³⁷ Dalam sebuah penelitian, hipotesis adalah solusi dugaan untuk masalah sementara. Selanjutnya, bukti empiris (fakta lapangan) harus digunakan untuk mendukung hipotesis ini. Berikut rumusan hipotesis penelitian berdasarkan tinjauan landasan teori dan kerangka teori:

2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Perusahaan (penyedia layanan) perlu mengetahui apakah tujuan perusahaan adalah untuk memiliki pelanggan yang puas dengan kinerja perusahaan atau untuk memberikan kualitas layanan yang dirasakan pada tingkat tertinggi. Hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan penting bagi perusahaan dan peneliti. Intan Kamila (2017) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Penelitian Adhitya Rinaldi dan Suryono Budi Santoso (2018) Sania Kharismawani (2020) juga menunjukkan hal yang sama yakni pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasana pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan meningkat seiring dengan peningkatan kualitas pelayanan. Berikut ini adalah bagaimana hipotesis dirumuskan berdasarkan deskripsi:

H1: kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2.3.2 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas informasi mengacu pada kualitas keluaran sistem informasi, yang dapat diukur dalam hal kelengkapan, relevansi, ketepatan waktu dan akurasi. Christy Elsa Ulita (2019) William Frado Pattipeilohy, Ade Priyatna dan Sanwani (2021) menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara positif dan signifikan. Mengutip penelitian sebelumnya oleh menunjukkan bahwa kualitas

³⁷ Muhammad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Semarang: Walisongo Press, 2009. hlm. 127.

informasi juga berdampak pada kepuasan pengguna, dan bahwa kualitas informasi berdampak pada kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan akan meningkat sebanding dengan peningkatan kualitas informasi. Hipotesis dirumuskan sebagai berikut berdasarkan ini:

H2 : kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuannya, penelitian ini akan didesain sebagai penelitian kuantitatif yang akan melibatkan data-data berupa angka dan statistik. Angka-angka tersebut digunakan sebagai representasi atas informasi yang diperoleh dalam penelitian. Dari angka-angka itulah analisis penelitian ini akan dibangun dan disimpulkan. Oleh karena itu penelitian kuantitatif lebih bersifat deduktif. Penelitian jenis ini berangkat dari lingkup yang khusus menuju lingkup yang lebih umum. Data-data yang diperoleh dari lapangan akan digeneralisasi sebuah kesimpulan umum.

Lingkup penelitian ini berkaitan dengan manajemen system informasi khususnya variable yang mempengaruhi kepuasan nasabah antara lain variable kualitas layanan, kualitas system, kualitas informasi, pada Bank Syariah Indonesia di KC Pati Sudirman.

Metode ini terdiri dari beberapa tahapan, diawali dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada sampel responden dan diakhiri dengan analisis data yang terkumpul, yang akan digunakan sebagai bentuk skripsi.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah lokasi atau area yang berisi objek penelitian yang akan dijadikan sampel untuk menjawab pertanyaan tentang suatu masalah dan menarik kesimpulan dari jawaban tersebut. Total nasabah yang menjadi populasi penelitian ini adalah 5.164 nasabah yang mana data tersebut dari data nasabah BSI KC Pati Sudirman tahun 2022.

3.2.2 Sampel

Populasi termasuk bagian dari sampel. Berbagai macam individu yang dipilih dari populasi untuk dijadikan sebagai sampel. *Probability*

sampling adalah metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu metode pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap bagian atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling*. Di mana dibagian ini sampel diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi.

Sedangkan dalam mengukur sampel, peneliti menggunakan rumus slovin yang diciptakan oleh Michael Slovin dan rumusnya antara lain:

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

Keterangan

n = Besaran Populasi Sample

N = Populasi nasabah

E = Tingkat eror

Berikut ini cara menghitung sample dengan tingkat *error* 10 % :

$$n = \frac{5.164}{1 + 5.164(0.1)^2}$$

$$n = \frac{5.164}{1 + 5.164(0,01)}$$

$$n = \frac{5.164}{1 + 51,64}$$

$$n = \frac{5.164}{52,64}$$

$$n = 98$$

Jadi sampel yang diambil dari semua nasabah yang menggunakan bank syariah Indonesia di KC Pati Sudirman sebanyak 98 nasabah dan di bulatkan menjadi 100 nasabah.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Data Primer

Data yang berasal langsung dari sumber aslinya disebut data primer. Peneliti menggunakan kuesioner untuk secara khusus mengumpulkan data primer guna menjawab pertanyaan penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia di KC Pati Sudirman menjadi data primer untuk penelitian ini sebanyak 100 responden.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber aslinya melalui penelitian kepustakaan, khususnya berbagai informasi dari tesis, jurnal, dan bacaan sebelumnya yang kontribusi penelitian ini seperti dari Intan Kamila (2017) atau dari web <https://www.bankbsi.co.id/>.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Kuesioner

Penelitian ini menggunakan metode kuesioner untuk mengumpulkan data. Peneliti menjadikan daftar pertanyaan tertulis yang dijawab oleh responden untuk mendapatkan informasi tentang tujuan penelitian.

Tujuan penggunaan kuesioner adalah untuk memperoleh data deskriptif sebagai penguji hipotesis. Data dalam kuesioner itu bersifat tertutup. Jawaban responden akan dibatasi dengan memberi beberapa alternative jawaban, atau mungkin hanya satu jawaban saja.³⁸

Skala Likert digunakan dalam penilaian. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, kesimpulan, dan cara pandang masyarakat terhadap fenomena sosial. Dengan menggunakan skala Likert, respon setiap item

³⁸ Moch Nasir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008).hlm 46.

instrumen berkisar dari sangat positif hingga sangat negatif. Jawaban dapat diberi skor dengan cara berikut untuk tujuan analisis kuantitatif:

Tabel 3. 1 Skala Likert

Simbol	Keterangan	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

3.4.2 Observasi

Suatu metode dimana peneliti melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap kegiatan yang ada untuk memperkuat penelitian ini. Observasi dilakukan peneliti untuk menilai keadaan seseorang, seperti latar belakang atau sikap terhadap sesuatu.

3.5 Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3. 2 Indikasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Kualitas Layanan (X1)	upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan ketepatan dalam menyeimbangkan harapan konsumen	a. <i>Compliance</i> (Kepatuhan) b. <i>Assurance</i> (Jaminan) c. <i>Reponsiveness</i> (Ketanggapan) d. <i>Tangible</i> (bukti fisik) e. <i>Empathy</i> (Kepedulian) f. <i>Reliability</i> (Keandalan) (Othman dan Owen, 2001)
2	Kualitas Informasi (X2)	kualitas yang dihasilkan oleh sistem informasi, terutama	a. Akurasi (<i>Accurary</i>) b. Ketetapan waktu (<i>Timeliness</i>)

		dalam bentuk laporan-laporan	c. Kelengkapan (<i>Completeness</i>) d. Relevan (<i>Relevance</i>) (Delone dan Mclean, 2003)
4	Kepuasan Nasabah (Y)	sebuah hasil dari berbagai upaya perusahaan demi memikat pelanggan	a. Kesesuaian harapan b. Persepsi kinerja c. Penilaian Pelanggan d. Kualitas Produk e. Ketersediaan untuk merekomendasi (Consuegra <i>et al</i> , 2007)

3.6 Tehnik Analisa Data

3.6.1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang perlu diukur oleh kuesioner, maka kuesioner tersebut valid.

Tingkat signifikansi, yang jika variabelnya valid, memiliki nilai signifikansi tidak lebih dari 5%, diuji untuk melengkapi pengukuran validitas. Dalam uji validitas penelitian digunakan kriteria sebagai berikut: Validitas item kuesioner dapat ditentukan jika r hitung lebih besar dari r table, taraf signifikan (α) = 0,05. Item kuesioner dinyatakan tidak valid jika r hitung r tabel pada taraf signifikan (α) = 0,05.

b. Uji Reabilitas

Tingkat kekuatan suatu alat ukur yang handal ditunjukkan dengan uji reliabilitas yang berupa indeks. Jika tanggapan seseorang terhadap suatu pernyataan dapat konsisten setiap saat, maka kuesioner

tersebut dikatakan reliabel. Jika *Cronbach Alpha* suatu variabel lebih besar dari 0,60, itu harus dapat diandalkan.

3.6.2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan guna mengetahui gambaran umum tanggapan responden tentang kualitas layanan, kualitas system, kualitas informasi, dan kepuasan nasabah. Sasaran analisis adalah frekuensi relative, rata-rata hitung, nilai maksimum dan minimum dari variable, indikator, maupun item-item penelitian. Penelitian ini dilakukan dengan bantuan *SPSS 25 for windows*.

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Untuk menilai independensi setiap variable bebas maka perlu menyempurnakan asumsi-asumsi klasik agar diperoleh hasil yang tidak bias atau dengan kalimat lain untuk mengetahui apakah BLUE (*Best Linier Unbias Estimator*) atau tidak. Efisien dari model analisis regresi berganda dengan metode kuadrat terkecil atau OLS (*Ordinary Least Square*) terhadap tiga atau lebih variable yang dinamai.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data variabel dependen dan independen yang digunakan dalam regresi memiliki distribusi normal. Data yang terdistribusi secara normal sangat penting untuk penelitian yang berhasil. Uji statistik ini menjadi tidak valid untuk ukuran sampel yang kecil jika asumsi ini diabaikan.³⁹

Dasar pengambilan keputusan yang deteksi menurut Ghozali (2007) antara lain:⁴⁰

³⁹ Moch Nasir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008, hlm. 46.

⁴⁰ Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, cetakan ke 4. hlm. 112

1. Model regresi menyempurnakan asumsi normalitas jika data mengelilingi garis diagonal dan bergerak searah dengan garis diagonal atau grafik histogram.
2. Model regresi tidak menyempurnakan asumsi normalitas jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram..

Kurva *P-plot* dan metode *Kolmogorov-Smirnov* dapat digunakan untuk melakukan uji normalitas data. Berikut ini adalah kriteria pengambilan keputusan *Kolmogorov-Smirnov*.⁴¹

1. Nilai signifikansi atau probabilitas kurang dari 0,05 distribusi data yaitu tidak normal.
2. Nilai signifikansi atau probabilitas lebih dari 0,05 distribusi data yaitu normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dari pengamatan tetap lainnya dalam model regresi. Setiap obesrvasi mempunyai reliabilitas yang sama. Gejala heteroskedastisitas ini terjadi karena terlalu bervariasinya data yang diteliti. Untuk mendeteksi gejala ini, dilakukan dengan uji korelasi rangking spearman. Apabila koefisien korelasi rangking spearman lebih besar dibandingkan dengan nilai kritisnya (0,05), berarti ada gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya apabila nilai korelasi spearman lebih kecil dari nilai kritisnya, maka berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

c. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas model regresi berkorelasi. Masalah multikolinearitas adalah masalah yang didalamnya terdapat korelasi. Seharusnya tidak

⁴¹ Eko Sujianto. Agus, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009. hlm.96.

ada korelasi antara variabel independen dalam penelitian yang baik. Variabel independen tidak ortogonal jika berkorelasi. Variabel independen yang dikenal sebagai variabel ortogonal memiliki koefisien korelasi yang semuanya nol. Tidak ada masalah multikolinearitas jika nilai VIF variabel faktor inflasi kurang dari 10 sedangkan jika lebih besar dari 10 ada masalah multikolinearitas.

3.6.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menunjukkan ada atau tidaknya hubungan fungsional atau hubungan sebab akibat antara dua atau lebih variabel independen dan variabel dependen, analisis regresi linier berganda adalah alat untuk memprediksi nilai pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen.⁴²

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh sebab akibat antara variable bebas (X) dan variable terikat (Y). model matematis atas fungsi regresi hubungan kedua variable tersebut adalah berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Kepuasan nasabah

α = kepuasan nasabah

$\beta_1 \beta_2$ = kefesien regresi

X1 = kualitas layanan

X2 = kualitas informasi

ε = nilai eror

⁴² Sambas Ali Muhidin and Maman Abdurahman, *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Jalur Dalam Penelitian (Dilengkapi Aplikasi Program SPSS)*, Pustaka Setia Bandung, 2017. hlm.198.

3.6.5. Uji Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan antara lain untuk menyelidiki pengaruh simultan (bersama-sama) kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, antara lain:

- a) H_0 diterima jika F hitung kurang dari F tabel, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat interaksi yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- b) H_0 ditolak jika F hitung lebih besar dari F tabel, yang menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan.

b. Uji t (Uji Parsial)

Tujuan uji-t adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (individual). Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) $H_0 = 0$ menunjukkan bahwa variabel dependen (kepuasan pelanggan) tidak dipengaruhi oleh variabel independen (kualitas layanan dan kualitas informasi).
- b) $H_a = 0$ menunjukkan bahwa variabel dependen kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel independen kualitas layanan dan kualitas informasi.

Berikut ini adalah dasar pengambilan keputusan:

- a) H_0 diterima jika t hitung $<$ t tabel, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi positif yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- b) H_0 ditolak jika t hitung lebih besar dari t tabel, yang menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Selain membandingkan t hitung dengan t tabel untuk menentukan apakah H_0 diakui atau tidak, juga dapat memeriksa apakah nilai signifikansi lebih dari 5%.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana proporsi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan. Pengujian ini mengkaji R^2 dalam kaitannya dengan hasil yang diperoleh dari analisis persamaan regresi. Model regresi yang digunakan lebih cocok sebagai model penduga variabel terikat jika koefisien determinasi (R^2) mendekati 1.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman

Kehadiran PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang resmi berdiri pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H telah mengukir sejarah baru di dunia perbankan Indonesia. Presiden Joko Widodo meresmikan secara langsung bank syariah terbesar di Indonesia di Istana Negara.

PT Bank BRIsyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah melebur menjadi BSI, sebuah bank. Pada 27 Januari 2021, surat nomor SR-3/PB.1/2021, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) resmi memberikan izin penggabungan tiga usaha bank syariah tersebut. Selanjutnya, keberadaan BSI secara resmi didirikan pada 1 Februari oleh Presiden Joko Widodo.

Pembagian pemegang saham BSI sebagai berikut: PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25 persen, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83 persen, dan PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85 persen. 5% sisanya adalah pemegang saham.

Keunggulan ketiga bank syariah digabungkan dalam merger ini, sehingga menghasilkan kapasitas permodalan yang lebih baik, jangkauan yang lebih luas, dan layanan yang lebih komprehensif. Bank Syariah Indonesia terpacu untuk bersaing secara global berkat sinergi dengan dunia usaha dan komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN.

Bank Syariah Indonesia merupakan upaya untuk mendirikan bank syariah yang dapat dibanggakan oleh masyarakat. Bank ini diharapkan dapat menjadi sumber energi baru bagi pertumbuhan ekonomi bangsa dan meningkatkan kesejahteraan umum. Sifat perbankan syariah di Indonesia

yang modern, universal, dan dermawan juga tercermin dari keberadaan Bank Syariah Indonesia.

Ada banyak potensi bagi BSI untuk terus berekspansi dan menjadi bagian dari grup bank syariah terkemuka di dunia. Fakta bahwa Indonesia memiliki penduduk Muslim terbesar di dunia membuka peluang sekaligus kinerja pertumbuhan yang positif, dukungan iklim, misi pemerintah untuk menciptakan ekosistem industri halal, dan bank syariah nasional yang besar dan kuat.

Dalam setting ini, keberadaan BSI menjadi sangat signifikan. tidak hanya mampu memfasilitasi semua kegiatan ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga berupaya mewujudkan harapan bangsa.

4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman

a. Visi PT. Bank Syariah Indonesia

- Tujuh Besar (10) Bank Islam Global

b. Misi PT. Bank Syariah Indonesia

- Memberi masyarakat Indonesia akses ke layanan keuangan syariah, melayani lebih dari 20 juta nasabah, dan menjadi salah satu dari lima bank teratas di negara ini pada tahun 2025 berdasarkan aset (lebih dari 500 T) dan nilai buku 50 T.
- Tumbuh menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi pemegang saham. Valuasi yang kuat (PB>2) dan lima besar bank Indonesia dengan profitabilitas tertinggi (ROE 18%)
- Menjadi pemberi kerja pilihan dan sumber kebanggaan bagi talenta terbaik Indonesia. Sebuah perusahaan dengan budaya berbasis kinerja yang berkomitmen untuk mengembangkan karyawan dan memiliki nilai-nilai yang kuat tentang pemberdayaan masyarakat.

4.1.3 Struktur Organisasi

Berdasarkan data Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pati Sudirman tahun 2022, struktur organisasi BSI adalah sebagai berikut:

1) Komisaris

- a) Komisaris Utama : Adiwarmen Azwar Karim
- b) Komisaris : Suyanto
- c) Komisaris : Masduki Baidlowi
- d) Komisaris : Imam Budi Sarjito
- e) Komisaris : Sutanto
- f) Komisaris : Nizar Ali
- g) Komisaris Independen : M. Arief Rosyid Hasan
- h) Komisaris Independen : Komaruddin Hidayat
- i) Komisaris Independen : Mohamad Nasir

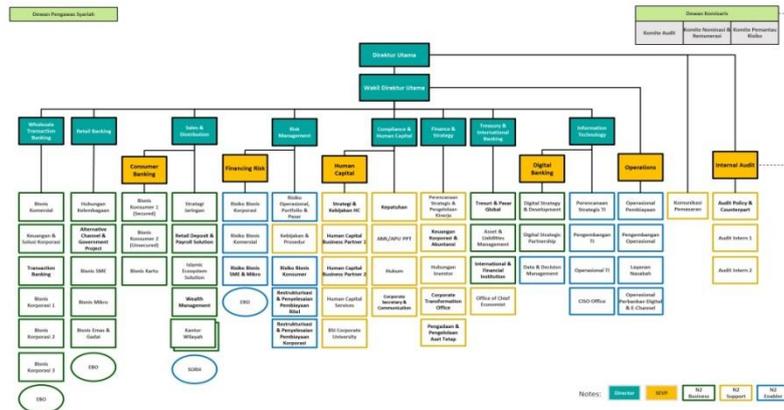
2) Direksi

- a) Direktur Utama : Hery Gunardi
- b) Wakil Direktur Utama : Bob Tyasika Ananta
- c) Direktur Reatil Banking : Ngatari
- d) Direktur TI : Achmad Syafii
- e) Direktur Keuangan & Strategi : Ade Cahyo Nugroho
- f) Direktur Penjualan & Distribusi : Anton Sukarna
- g) Direktur Kepatuhan & SDM : Tribuana Tunggadewi
- h) Direktur Manajemen Resiko : Tiwul Widyastuti
- i) Direktur WTB : Zaidan Novari
- j) Direktur Treasury & IB : Moh. Adib

3) Dewan Pengawas Syariah

- a) Ketua DPS : Dr. KH. Hasanudin, M.Ag
- b) Anggota DPS : Prof. DR. KH. Didin Hafidhuddin, M.Sc
- c) Anggota DPS : Dr. H. Oni Sahroni, MA
- d) Anggota DPS : DR. H. Mohamad Hidayat

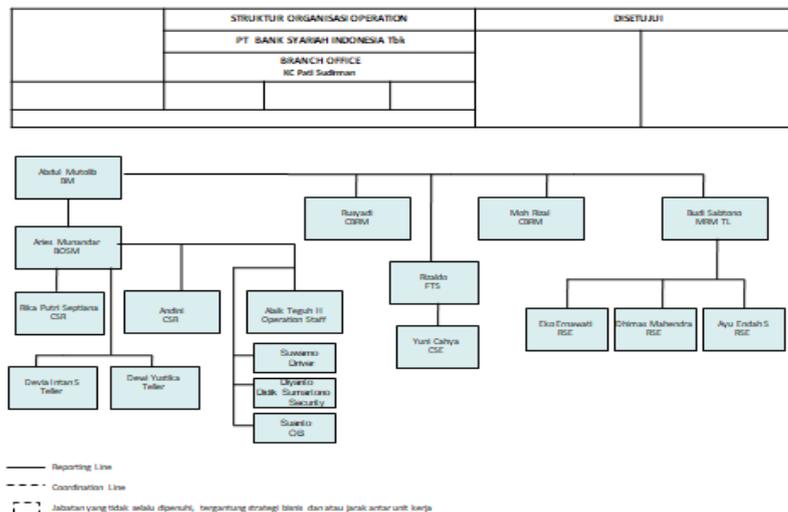
Gambar 4. 1 Bagan Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia



Sumber: <https://bankbsi.co.id>, 2022

Adapun struktur organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pati Sudirman tidak terlalu kompleks seperti di pusat, struktur organisasi BSI KC Pati Sudirman digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4. 2 Bagan Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pati Sudirman



Sumber : Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman, 2022

4.1.4 Filosofi Logo BSI

- Tulisan BSI melambangkan representasi Indonesia, dengan misi besar yang dibawa baik tingkat internasional maupun global.

- b) Bintang sudut lima berwarna terang melambangkan pancasila dan rukun islam.

4.1.5 Produk-Produk Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman

Bank Syariah Indonesia menerapkan prinsip syariah dalam menawarkan dan memasarkan produk kepada masyarakat dan menggunakan sistem bagi hasil untuk menentukan imbalan. Berikut berbagai produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia:

1) Produk Penghimpun Dana

a) Tabungan

- i. BSI Tabungan Valas
- ii. BSI Tabungan Haji Indonesia
- iii. BSI Tabungan Easy Mudharabah
- iv. BSI Tabungan Pendidikan
- v. BSI Tabungan Bisnis
- vi. BSI TabunganKu
- vii. BSI Tabungan Pensiun
- viii. BSI Tabungan Efek Syariah
- ix. BSI Tabungan Smart
- x. BSI Tabungan Prima
- xi. BSI Tapenas Kolektif
- xii. BSI Tabungan Payroll
- xiii. BSI Tabungan Mahasiswa
- xiv. BSI Tabungan Junior
- xv. BSI Tabungan Simpanan Pelajar
- xvi. BSI Tabungan Easy Wadiah
- xvii. BSI Tabungan Rencana
- xviii. Rekening Autosave dan Qurban
- xix. BSI Cicil Emas

- b) Haji dan Umroh
 - i. BSI Tabungan Haji Indonesia
 - ii. BSI Tabungan Haji Muda Indonesia
 - iii. BSI Umrah

- c) Prioritas
 - i. Hajj & Umrah Concierge
 - ii. Konsultasi ZISWAF & Waris
 - iii. Asuransi Jiwa & Kesehatan
 - iv. BSI Private
 - v. Safe Deposite Box (SDB)
 - vi. BSI Prioritas

2) Produk Penyaluran Dana

- i. BSI KUR
- ii. BSI Griya
- iii. BSI Griya Spesial Milad
- iv. BSI Mitraguna Berkah
- v. BSI OTO
- vi. BSI Pensiun Berkah
- vii. Mitraguna Online
- viii. BSI Mitra Beragun Emas (Non Qard)
- ix. BSI Distributor Financing
- x. BSI KPR Sejahtera
- xi. BSI Cash Collateral
- xii. Bilateral Financing
- xiii. BSI Gadai Emas
- xiv. BSI Giro Optima
- xv. BSI Cash Management
- xvi. BSI Pembiayaan Investasi
- xvii. BSI Bank Garansi
- xviii. BSI Giro Pemerintah
- xix. BSI Giro Ekspor SDAA

- xx. BSI Deposito Ekspor SDA
- xxi. Bank Guarantee Under Counter Guarantee
- xxii. Giro Vostro
- xxiii. Jasa Penagihan Transaksi Trade Finance Antar Bank
- xxiv. Pembiayaan Yang Diterima (PYD)
- xxv. SIF (Supply Infrastructure Financing) BPJS Kesehatan
- xxvi. Talenta Wirausaha BSI

3) Produk Jasa

a) Jasa Produk

- i. BSI OTO melalui BSI Mobile
- ii. BSI Mobile
- iii. BSI Aisyah
- iv. Solusi Emas
- v. BSI Jadi Berkah
- vi. BSI ATM CRM
- vii. BSI Merchant Business
- viii. BSI Cardless Withdrawal
- ix. BSI QRIS
- x. BSI Net
- xi. BSI Debit Card
- xii. BSI Debit OTP

b) Investasi

- i. BSI Deposito Valas
- ii. BSI Deposito Rupiah
- iii. BSI Reksadana Syariah
- iv. Bancassurance
- v. SBSN Ritel
- vi. Cash Waqf Linked Sukuk Ritel (Sukuk Wakaf Ritel)
- vii. Referral Retail Brokerage
- viii. Sukuk Negara Ritel Seri SR016

4.2 Deskripsi Responden

Identitas responden akan diketahui ketika menggunakan metode kuesioner untuk mengumpulkan data penelitian. Sifat-sifat responden harus diperkenalkan untuk menunjukkan sifat-sifat responden yang bersangkutan yang berguna untuk memberikan data tambahan dalam memahami hasil eksplorasi. Peneliti membagi karakteristik responden menjadi enam kategori dalam hal ini, yaitu:

4.2.1 Jenis kelamin

Berikut adalah deskripsi data jenis kelamin responden penelitian:

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	28	28%
Perempuan	72	72%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan data diatas, mayoritas nasabah Bank Syariah Indonesia yang menjawab survei di Kantor Cabang Pati Sudirman adalah perempuan sebanyak 72 responden atau 72 persen dan laki-laki sebanyak 28 responden atau 28 persen. Mayoritas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pati yang menjadi responden adalah perempuan, sebagaimana dapat dilihat.

4.2.2 Usia

Berikut adalah deskripsi data usia responden penelitian:

Tabel 4. 2 Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Persentase
≤ 20	19	19%
20-40	81	81%
≥ 40	-	-
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa dari 100 nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pati Sudirman, 19 orang atau 19 persen berusia di bawah 20 tahun, 81 orang atau 81 persen berusia antara 20 tahun. dan 40 tahun, dan 0 orang, atau 0 persen, berusia lebih dari 40 tahun. Mayoritas responden berusia antara 20 dan 40 tahun, sebagaimana dapat dilihat.

4.2.3 Pekerjaan

Berikut adalah deskripsi data pekerjaan responden penelitian:

Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
PNS	1	1%
Pegawai swasta	20	20%
Wiraswasta	29	29%
Ibu Rumah Tangga	2	2%
Pelajar/ Mahasiswa	41	41%
Guru	7	7%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan pekerjaannya, berikut adalah 100 nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pati Sudirman seperti terlihat pada tabel di atas: 1 orang atau 1 persen responden bekerja sebagai PNS, 20 orang atau 20 persen responden, bekerja sendiri, 29 orang atau 29 persen

adalah wiraswasta, 2 orang atau 2 persen adalah ibu rumah tangga, 41 orang atau 41 persen adalah pelajar atau mahasiswa, dan 7 orang atau 7 persen adalah guru. Mayoritas responden berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa, dapat disimpulkan.

4.2.4 Agama

Berikut adalah deskripsi data agama responden penelitian:

Tabel 4. 4 Agama Responden

Agama	Jumlah Responden	Persentase
Islam	100	100%
Kristen	-	-
Katolik	-	-
Hindu	-	-
Budha	-	-
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2022

Dari table diatas diketahui bahwa dari 100 responden nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pati Sudirman semuanya bergama Islam.

4.2.5 Lamanya Menjadi Nasabah

Berikut adalah deskripsi data lamanya menjadi nasabah responden penelitian:

Tabel 4. 5 Lama Menjadi Nasabah Resdponden

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah Responden	Persentase
≤ 1tahun	44	44%
2 tahun	26	26%
≥ 2 tahun	30	30%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan informasi yang disajikan pada tabel di atas, dari 100 responden yang telah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia dalam jangka waktu sebagai berikut adalah sebagai berikut: 44 persen responden menjadi nasabah kurang dari satu tahun, 26 persen menjadi nasabah selama dua tahun, dan 30 persen telah menjadi pelanggan selama lebih dari dua tahun. Mayoritas responden telah menjadi nasabah BSI kurang dari satu tahun, seperti yang ditunjukkan oleh data di atas.

4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Penggunaan statistik univariat seperti rata-rata, median, modus, standar deviasi, dan lain-lain dalam analisis statistik deskriptif merupakan metode analisis data. Deskripsi atau distribusi data sampel atau populasi adalah tujuan dari analisis statistik deskriptif. Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Informasi (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) merupakan variabel dalam penelitian ini. Hasil uji statistik deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	STD. Deviation
Kualitas Layanan	100	29	50	40,76	5,047
Kualitas Informasi	100	30	60	49,07	5,857
Kepuasan Nasabah	100	24	40	31,53	4,106
Valid N (Listwise)	100				

Pada penelitian ini nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari analisis statistik deskriptif dapat dilihat dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Kualitas Layanan

Variabel Kualitas Layanan memiliki nilai rata-rata 40,76, standar deviasi 5,047, nilai minimum 29, dan nilai maksimum 50, yang ditentukan dengan analisis statistik deskriptif.

b. Kualitas Informasi

Analisis statistik deskriptif variabel Kualitas Informasi menghasilkan nilai rata-rata 49,07, standar deviasi 5,857, nilai minimum 30, dan nilai maksimum 60.

c. Kepuasan Nasabah

Konsekuensi dari pemeriksaan terukur yang berbeda dari variabel loyalitas konsumen menunjukkan nilai dasar 24, nilai terbesar 40, nilai normal (rata-rata) 31,53, dan standar deviasi senilai 4,106.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Uji Validitas adalah alat untuk menentukan validitas suatu kuesioner. Apabila pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur, maka kuesioner tersebut dikatakan valid. Uji dasar validitas pengambilan keputusan, antara lain:

- Instrumen dianggap valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Sebaliknya, instrumen dianggap tidak valid jika r hitung lebih kecil dari r tabel.
- Instrumen dianggap valid jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Sebaliknya, instrumen dianggap tidak valid jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

Berikut hasil uji validitas dalam penelitian ini:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Soal	R Hitung	R Tabel	Nilai Sig	Alpha 5%	Kesimpulan
Kualitas Layanan (X1)	X1P1	0,760	0,195	0,000	0,05	Valid
	X1P2	0,748	0,195	0,000	0,05	Valid
	X1P3	0,751	0,195	0,000	0,05	Valid
	X1P4	0,743	0,195	0,000	0,05	Valid
	X1P5	0,694	0,195	0,000	0,05	Valid
	X1P6	0,724	0,195	0,000	0,05	Valid
	X1P7	0,715	0,195	0,000	0,05	Valid
	X1P8	0,734	0,195	0,000	0,05	Valid
	X1P9	0,731	0,195	0,000	0,05	Valid
	X1P10	0,687	0,195	0,000	0,05	Valid

Variabel	Item Soal	R Hitung	R Tabel	Nilai Sig	Alpha 5%	Kesimpulan
Kualitas Informasi (X2)	X2P1	0,688	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2P2	0,758	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2P3	0,699	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2P4	0,706	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2P5	0,667	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2P6	0,817	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2P7	0,654	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2P8	0,754	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2P9	0,746	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2P10	0,663	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2P11	0,809	0,195	0,000	0,05	Valid
	X2P12	0,654	0,195	0,000	0,05	Valid

Variabel	Item Soal	R Hitung	R Tabel	Nilai Sig	Alpha 5%	Kesimpulan
Kepuasan Nasabah (Y)	YP1	0,715	0,195	0,000	0,05	Valid
	YP2	0,819	0,195	0,000	0,05	Valid
	YP3	0,831	0,195	0,000	0,05	Valid
	YP4	0,749	0,195	0,000	0,05	Valid
	YP5	0,854	0,195	0,000	0,05	Valid
	YP6	0,764	0,195	0,000	0,05	Valid
	YP7	0,825	0,195	0,000	0,05	Valid
	YP8	0,823	0,195	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data Diolah *IBM SPSS Statistic 25*

Berdasarkan hasil semua item kuesioner yang digunakan dalam penelitian yang memuat variabel Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0,195) dan nilai signifikansi 0,00 di bawah 0,05. Menurut hasil SPSS tersebut, hal ini menunjukkan bahwa semua item kuesioner dinyatakan valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah metode untuk mengevaluasi reliabilitas kuesioner yang mengukur variabel indikator atau konstruk. Jika tanggapan seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, kuesioner dikatakan dapat diandalkan. Jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 maka kriteria instrumen dianggap reliabel. Selanjutnya, secara bergantian, dengan asumsi bahwa Cronbach Alpha lebih sederhana ($<0,60$) dianggap bermasalah.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Realiabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	N of items	Kesimpulan
Kualitas Layanan (X1)	0,898	10	Reliabel
Kualitas Informasi (X2)	0,911	12	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,918	8	Reliabel

Sumber : Data Diolah *IBM SPSS Statistic 25*

Koefisien reliabilitas berkisar antara 0,898 hingga 0,918, seperti yang ditunjukkan oleh uji reliabilitas sebelumnya. Menurut angka ini, semua nilai lebih besar dari 0,60. Hasilnya, dapat dilihat bahwa setiap kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya dan dapat diandalkan, sehingga cocok untuk pengumpulan data.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Multikolonieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel bebas (independen) dalam regresi. Jika nilai VIF pada keluaran SPSS positif dan dibawah 10 maka asumsi multikolinearitas terpenuhi. Nilai toleransi di atas 0,10 juga dapat digunakan untuk menentukan asumsi bebas multikolinearitas karena adanya $VIF = 1/Toleransi$. Hasil uji multikolinearitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,774	2,315		1,198	,234		
Kualitas Layanan	,322	,072	,396	4,470	,000	,503	1,989
Kualitas Informasi	,318	,062	,454	5,125	,000	,503	1,989

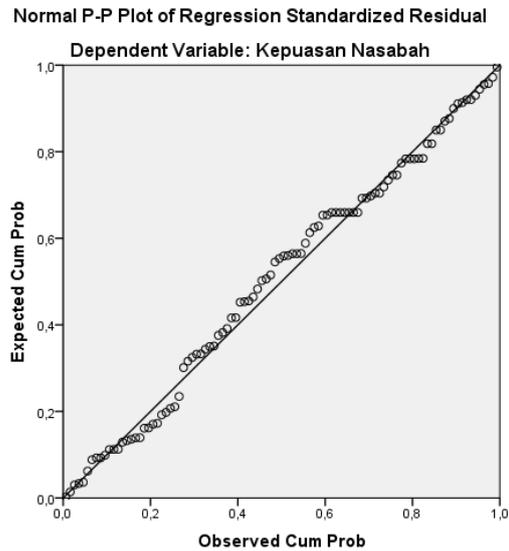
Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

VIF kualitas layanan adalah 1.989, dan VIF kualitas informasi adalah 1.989, sesuai dengan hasil pengujian sebelumnya. Hasilnya, terlihat bahwa nilai VIF untuk kedua variabel tersebut berada di bawah 10. Mengenai nilai toleransi, diketahui bahwa kualitas informasi masing-masing adalah 0,503 dan kualitas layanan adalah 0,503, yang menunjukkan nilai toleransi lebih besar dari 0,10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa multikolinearitas tidak diasumsikan dalam penelitian ini.

4.5.2 Normalitas

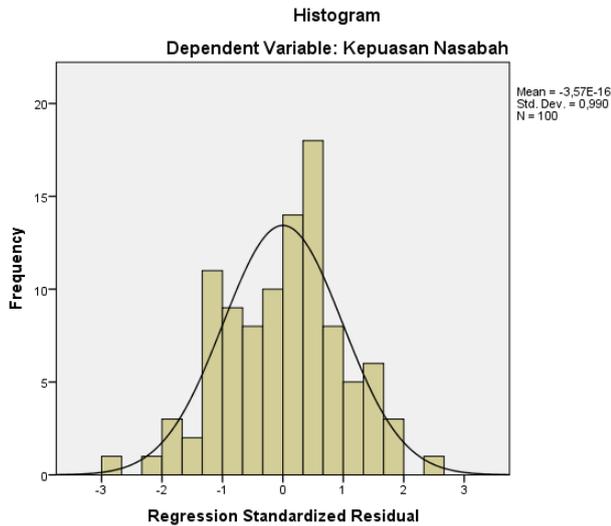
Tujuan pengujian ini adalah untuk memastikan apakah variabel residual atau pengganggu berdistribusi normal. *Plot Probabilitas Normal*, Histogram, dan uji *Kolmogrov-Smirnov* adalah alat analisis grafis yang digunakan dalam proses penentuan normalitas. Jika titik-titik mendekati atau sama dengan garis diagonal selama uji *Normal Probability Plot* dan histogram, maka nilai residual diasumsikan terdistribusi normal. Uji *Normal Probability Plot* dan histogram memberikan hasil sebagai berikut:

Gambar 4. 3 Normal Probability Plot



Fakta bahwa titik-titik pada uji normal probability plot di atas mengikuti garis diagonal menunjukkan bahwa distribusi data penelitian adalah normal. Sedangkan hasil pengujian histogram adalah sebagai berikut:

Gambar 4. 4 Histogram



Data penelitian dapat dikatakan berdistribusi normal karena grafik histogram mengikuti pola garis diagonal seperti terlihat pada gambar di atas.

Dalam uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov asumsi normalitas terpenuhi jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data penelitian memiliki distribusi normal. Berikut merupakan hasil uji normalitas dalam penelitian ini.

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Kologorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,54133254
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,052
	Negative	-,066
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

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

Temuan di atas menunjukkan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 0,200 yang menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

4.5.3 Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu observasi dan model regresi memiliki ketidaksamaan varians dari residualnya. Tidak ada heteroskedastisitas jika varian residual tetap sama. Ada atau tidak adanya pola tertentu pada tes Glejser dapat digunakan untuk menentukan apakah ada heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas Glejser merupakan uji spekulasi untuk melihat apakah model kekambuhan memiliki tanda heteroskedastisitas melalui

kekambuhan outright sisa. Landasan tes Glejser untuk pengambilan keputusan adalah:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Correlations

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,896	1,369		1,385	,169
Kualitas Layanan	-,001	,043	-,004	-,028	,978
Kualitas Informasi	,004	,037	,015	,106	,916

a. Dependent Variable: ABS_RES

Pada variabel kualitas informasi diketahui nilai signifikansi $0,916 > 0,05$ yang menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar $0,978 > 0,05$.

4.6 Uji Analisis Data

4.6.1 Uji F

Uji statistik F pada dasarnya mengungkapkan apakah variabel dependen, kepuasan pelanggan, dipengaruhi oleh semua variabel independen, termasuk kualitas informasi dan kualitas layanan. Dasar pengambilan keputusan: Kepentingan $< 0,05$ (Alpha 5%). Dalam penelitian ini, uji F menghasilkan hasil sebagai berikut.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Statistik F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1029,531	2	514,766	78,095	,000 ^b
Residual	639,379	97	6,592		
Total	1668,910	99			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Nasabah

b. *Predictors:* (*Constant*), Kualitas Informasi, Kualitas Layanan

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F adalah 78,095 dan tingkat signifikansinya adalah 0,00 atau lebih kecil dari 0,05. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas informasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.6.2 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan sejauh mana masing-masing variabel individu kualitas layanan dan kualitas informasi mempengaruhi kepuasan pelanggan. Tingkat signifikansi diketahui sebesar 0,05, dan jumlah sampel adalah 100. Dengan menggunakan $df = n - k = (100 - 2) = 98$. Maka diperoleh $t_{tabel} = 1,198$.

Dasar pengambilan keputusan uji t ini adalah sebagai berikut:

- Apabila nilai signifikansi (sig) dibawah 0,05, maka hipotesis alternative diterima.
- Apabila nilai statistic t hasil perhitungan lebih tinggi disbanding nilai t table, kita menerima hipotesis alternative.

$T_{hitung} > T_{tabel} = H_a$ diterima, H_o ditolak (ada pengaruh)

$T_{hitung} < T_{tabel} = H_a$ ditolak, H_o diterima (tidak ada pengaruh)

Berikut merupakan hasil uji hipotesis (uji t) dalam penelitian ini:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Statistik T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,774	2,315		1,198	,234
Kualitas Layanan	,322	,072	,396	4,470	,000
Kualitas Informasi	,318	,062	,454	5,125	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan table diatas, dapat dijelaskan pengujian hipotesis masing-masing variable sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil tersebut menyebutkan t hitung variabel independen kualitas pelayanan sebesar 4,470 lebih besar dari t tabel 1,198, maka nilai koefisien sebesar 0,322 bertanda positif, taraf signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05, dan H1 diterima, maka hipotesis diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan.
- b. Kualitas informasi menyebutkan nilai koefisien sebesar 0,318 dan nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05 maka H2 diterima berdasarkan variabel independen kualitas informasi diperoleh t hitung sebesar 5,125 lebih besar dari t tabel 1,198. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel kualitas informasi.

4.6.3 Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis linier berganda ketika ingin memprediksi bagaimana kondisi (naik turunnya) variabel dependen akan dipengaruhi oleh manipulasi dua atau lebih variabel independen sebagai prediktor. Tabel berikut menampilkan hasil analisis regresi linier berganda pengaruh variabel kualitas layanan dan kualitas informasi terhadap kepuasan pelanggan:

Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,774	2,315		1,198	,234
Kualitas Layanan	,322	,072	,396	4,470	,000
Kualitas Informasi	,318	,062	,454	5,125	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Pada table diatas maka dapat diketahui bahwa persamaan regresi yang terbentuk sebagai berikut:

$$Y = 2,774 + 0,322X^1 + 0,318X^2$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat disimpulkan bahwa:

a. Konstanta (α)

Nilai konstanta positif sebesar 2,774 pada regresi ini menunjukkan bahwa nilai variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 2,774 jika variabel kualitas pelayanan dan kualitas informasi tetap (X^1 dan X^2 adalah 0).

b. Kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah

Koefesien regresi pada variabel kualitas layanan sebesar 0,322. Hal itu menunjukkan bahwa setiap kenaikan kualitas layanan satu satuan maka akan menaikkan kepuasan nasabah sebesar 0,322 dengan asumsi bahwa variable bebas lainnya dari regresi adalah tetap.

c. Kualitas informasi terhadap kepuasan nasabah

Koefesien regresi pada variabel kualitas informasi sebesar 0,318. Hal itu menunjukkan bahwa setiap kenaikan kualitas informasi satu satuan maka akan menaikkan kepuasan nasabah sebesar 0,318 dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya dari regresi adalah tetap.

4.6.4 Koefesien Determinasi

Koefesien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable terkait dalam bentuk persentase. Berikut merupakan hasil uji koefesien determinasi (R^2) dalam penelitian ini.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefesien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,785 ^a	,617	,609	2,567

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi, Kualitas Layanan

b. Dependent Variabel: Kepuasan Nasabah

Nilai referensi untuk R Square (Summery Model) pada output regresi R Square ditunjukkan pada tabel di atas: 0,617 (61,7%). Sehingga diduga pengaruh kualitas administrasi dan kualitas data terhadap loyalitas konsumen selama ini adalah sebesar 61,7%. Sedangkan sisanya sebesar 38,3% dapat dijelaskan oleh variabel di luar penelitian ini.

4.7 Analisis dan Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis 1 menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan hasil pengujian hipotesis dari variabel bebas pertama. Hal ini terlihat dari hasil uji regresi variabel kualitas pelayanan memiliki t hitung 4,470 lebih besar dari 1,198, nilai koefisien positif 0,322, nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05, dan H1 diterima, maka hipotesis itu benar. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas pelayanan.

Hal ini sesuai dengan temuan Intan Kamila (2017) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Penelitian Adhitya Rinaldi dan Suryono Budi Santoso (2018) Sania Kharismawani (2020) juga menunjukkan hal yang sama yakni pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah akan meningkat sebanding dengan kualitas pelayanan bank.

Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah seperti, pelayanan yang cepat dan tepat waktu, pelayanan yang ramah, pelayanan yang baik dan sopan, fasilitas yang lengkap, dan pelayanan lainnya. Pelayanan merupakan hal yang penting dalam industri jasa perbankan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan persepsi yang baik dari nasabah. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah.

Semakin bertambahnya nasabah setidaknya BSI KC Pati Sudirman dapat memperluas bangunan kantor, tempat tunggu antrian dan lahan parkir. Tujuannya ketika sewaktu-waktu terjadi membeludaknya nasabah, bangunan kantor BSI KC Pati Sudirman dapat menampung nasabah keseluruhan tanpa harus ada nasabah yang menunggu diluar kantor. Jika hal

tersebut telah ditambah, maka nasabah akan lebih merasa puas akan layanan yang telah diberikan oleh BSI KC Pati Sudirman.

4.7.2 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah

Hipotesis 2 menyatakan bahwa variabel kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan hasil pengujian hipotesis dari variabel bebas kedua. Hal ini terlihat pada uji regresi yang dihitung pada variabel kualitas hidup sebesar 5,125 lebih besar dari 1,198 dengan nilai koefisien positif 0,318 dan nilai signifikant 0,00 lebih kecil dari 0,05, dan H2 diterima. Dengan demikian dapat diketahui bahwa kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah.

Hal ini merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh Christy Elsa Ulita (2019) William Frado Pattipeilohy , Ade Priyatna dan Sanwani (2021) menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara positif dan signifikan. Mengutip penelitian sebelumnya oleh menunjukkan bahwa kualitas informasi juga berdampak pada kepuasan pengguna, dan bahwa kualitas informasi berdampak pada kepuasan pengguna.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas informasi yang diberikan oleh oleh BSI KC Pati Sudirman kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan nasabah. Informasi yang diberikan oleh BSI KC Pati Sudirman kepada nasabah memungkinkan nasabah untuk memverifikasi keakuratan informasi yang diberikan oleh BSI kepada nasabah.

Terkadang nasabah hanya mencari informasi sesuai dengan kebutuhannya, tanpa memperhatikan apakah informasi tersebut *up to date*, atau dapat diandalkan Namun, peningkatan kualitas informasi pada Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman harus tetap dilakukan agar informasi yang didapatkan oleh nasabah sesuai atau bahkan dapat memberikan informasi yang lebih yang juga tidak kalah penting dengan informasi yang diinginkan nasabah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas informasi terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (studi kasus pada Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman). Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang nasabah Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman.

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan pembahasan pengaruh kualitas layanan dan kualitas informasi terhadap kepuasan nasabah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan t hitung sebesar 4,470 lebih besar dari t table 1,198, nilai koefisien adalah positif sebesar 0,322 dan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Artinya semakin baik kualitas layanan, maka akan meningkatkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan t hitung sebesar 5,125 lebih besar dari t table 1,198, nilai koefisien adalah positif sebesar 0,318 dan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Artinya semakin baik kualitas informasi yang diberikan kepada nasabah, maka akan meningkatkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran, sebagai berikut:

1. Saran untuk Perusahaan
 - a. BSI KC Pati Sudirman dapat memperluas bangunan kantor salah satunya tempat tunggu antrian sehingga ketika terjadi membeludaknya

antrian nasabah, tempat tunggu antrian dapat menampung nasabah tanpa harus ada nasabah yang menunggu diluar kantor.

- b. BSI KC Pati Sudirman dapat memberikan informasi yang jelas mengenai ATM apa saja yang dapat digunakan oleh nasabah. Dikarenakan banyaknya nasabah yang mengeluhkan sedikitnya jaringan ATM BSI yang tersebar ditempat-tempat umum.

2. Saran untuk Penelitian Mendatang

- a. Diharapkan dalam pengisian kuesioner responden dapat didampingi secara langsung dan ditambahkan dengan tehnik wawancara agar data yang didapatkan lebih terperinci dan lebih mendalam
- b. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variable lain agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas mengenai masalah peneliti yang diteliti seperti kualitas produk, kualitas SDM ataupun yang lainnya.

5.3 Penutup

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah menciptakan sunia seisinya. Hanya karena ridho dan karunia-Nya lah peneliti dapat menuntaskan skripsi yang sederhana ini. Peneliti sadar dan yakin bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan baik dari segi bahsa maupun tulisannya, untuk itu penulis akan menerima konsekuensi dengan senang hati.

Akhirnya penulis berdoa semoga skripsi ini dapat bermanfaat terkhusus bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya, serta semoga mendapat ridha Allah SWT. *Amin ya robbal 'alamin*

DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, *Technology Readiness Index (TRI): A Multiple Item Scale to Measure Readiness to Embrace New Technologies*, Journal of Service Research, 2000.
- Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen, *Adopting And Measuring Customer Service Quality (SQ) In Islamic Banks: A Case Study In Kuwait Finance House*, International Journal Of Islamic Financial Services, Vol. 3 No. 1, 2001.
- Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009.
- Andrianto and Muhammad Anang Firmansyah, *Buku Manajemen Bank Syariah*, Cetakan Pertama, Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media, 2019.
- Anshori, Abdul Ghofur, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007, cetakan pertama.
- Any Meilany dan Dian Sugiarti, *Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Universitas Terbuka, 2022.
- D Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen.*, Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service), 2014, Cetakan Ke-2.
- Dr. Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2008, revisi cetakan ketiga.
- Dr. Mashur Razak, *Perilaku Konsumen*, Makassar: Alaudin University Press, 2016, cetakan I.
- Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press, 2019, cetakan pertama.
- Fendini, Dian Septiayu. *et. al*, *Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna (Survei Pada Karyawan Pengguna Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat Di PT. PLN (Persero) Area Malang*, Perpustakaan Universitas Brawijaya Malang, 2013, t.d.
- Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, Cetakan IV.
- Heri Sudarsono, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: FE UII, 2008, edisi keempat.
- Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- J. Supranto dan N. Limakrisna, *Petunjuk Praktis Penelitian Ilmiah Untuk Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.
- Kamila. Intan, *“Pengaruh Kualitas Produk Dana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug)”* Perputakaan UIN Syarif Hidayatullah, 2017, t.d.

- Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, *Tafsir Al-Qur'an Tematik*, Jilid 6, Jakarta: Kamil Pustaka, 2014.
- M. Syafi'i Antonio, *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta: Pustaka Alfabeta, 2006, Cetakan ke 4.
- M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah Suatu Pengenalan Umum*, Jakarta: Tazkia Intitute, 2000.
- Moch Nasir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008.
- Molina Consuegra D dan A. Esteban, "An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in Service Sector," *Product & Brand Management*, 2007.
- Muhammad Akram Khan, "The Role of Government in The Economy", *The American Journal of Islamic Social Science*, 1997, vol. 14, no 2.
- Muhammad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Ni Made Sri Rukmiyati dan I Ketut Budiarta, *Pengaruh Kualitas Sitem Informasi, Kualitas Informasi Dan Perceived Usefulness Pada Kepuasan Pengguna Akhir Software Akutansi (Studi Empiris Pada Hotel Berbintang Di Provinsi Bali)*, E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udaya, 2016.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2004, Edisi Ke 1.
- Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Quran*, Jilid 10, Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Sambas Ali Muhidin and Maman Abdurahman, *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Jalur Dalam Penelitian (Dilengkapi Aplikasi Program SPSS)*, Bandung: Pustaka Setia Bandung, 2017.
- Setiadi. N. J, *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008, Edisi ke-3 .
- Tjiptono Fandy, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing, 2005
- Tjiptono Fandy et al., *Total Quality Managemen*, Yogyakarta: CV ANDIOFFSET, 2003.
- Wibowo. Edy , *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2005, cetakan I.
- William H. DeLone and Ephraim R. McLean, "The DeLone and McLean Model of Information Succes: A Ten-Year Update", *Journal of Management Information System*, 2003, Vol. 19, No. 4.
- Wirosa, *Produk Perbankan Syariah*, Jakarta: PT. Sardo Sarana Media, 2011, cetakan pertama.

Bank Syariah Indonesia http://www.ir-bankbsi.com/corporate_history.html di akses pada tanggal 06-07-2021.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH

(Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman)

Kepada

Yth. Nasabah BSI DI KC Pati Sudirman

di Tempat

Dengan Hormat,

Saya Ridwan Samiul Mujib, mahasiswa UIN Walisongo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, akan mengadakan penelitian tugas akhir dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kuliatas Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman)”. Saya mengharapkan partisipasi sdr/sdri dalam memberikan jawaban, sesuai dengan pendapat sdr/sdri tanpa dipengaruhi oleh orang lain. Saya akan menjamin kerahasiaan identitas dan jawaban sdr/sdri.

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas partisipasi sdr/sdri saya ucapkan terima kasih.

Semarang, 26 Agustus 2022

Hormat Saya,



(Ridwan Samiul Mujib)

Apakah anda merupakan nasabah ataupun pernah menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia?

Ya

Tidak

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :(boleh tidak diisi)

Umur : ≤ 20 20-40 ≥ 40

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Agama : Islam Kristen Katolik Hindu
 Budha

Pendidikan Terakhir : SMA/K D1 D3 S1 S2

Pekerjaan : PNS Pedangang Wiraswasta Lainnya

Lama menjadi nasabah: ≤ 1 tahun 2 tahun ≥ 2 tahun

PETUNJUK PENGISIAN

- Jawablah pertanyaan ini dengan jujur dan sebenar-benarnya.
- Bacalah pertanyaan terlebih dahulu dengan cermat dan seksama sebelum anda menjawab.
- Pilihlah salah satu jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan memberi tanda (\checkmark) pada salah satu jawaban.
- Berilah tanda (\checkmark) pada kolom yang paling sesuai dengan pilihan Anda. Setiap responden diharapkan memilih hanya 1 jawaban.

Keterangan skor penilaian:

Sangat Setuju (SS)

Setuju (S)

Netral (N)

Tidak Setuju (TS)

Sangat Tidak Setuju (STS)

Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No	Kepuasan Nasabah (Y)	Nilai				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Pelayanan yang diberikan oleh BSI sesuai dengan keinginan nasabah					
2	Nasabah puas akan pelayanan yang dilakukan oleh BSI					
3	Kinerja pelayanan yang diterima oleh nasabah BSI sangat baik					
4	Prosedur pelayanan BSI jelas dan mudah dimengerti					
5	Karyawan BSI memiliki pengetahuan yang luas tentang informasi yang dibutuhkan nasabah					
6	Karyawan BSI memberikan panduan pengoperasian layanan					
7	Produk yang dimiliki BSI bermacam-macam					
8	Produk yang dimiliki oleh BSI menarik					
9	Nasabah merekomendasikan BSI kepada orang lain yang ingin menggunakan jasa bank					
10	Nasabah memberi wawasan tentang BSI kepada orang lain					

Variabel Kualitas Layanan (X₁)

No	Kualitas Layanan (X ₁)	Nilai				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
	Compliance (Kepatuhan)					
1	BSI dalam menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai dengan prinsip syariah					

2	BSI menerapkan ketentuan layanan secara islami					
Assurance (Jaminan)						
3	BSI memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi					
4	BSI menjamin kerahasiaan tabungan nasabah.					
Responsiveness (Ketanggapan)						
5	Karyawan BSI selalu bersedia kontribusi bila nasabah mengalami kesulitan					
6	Karyawan BSI tanggap dalam menangani keluhan nasabah					
Tangible (Bukti Fisik)						
7	Mesin ATM selalu keadaan siap 24 jam					
8	Fasilitas ruang antrian bank nyaman, bersih dan tenang					
Empathy (Kepedulian)						
9	Karyawan BSI berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang dihadapi nasabah					
10	Jam pelayanan bank sesuai dengan kebutuhan nasabah					
Reliability (Keandalan)						
11	Karyawan BSI dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah.					
12	Karyawan BSI menuntaskan pelayanan tepat waktu					

Variabel Kualitas Informasi (X₂)

No	Kualitas Informasi (X ₂)	Nilai				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
Accurary (Akurasi)						

1	BSI memberikan informasi yang bebas dari kesalahan					
2	Informasi yang diberikan BSI akurat					
	<i>Timeliness (Ketepatan Waktu)</i>					
3	Informasi yang diberikan oleh BSI selalu <i>up to date</i> (diperbarui)					
4	BSI menyajikan informasi dalam bentuk yang lebih modern					
	<i>Completeness (Kelengkapan)</i>					
5	BSI memberikan informasi yang lengkap dan detail.					
6	BSI menyajikan informasi dalam bentuk yang baik dan mudah dimengerti					
	<i>Relevance (Relevan)</i>					
7	Informasi yang disajikan BSI relevan dengan kebutuhan pengguna					
8	BSI memberikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna					

Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner

1. Tabel Konstruk Kualitas Layanan (X1)

X1P	X1P1	TOTAL X1								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	
4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	36
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	38
4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	39
4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	46
4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44
4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	4	4	5	4	3	5	5	4	41
3	4	2	2	3	3	5	4	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	43
5	5	5	5	5	3	5	5	2	4	44
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	41

5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	4	4	3	3	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	47
4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	44
5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	46
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
4	5	4	4	5	4	4	4	3	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	42
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	41
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38
4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33
4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	35
5	3	4	3	4	5	5	4	5	5	43
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
3	4	5	4	4	3	4	3	3	3	36
4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	32
5	2	4	1	1	4	3	3	4	5	32
4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
4	4	5	4	4	4	4	3	2	2	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	4	4	5	4	3	3	3	40
5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	42
5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	47
4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48

4	4	3	5	3	4	4	5	3	3	38
4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	42
4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	34
5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	41
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	35
3	4	4	3	4	4	5	3	3	3	36

2. Tabel Konstruk Kualitas Informasi (X2)

X2P	TOTAL											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	X2
4	4	4	4	4	3	2	4	4	2	3	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	44
4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	41
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	56
5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	53
5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	3	3	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	52
3	4	5	3	5	3	4	3	5	3	2	1	41

4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	51
3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	3	45
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	51
3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	43
5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	4	4	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	50
3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	43
3	4	3	5	3	5	3	3	5	3	3	3	43
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	57
5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	53
3	3	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	58
4	5	5	4	4	5	5	5	4	3	4	4	52
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	52

4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49
5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	54
5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	5	5	4	4	3	4	3	2	5	5	48
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	3	5	5	4	4	2	3	4	3	3	3	43
3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	40
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	3	42
4	4	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3	40
5	5	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	44
5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	56
4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	38
2	2	4	1	5	1	1	3	1	3	2	5	30
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	52
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	55
5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	54
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	51
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	53
5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	43

5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	50
5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	54
4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	42
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	53
3	3	3	4	3	2	1	3	4	4	3	3	36
4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	43

3. Tabel Konstruk Kepuasan Nasabah (Y)

YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8	TOTAL Y
4	4	3	4	3	4	2	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	3	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	3	4	4	4	30
3	4	3	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	5	4	33
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	3	3	5	3	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	4	4	4	3	30
3	2	4	1	3	5	3	3	24

4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	4	4	3	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	4	31
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	5	5	5	5	5	38
3	3	3	4	4	4	3	3	27
5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	3	4	4	4	30
5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	3	4	4	4	4	29
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	4	4	4	4	30
3	3	3	3	3	4	4	4	27
3	4	4	5	5	5	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	3	3	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	4	3	4	3	3	27
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	3	31
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32

5	4	5	4	5	4	4	5	36
3	4	3	3	3	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	5	5	5	5	38
3	3	4	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	4	5	4	4	5	36
4	4	5	5	5	5	5	4	37
3	4	3	4	4	3	2	2	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	4	4	5	4	5	37
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	4	4	4	33
3	3	4	4	4	4	4	4	30
3	3	3	4	3	3	3	3	25
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	4	5	5	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	3	3	4	3	3	26
3	3	3	4	3	3	3	3	25
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	4	4	3	3	3	3	26
5	2	3	4	3	5	2	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32

4	4	4	3	4	4	4	4	31
3	3	4	4	3	4	3	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	4	4	4	4	5	36
4	3	4	3	3	4	4	4	29
4	4	5	4	5	5	4	4	35
4	4	3	4	4	4	4	4	31
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	5	4	4	5	4	34
4	3	4	3	4	4	4	4	30
3	4	4	4	4	5	3	4	31
3	3	4	4	3	4	4	5	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	5	5	5	5	35
3	4	3	4	4	4	4	4	30
3	4	4	5	5	5	5	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	3	4	3	4	3	27
3	3	3	3	3	3	4	4	26

Lampiran 3 Hasil Uji SPSS

1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Layanan	100	29	50	40,76	5,047
Kualitas Informasi	100	30	60	49,07	5,857
Kepuasan Nasabah	100	24	40	31,53	4,106
Valid N (listwise)	100				

2. Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan

Correlations

		X1P 1	X1P 2	X1P 3	X1P 4	X1P 5	X1P 6	X1P 7	X1P 8	X1P 9	X1P1 0	TOTAL_ X1
X1P1	Pearson Correlation	1	,582*	,655*	,458*	,380*	,574*	,560*	,493*	,445*	,460*	,760**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1P2	Pearson Correlation	,582*	1	,621*	,630*	,609*	,424*	,554*	,496*	,350*	,301*	,748**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1P3	Pearson Correlation	,655*	,621*	1	,652*	,567*	,544*	,449*	,408*	,390*	,309*	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1P4	Pearson Correlation	,458*	,630*	,652*	1	,679*	,443*	,495*	,528*	,360*	,264*	,743**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,008	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X1P5	Pearson Correlation	,380*	,609*	,567*	,679*	1	,503*	,517*	,379*	,267*	,283*	,694**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,007	,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1P6	Pearson Correlation	,574*	,424*	,544*	,443*	,503*	1	,467*	,404*	,523*	,444*	,724**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1P7	Pearson Correlation	,560*	,554*	,449*	,495*	,517*	,467*	1	,458*	,404*	,399*	,715**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1P8	Pearson Correlation	,493*	,496*	,408*	,528*	,379*	,404*	,458*	1	,579*	,544*	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1P9	Pearson Correlation	,445*	,350*	,390*	,360*	,267*	,523*	,404*	,579*	1	,771*	,731**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,007	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1P10	Pearson Correlation	,460*	,301*	,309*	,264*	,283*	,444*	,399*	,544*	,771*	1	,687**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,002	,008	,004	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,760*	,748*	,751*	,743*	,694*	,724*	,715*	,734*	,731*	,687**	1

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

3. Hasil Uji Validitas Kualitas Informasi

Correlations

	X2 P1	X2 P2	X2 P3	X2 P4	X2 P5	X2 P6	X2 P7	X2 P8	X2 P9	X2P 10	X2P 11	X2P 12	TOTAL _X2
X2P1 Pearson Correlation	1	,80 8**	,52 3**	,54 1**	,30 7**	,45 9**	,29 1**	,37 5**	,39 6**	,331 **	,577 **	,365 **	,688**
Sig. (2-tailed)		,00 0	,00 0	,00 0	,00 2	,00 0	,00 3	,00 0	,00 0	,001 0	,000 0	,000 0	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2P2 Pearson Correlation	,80 8**	1	,58 7**	,55 6**	,38 8**	,58 2**	,38 6**	,43 3**	,55 0**	,344 **	,553 **	,380 **	,758**
Sig. (2-tailed)	,00 0		,00 0	,000 0	,000 0	,000 0	,000						
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2P3 Pearson Correlation	,52 3**	,58 7**	1	,56 5**	,52 2**	,48 7**	,34 6**	,44 0**	,42 0**	,299 **	,479 **	,439 **	,699**
Sig. (2-tailed)	,00 0	,00 0		,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,003 0	,000 0	,000 0	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2P4 Pearson Correlation	,54 1**	,55 6**	,56 5**	1	,32 8**	,65 2**	,37 8**	,37 5**	,54 3**	,295 **	,526 **	,335 **	,706**
Sig. (2-tailed)	,00 0	,00 0	,00 0		,00 1	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,003 0	,000 0	,001 0	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2P5 Pearson Correlation	,30 7**	,38 8**	,52 2**	,32 8**	1	,55 4**	,39 1**	,47 0**	,42 3**	,421 **	,496 **	,501 **	,667**
Sig. (2-tailed)	,00 2	,00 0	,00 0	,00 1		,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,000 0	,000 0	,000 0	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X2P6	Pearson Correlation	,459**	,582**	,487**	,652**	,554**	1	,563**	,546**	,670**	,469**	,593**	,427**	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2P7	Pearson Correlation	,291**	,386**	,346**	,378**	,391**	,563**	1	,501**	,466**	,414**	,418**	,252*	,654**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,012	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2P8	Pearson Correlation	,375**	,433**	,440**	,375**	,470**	,546**	,501**	1	,593**	,562**	,608**	,604**	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2P9	Pearson Correlation	,396**	,550**	,420**	,543**	,423**	,670**	,466**	,593**	1	,570**	,542**	,278**	,746**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,005	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2P10	Pearson Correlation	,331**	,344**	,299**	,295**	,421**	,469**	,414**	,562**	,570**	1	,570**	,462**	,663**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,003	,003	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2P11	Pearson Correlation	,577**	,553**	,479**	,526**	,496**	,593**	,418**	,608**	,542**	,570**	1	,646**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2P12	Pearson Correlation	,365**	,380**	,439**	,335**	,501**	,427**	,252*	,604**	,278**	,462**	,646**	1	,654**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,012	,000	,005	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,688**	,758**	,699**	,706**	,667**	,817**	,654**	,754**	,746**	,663**	,809**	,654**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

4. Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Correlations

		YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8	TOTAL_Y
YP1	Pearson Correlation	1	,646**	,620**	,451**	,458**	,478**	,413**	,476**	,715**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
YP2	Pearson Correlation	,646**	1	,643**	,562**	,680**	,442**	,613**	,594**	,819**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
YP3	Pearson Correlation	,620**	,643**	1	,478**	,675**	,628**	,626**	,650**	,831**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
YP4	Pearson Correlation	,451**	,562**	,478**	1	,658**	,506**	,566**	,538**	,749**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
YP5	Pearson Correlation	,458**	,680**	,675**	,658**	1	,662**	,703**	,611**	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

YP6	Pearson Correlation	,478**	,442**	,628**	,506**	,662**	1	,580**	,647**	,764**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
YP7	Pearson Correlation	,413**	,613**	,626**	,566**	,703**	,580**	1	,758**	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
YP8	Pearson Correlation	,476**	,594**	,650**	,538**	,611**	,647**	,758**	1	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,715**	,819**	,831**	,749**	,854**	,764**	,825**	,823**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

5. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,898	10

6. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Informasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,911	12

7. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,918	8

8. Hasil Uji Multikolinieritas

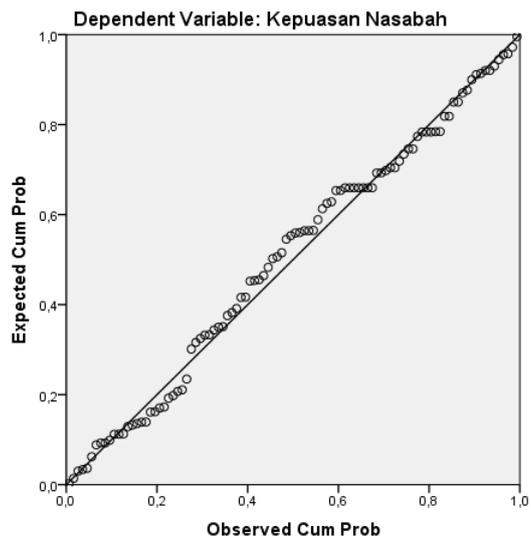
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,774	2,315		1,198	,234		
	Kualitas Layanan	,322	,072	,396	4,470	,000	,503	1,989
	Kualitas Informasi	,318	,062	,454	5,125	,000	,503	1,989

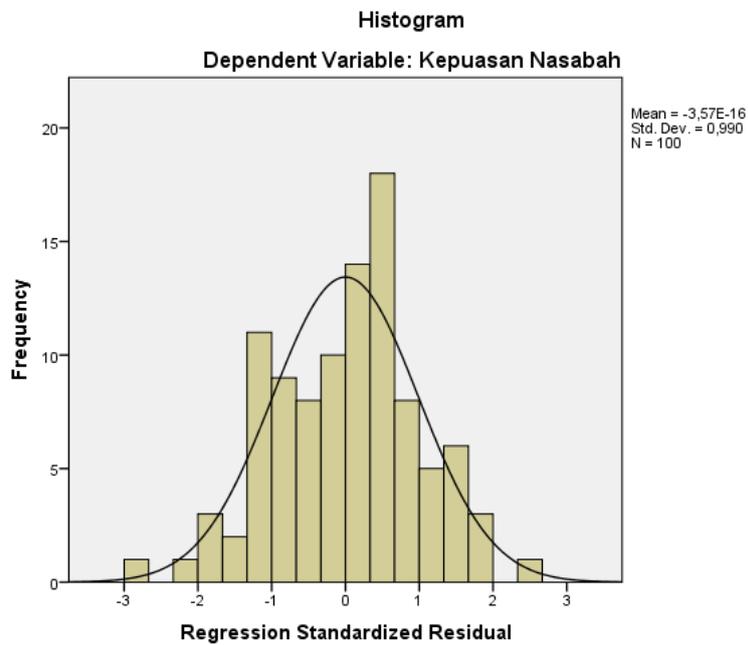
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

9. Hasil Uji Normal Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



10. Hasil Uji Histogram



11. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,54133254
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,052
	Negative	-,066
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

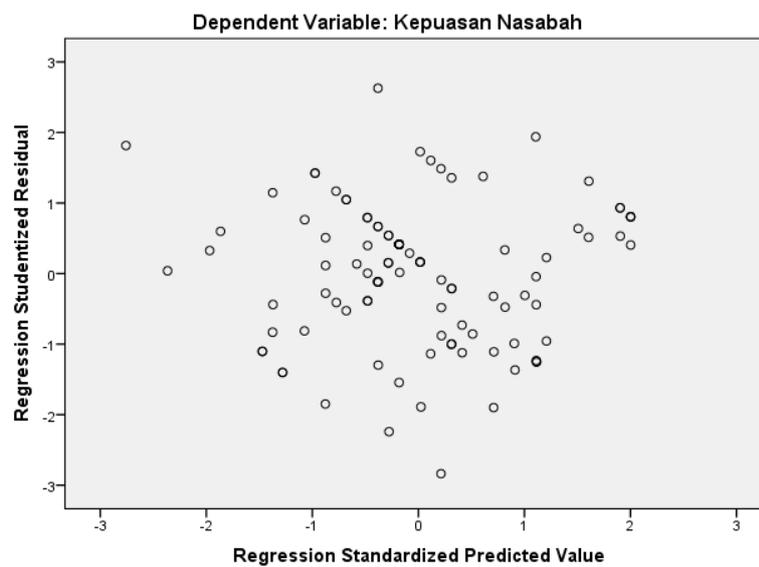
12. Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser dan Sacatterplot

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,896	1,369		1,385	,169
Kualitas Layanan	-,001	,043	-,004	-,028	,978
Kualitas Informasi	,004	,037	,015	,106	,916

a. Dependent Variable: ABS_RES

Scatterplot



13. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1029,531	2	514,766	78,095	,000 ^b
Residual	639,379	97	6,592		
Total	1668,910	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi, Kualitas Layanan

14. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,774	2,315		1,198	,234
Kualitas Layanan	,322	,072	,396	4,470	,000
Kualitas Informasi	,318	,062	,454	5,125	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Variabel	T hitung	Signifikansi	Alpha 5%	Keterangan
Kualitas Layanan	4,470	0,000	0,05	Berpengaruh Signifikan
Kualitas Informasi	5,125	0,000	0,05	Berpengaruh Signifikan

15. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,785 ^a	,617	,609	2,567

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi, Kualitas Layanan

Lampiran 4 Surat Keterangan Penelitian

**BSI** BANK SYARIAH
INDONESIA

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
KC Pati Sudirman
Jl. Panglima Sudirman No. 207
Ruko Plaza Pati A1-A2
Pati 59111 Indonesia
Telp. : (0295) 386699
Faks. : (0295) 387799
www.bankbsi.co.id

SURAT KETERANGAN
No. 22/182-3/10367

PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk KC Pati Sudirman yang berkedudukan di Jl P Sudirman No 207 Pati, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Ridwan Samiul Mujib
NIM : 1705036135
Jurusan : Perbankan Syariah
Universitas : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Telah melaksanakan penelitian/riset di PT Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pati dengan judul skripsi "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KC Pati Sudirman)"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Pati, 02 Desember 2022
PT Bank Syariah Indonesia Tbk
Kantor Cabang Pati Sudirman

**BSI** BANK SYARIAH
INDONESIA
KC Pati Sudirman

Alaik Teguh Hermanto
Operational Staff

Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian



Foto Bersama Bapak Alaik Teguh H. selaku operasional staff BSI
KC Pati Sudirman



Bangunan BSI KC Pati Sudirman



Operasional BSI KC Pati Sudirman



E Ticketing BSI KC Pati Sudirman



ATM BSI KC Pati Sudirman

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ridwan Samiul Mujib
Tempat, Tanggal Lahir : Pati, 16 Maret 2000
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat :Ds. Asempapan RT 02 RW 04, Kec. Trangkil
,Kab. Pati
Email :ridwansm16@gmail.com

PENDIDIKAN FORMAL

1. TK Uswatun Hasanah 2003-2004
2. MI Silahul Ulum Tahun 2004 -2011
3. MTS Silahul Ulum Tahun 2011 – 2014
4. MAN 2 Kudus Tahun 2014 – 2017
5. UIN Walisongo Semarang Tahun 2017 – 2022

PENGALAMAN ORGANISASI

1. Ketua Osis Mts Silahul Ulum periode 2012-2013
2. Anggota IJMA' (Ikatan Jamaah Masjid Warosatul 'Anbiya) 2012-2014
3. UKM JQH El-Fasya El-Febi's UIN Walisongo Semarang
4. PMII Rayon Ekonomi dan Bisnis Islam
5. Organisasi daerah KMPP Semarang

Demikian riwayat hidup ini, saya buat dengan sebenar – benarnya untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 16 Desember 2022



Ridwan Samiul Mujib