



**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN
KEPUASAN NASABAH**
(Studi Kasus Pada PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar)

Skripsi

Disusun Oleh :
Muhammad Kosasih Ruseno Putra
021114009

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
2019**

ABSTRAK

MUHAMMAD KOSASIH RUSENO PUTRA. 021114009. “Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah Studi: Pada PT. Bnk BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar”. Dibawah bimbingan Ketua Komisi pembimbing Ibu OKTORI KISWATI ZAINI dan Anggota Komisi Pembimbing Ibu YUARY FARRADIA 2019.

Persaingan dalam dunia perbankan menjadi semakin ketat, permasalahan yang dihadapi oleh PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar adalah jumlah nasabah yang diperoleh terus mengalami penurunan setiap tahunnya. PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar sudah melakukan peningkatan pelayanan dengan memperbaiki kinerjanya, tetapi masih dirasa kurang oleh nasabah, terbukti dengan persentase keluhan nasabah yang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Penurunan nasabah serta keluhan yang selalu naik ini harus diperbaiki oleh PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar kedepannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar, untuk menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar, dan untuk menganalisis seberapa besar hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar.

Penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden yaitu pada PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar. Metode analisis yang digunakan yaitu deksriptif, *korelasi rank spearman*, dan koefisien determinasi (r^2) dan uji hipotesis untuk korelasi dengan menggunakan SPSS 23.

Berdasarkan hasil penelitian Kualitas Pelayanan pada PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar dinilai baik dengan rata-rata sebesar 83,73%, sedangkan untuk tanggapan responden kepuasan nasabah nilai rata-ratanya sebesar 81,36% termasuk kedalam kriteria puas. Hasil analisis *Korelasi Rank Spearman* diperoleh nilai sebesar 0,598, artinya kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah mempunyai hubungan yang kuat. Hasil analisis koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 35,76%, artinya kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 35,76% dan sisanya 64,24%, dipengaruhi oleh faktor lainnya. Setelah dilakukan uji hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif, antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN NASABAH
(STUDI KASUS PADA PT. BANK BNI SYARIAH MIKRO KC VETERAN
MAKASSAR)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan,
Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., CA.)

Ketua Program Studi,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Tutus Rully'.

(Tutus Rully, S.E., M.M)

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN NASABAH
(STUDI KASUS PADA PT. BANK BNI SYARIAH MIKRO KC VETERAN
MAKASSAR)**

SKRIPSI

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari: Sabtu Tanggal: 11/Mei/2019

Muhammad Kosasih Ruseno Putra

021114009

Menyetujui,
Ketua Sidang



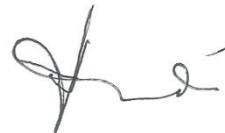
(Hj. Dra. Sri Hartini, MM.)

Ketua Komisi Pembimbing



(Oktor Kiswati Zaini, S.E., M.M.)

Anggota Komisi Pembimbing



(Ir. Yuary Farradia, M.Sc.)

© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan, tahun 2019

Hak Cipta dilindungi Undang-undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN NASABAH: STUDI PADA PT. BANK BNI SYARIAH MIKRO KC VETERAN MAKASSAR”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Pakuan Bogor.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna oleh karena itu keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis dapatkan oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mohon maaf atas segala kekurangan.

Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa ada bantuan dan kerjasama dari pihak lain. Oleh karena itu kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendorong terwujudnya skripsi ini.

Segala keterbatasan hati penulis mengucapkan terima kasih khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., M.M., C.A., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
2. Ibu Tutus Rully, SE., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
3. Ibu Yudhia Mulya, SE., M.M. Selaku Sekretaris Program Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
4. Ibu Oktori Kiswati Zaini, S.E., M.M Selaku Ketua Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan arahan, masukan, saran, dan motivasi kepada penulis hingga skripsi ini selesai.
5. Ibu Ir. Yuary Farradia, M.SC Selaku Anggota Dosen Pembimbing Penulis yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan arahan, masukan, saran, dan motivasi kepada penulis hingga skripsi ini selesai.
6. Kedua orang tuaku tersayang Ayah dan Mamah serta kakakku yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta do'a yang tak pernah putus disetiap harinya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen, Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
8. Bapak Edy Winarno Selaku Manajer Bank BNI Syariah yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian di Bank BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar.
9. Lianita Ardiyani S yang tiada hentinya mendukung, memberikan semangat, do'a dan dorongan hingga skripsi ini selesai.

10. Seluruh rekan-rekan Manajemen A angkatan 2014 yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, yang telah mendukung dan memberikan semangat selama ini.

Penulis menyadari bahwa isi skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat beberapa kekurangan baik ditinjau dari segi materi, penyampaian bahasa, dan teknik penyajian. Semua itu karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun, namun demikian penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang membaca.

Bogor, Januari 2019

Muhammad Kosasih Ruseno Putra

DAFTAR ISI

JUDUL	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HAK CIPTA	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Konsep Pemasaran	8
2.2 Jasa	11
2.2.1 Pengertian Jasa.....	11
2.2.2 Karakteristik Jasa.....	12
2.3 Tinjauan Umum Perbankan.....	13
2.3.1 Pengertian Bank	13
2.3.2 Jenis-jenis Bank	14
2.4 Kualitas Pelayanan	16
2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	16
2.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	17
2.4.3 Analisa Kesenjangan Kualitas Pelayanan	19
2.4.4 Skema Gap Kualitas Pelayanan	20
2.5 Kepuasan Konsumen.....	23
2.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	23
2.5.2 Pengertian Harapan Kepuasan Konsumen.....	24
2.5.3 Manfaat Kepuasan Konsumen	24
2.5.4 Pengukuran Kepuasan Konsumen	26
2.5.5 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	28
2.5.6 Indikator Kepuasan Konsumen.....	29
2.6 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran	31

2.6.1	Penelitian Sebelumnya.....	31
2.6.1	Kerangka Pemikiran	31
2.7	Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	34
3.2.1	Objek Penelitian	34
3.2.2	Unit Analisis.....	34
3.2.3	Lokasi Penelitian	34
3.3	Jenis dan Sumber Data Penelitian	34
3.4	Operasionalisasi Variabel	34
3.5	Metode Penarikan Sampel	36
3.6	Metode Pengumpulan Data	36
3.7	Metode Pengolahan / Analisis Data	37
3.7.1	Analisis Instrumen Data	37
3.7.2	Metode Analisis	38
BAB IV	PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	41
4.1.1	Sejarah Umum BNI dan BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar	41
4.1.2	Visi dan Misi BNI SYARIAH Mikro KC Veteran Makassar	41
4.1.3	Struktur Organisasi Bank BNI SYARIAH Mikro KC Veteran Makassar	42
4.1.4	Profil Responden	43
4.2	Analisi Data	45
4.2.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	45
4.3	Pembahasan	48
4.3.1	Kualitas Pelayanan Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar.....	48
4.3.2	Kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar.....	62
4.3.3	Hubungan Antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian	68
4.3.4	Koefisien Determinasi	68
4.3.5	Uji Hipotesisi.....	69
4.4	Interpretasi dan Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
4.4.1	Kualitas Pelayanan	69
4.4.2	Kepuasan Nasabah.....	70
4.4.3	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah	70

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	72
5.2	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Top Brand PT.Bank BNI Syariah dan Pesaingnya	2
Tabel 1.2	: Jumlah Nasabah Bank BNI Syariah Mikro kc veteran Makassar	3
Tabel 1.3	: Jumlah Keluhan Nasabah Bank BNI Syariah Veteran Makassar	4
Tabel 2.1	: Penelitian Sebelumnya	31
Tabel 3.1	: Operasional Variabel.....	35
Tabel 3.2	: Skala Likert	37
Tabel 3.3	: Interpretasi Hasil	38
Tabel 3.4	: Kriteria Koefisien Korelasi	39
Tabel 4.1	: Jenis kelamin responden	43
Tabel 4.2	: Usia Responden.....	44
Tabel 4.3	: pendidikan terakhir.....	44
Tabel 4.4	: pendapatan terakhir	45
Tabel 4.5	: Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X).....	45
Tabel 4.6	: Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)	46
Tabel 4.7	: Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	47
Tabel 4.8	: Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah	47
Tabel 4.9	: Pernyataan Responden Lingkungan pada PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar bersih / rapi / nyaman.....	48
Tabel 4.10	: Pernyataan Responden Kelengkapan fasilitas Toilet yang ada di PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar bersih/wangi	49
Tabel 4.11	: Pernyataan Responden Area parkir yang luas.....	49
Tabel 4.12	: Pernyataan Responden kenyamanan ruang tunggu.....	50
Tabel 4.13	: Pernyataan Responden kebersihan dan kerapihan pegawai	51
Tabel 4.14	: kecepatan karyawan PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar merespon keluhan nasabah	52
Tabel 4.15	: Karyawan PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar dapat memberikan informasi yang lengkap kepada nasabah	53
Tabel 4.16	: Fasilitas informasi yang ada pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar memadai	54
Tabel 4.17	: Kemampuan Cepat Tanggap Masalah Pada Nasabah.....	54
Tabel 4.18	: Ketersediaan Melayani Pada Jam Sibuk	55
Tabel 4.19	: Dapat Memberikan Kenyamanan Keseluruhan Dalam Menangani Nasabah	56
Tabel 4.20	: Dapat Memberikan Keadlian Dalam Hal Pelayanan	57
Tabel 4.21	: Dapat Menangani Dan Memberi Solusi Atas Keluhan Nasabah	57
Tabel 4.22	: Tingkat keramahan yang diberikan pegawai di PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar	58
Tabel 4.23	: Tingkat perhatian personal terhadap nasabah	59

Tabel 4.24	: Dapat melihat apa yang diinginkan oleh nasabah	60
Tabel 4.25	: Hasil Rata-Rata Kualitas Pelayanan pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar	61
Tabel 4.26	: Pernyataan jasa yang diberikan sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan	62
Tabel 4.27	: Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.....	63
Tabel 4.28	: Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan	64
Tabel 4.29	: Berminat untuk berkunjung kembali, karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan	64
Tabel 4.30	: Nilai dan manfaat yang diperoleh setelah memakai jasa	65
Tabel 4.31	: Fasilitas penunjang yang disediakan memadai	66
Tabel 4.32	: Hasil Rata-Rata Kepuasan nasabah PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar	67
Tabel 4.33	: Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan nasabah PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar.....	68
Tabel 4.34	: Interpretasi Koefisien Korelasi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Jumlah Nasabah Bank BNI Syariah.....	4
Gambar 1.2 : Jumlah Keluhan Nasabah Bank BNI Syariah	5
Gambar 2.1 : Model Konseptual SERVQUAL	20
Gambar 2.2 : Konstelasi Penelitian	33
Gambar 3.1 : Kurva Uji Hipotesis	40
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Bank BNI SYARIAH Mikro KC Veteran Makassar.....	42
Gambar 4.2 : Kurva Hasil Uji Hipotesis	69

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keterangan Riset Dari Perusahaan
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Hasil Coding Kualitas Pelayanan
- Lampiran 4 : Hasil Coding Kepuasan Nasabah

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi disebabkan oleh kualitas pelayanan yang baik dan hal itu akan menghasilkan kepuasan bagi pelanggan. Dalam perbankan, kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dibandingkan dengan kinerja pelayanan jasa yang diberikan oleh bank, harapan itu lantas dibandingkan dengan persepsinya dengan kualitas yang diterimanya dengan menggunakan pelayanan jasa itu. Jika kinerjanya lebih tinggi daripada harapan, nasabah akan merasa puas. Sebaliknya jika kinerjanya lebih kecil daripada harapan maka nasabah akan merasa tidak puas.

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang dihadapi. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas, pelayanan dan nilai. Kunci untuk menghasilkan ketiaan pelanggan adalah memberikan nilai yang tinggi. Pelanggan yang merasa tidak puas terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan, maka pelanggan dengan inisiatifnya sendiri akan menceritakan kepada orang lain sebagai komplain atas ketidak puasannya.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa factor antara lain pengalaman masa lalu, pendapat teman, informasi dan janji perusahaan (Assegaf, 2009;173).

Menurut Tjiptono (2011;59) Kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah akan mampu meningkatkan kepercayaan terhadap bank. Pemberian pelayanan yang baik juga akan menumbuhkan citra yang baik pula pada nasabah. Kualitas layanan berarti seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan pelanggan atas layanan yang

mereka terima. Dapat didefinisikan juga sebagai hasil persepsi dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja actual layanan. Dari kedua pendapat diatas dapat diketahui bahwa ada 2 unsur utama dalam kualitas layanan/jasa yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*).

Pada dunia perbankan, kualitas yang baik kepada nasabah akan mampu meningkatkan kepercayaan terhadap bank. Pemberian pelayanan yang baik juga akan menumbuhkan citra yang baik pula pada nasabah oleh karena itu setiap nasabah akan terus mengulang melakukan kegiatannya kepada bank tersebut dan menjadikan nasabah tersebut loyal kepada bank yang memberikan kualitas dan pelayanan yang baik.

Persaingan dari PT. Bank BNI Syariah dengan bank lain berdasarkan hasil survey TOP BRAND (www.topbrand-award.com, tahun 2017) yang dilihat dari topbrand adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1. Top Brand PT. Bank BNI Syariah dan Pesaingnya
2014-2016

Merek / Nama Bank	TBI %		
	2016	2015	2014
Bank Syariah Mandiri (BSM)	31.5	27.4	32.9
BRI Syariah	26.4	28.5	21.6
BNI Syariah	15.9	13.9	13.5
Bank Muamalat	10.1	10.8	15.9
BCA Syariah	3.6	9.5	3.2

Sumber : www.topbrand-award.com 2017

Keterangan :

TBI = Top Brand Index, adalah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek terbaik pilihan konsumen.

Berdasarkan Tabel 1 menjelaskan bahwa merek Bank BNI Syariah berada diposisi ketiga setelah Bank Syariah Mandiri dan Bank BRI Syariah yang menguasai top brand beberapa tahun tersebut. selain itu perkembangan pangsa merek Bank BNI Syariah pada tahun 2014 mencapai 13,5% Tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar 0,4% menjadi 13,9%. Pada tahun 2016 mengalami kenaikan kembali sebesar 2% menjadi 15,9%. Pelayanan terbaik yang menjadi kebutuhan nasabah saat ini. Untuk itu dalam menghadapi persaingan dunia perbankan, perusahaan berlomba-lomba memberikan pelayanan terbaik yang menjadi kunci keberhasilan dalam memenangkan persaingan.

Nasabah memang harus diberikan pelayanan yang baik dan cepat yang berkaitan dengan transaksi bank. Apabila diabaikan maupun pelayanan yang kurang cepat, maka mereka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi nasabah diperusahaan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan pendapatan perbankan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Oleh karena itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan

nasabah agar dapat mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan yang telah dirasakan oleh nasabah.

Dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan, perbankan syariah telah mendapatkan kesempatan yang lebih luas untuk menyelenggarakan kegiatan usaha, termasuk pemberian kesempatan kepada Bank Umum Konvensional untuk membuka kantor cabangnya yang khusus melakukan kegiatan berdasarkan prinsip syariah. Pemberian kesempatan pembukaan cabang berdasarkan prinsip syariah dilakukan dalam upaya meningkatkan jaringan perbankan syariah yang dilakukan secara bersamaan dengan upaya perberdayaan perbankan syariah yang sudah ada. Dengan upaya tersebut diharapkan akan mendorong perluasan jaringan kantor, pengembangan pasar uang antar bank syariah, peningkatan kualitas sumber daya manusia, dan kinerja bank syariah yang pada akhirnya akan menunjang pembentukan landasan perekonomian yang lebih tangguh.

PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar merupakan bagian dari perbankan nasional. Keyakinan pada kebenaran perekonomian dan kegiatan muamalah yang sesuai dengan syariah, dan penerimaan masyarakat atas kegiatan perbankan syariah, telah memberikan semangat kepada PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar untuk memberikan pelayanan yang terbaik dengan berlandaskan tiga pilar yaitu : adil, transparan dan maslahat yang mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap system perbankan yang lebih adil.

PT BNI Syariah ini sudah mempunyai 65 kantor cabang, 161 kantor cabang pembantu, 17 kantor kas, 22 mobil layanan gerak dan 20 payment point. Pada tahun 2001 BNI Syariah kembali membuka cabang syariah yang difokuskan di kota-kota besar di Indonesia yakni : Jakarta, Bandung, Makassar dan Padang. PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar berlokasi di Jl. Veteran Selatan No. 284 A, Kel mamajang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan – 90133.

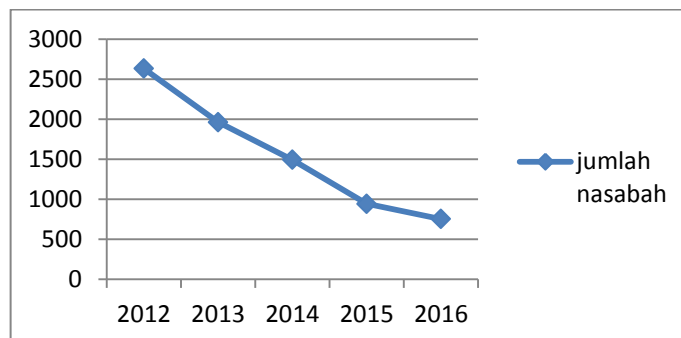
Tabel 1.2. Jumlah Nasabah Bank BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar Tahun 2012 - 2016

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Pertumbuhan Nasabah (%)
1	2012	2.631	-
2	2013	1.962	-25,43
3	2014	1.492	-23,96
4	2015	943	-36,79
5	2016	754	-20,04

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan data jumlah nasabah di atas, bahwa jumlah nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar. Jumlah nasabah pada tahun 2012 mencapai 2.631 mengalami penurunan sebesar 669 menjadi 1.962. pada tahun 2013 mencapai 1.962 menurun sebesar 470 menjadi 1.492. pada tahun 2014 mencapai 1.492 mengalami penurunan sebesar 549 menjadi 943. Dan pada tahun 2015 kembali mengalami penurunan sebesar 189 menjadi 754. Ini disebabkan oleh banyak factor

salah satunya adalah kualitas pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah.



Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Gambar 1.1. Jumlah Nasabah Bank BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar Tahun 2012 – 2016

Dari grafik diatas menunjukkan bahwa jumlah nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar mengalami penurunan disetiap tahunnya dikarenakan nasabah merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Terdapat beberapa keluhan nasabah pada Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar, bisa dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.3. Beberapa jenis keluhan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar Tahun 2012-2016

No	Jenis Keluhan
1	Antrian bertransaksi di teller yang cukup memakan waktu lama.
2	Sulit untuk menghubungi <i>customer service</i> pusat apabila ada permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan.
3	ATM BNI sering mengalami <i>crash</i> dan gangguan (<i>offline</i>).
4	<i>Customer service</i> kurang ramah saat melayani nasabah.
5	Kartu ATM yang tertelan di mesin.

Sumber : Data Sekunder, 2017

Dari tabel diatas memperlihatkan bahwa terdapat beberapa keluhan yang sering dirasakan oleh nasabah Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar dengan jumlah keluhan sebanyak 5 poin. Dari beberapa jenis keluhan nasabah diatas berdampak pada penurunan jumlah nasabah, hal ini terlihat dari jumlah keluhan yang semakin meningkat setiap tahunnya.

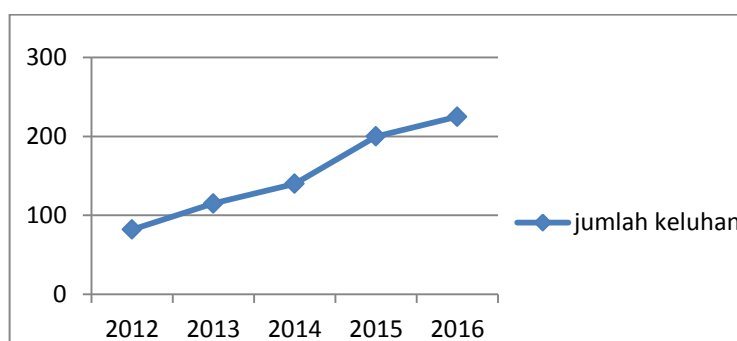
Tabel 1.4. Jumlah Keluhan Nasabah Bank BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar Tahun 2012 – 2016

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Keluhan Nasabah	Keluhan Nasabah (%)
1	2012	2.631	82	3,11
2	2013	1.962	115	5,86
3	2014	1.492	140	9,38
4	2015	943	200	21,20
5	2016	754	225	29,84

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan data jumlah keluhan diatas, terlihat jumlah keluhan pada PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar mengalami kenaikan yang cukup signifikan pada setiap tahunnya. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada grafik dibawah ini :

Gambar 1.2. Jumlah Keluhan Nasabah Bank BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar Tahun 2012-1016



Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Dari grafik diatas menunjukkan bahwa nasabah pada setiap tahunnya mengalami peningkatan karena adanya ketidakpuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Menurut Kivetzdan Simoson dalam sopiah dan sangadji (2013), kepuasan konsumen bisa menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.

Semakin banyaknya persaingan dalam industri jasa perbankan memaksa PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar 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, PT. Bank BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar sangat memprioritaskan kualitas pelayanan dengan memberikan pelayanan dan fasilitas-fasilitas unggulan yang tidak dimiliki oleh pesaing yang tentunya akan berakibat

pada kepuasan yang diperoleh nasabah. Menurut Fandi Tjiptono (2008) dimensi kualitas yang digunakan adalah bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*).

Kualitas yang diberikan kepada nasabah dirasa masih buruk, hal ini ditandai dengan adanya keluhan-keluhan dari nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar. Sehubungan dengan hal di atas, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah: Studi Pada Pt. Bank Bni Syariah Mikro KC Veteran Makassar”**.

1.2. Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Setiap pelayanan perbankan pasti menghadapi masalah dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukannya, baik itu yang bersumber dari dalam bank sendiri maupun yang bersumber dari luar bank. Maka penulis akan mengidentifikasi masalah-masalah yang dihadapi oleh PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar antara lain:

1. Adanya penurunan jumlah nasabah dari tahun 2012-2016 pada PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar.
2. Adanya peningkatan jumlah keluhan dari tahun 2012-2016 pada PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, secara sederhana dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh oleh PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar ?
3. Bagaimana hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar ?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data-data dan informasi tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar. Dengan mengacu pada perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar.

2. Untuk menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar.
3. Untuk menganalisis seberapa besar hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
Memberikan informasi tentang prioritas faktor-faktor dalam meningkatkan kualitas pelayanan di perbankan syariah pada umumnya dan Bank BNI Syariah pada khususnya untuk memberikan kepuasan nasabah pada perbankan syariah.
2. Kegunaan Praktis
Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan dalam merumuskan strategi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang maksimal guna meningkatkan kepuasan nasabah bank syariah pada umumnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran

2.1.1. Pengetian Pemasaran

Adapun beberapa teori pemasaran yang dikemukakan oleh beberapa ahli :

Menurut *American Marketing Association* dalam buku pemasaran Jasa oleh Fandy Tjiptono (2014), pemasaran adalah aktivitas, serangkaian industri, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat luas.

Adapun menurut Philip Kotler dalam buku Manajemen Pemasaran oleh Philip Kotler Kevin Lane Keller (2009) mendefinisikan pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertahankan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain.

Sedangkan menurut William J. Stanton dalam buku Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran oleh Danang Sunyoto (2012), *marketing is a total system business designed to plan, price, promote and distribute want satisfying products to target market to achieve organizational objective.* (pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu perpaduan dari aktivitas-aktivitas yang saling berhubungan untuk mengetahui kebutuhan konsumen melalui penciptaan, penawaran, mempertahankan produk dan jasa, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan untuk memuaskan keinginan konsumen.

2.1.2. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran merupakan suatu falsafah manajemen dalam bidang pemasaran yang berorientasi kepada kebutuhan dan keinginan konsumen dengan didukung oleh kegiatan pemasaran terpadu yang diarahkan untuk memberikan kepuasan konsumen sebagai kunci keberhasilan organisasi dalam usahanya mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Jadi, konsep pemasaran merupakan orientasi perusahaan yang menekankan bahwa tugas pokok perusahaan adalah menentukan kebutuhan dan keinginan pasar, dan selanjutnya memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut sehingga dicapai tingkat kepuasan langganan yang melebihi dari kepuasan yang diberikan oleh para saingan.

Menurut Sofjan Assauri dalam buku Manajemen Pemasaran (2015), terdapat lima konsep pemasaran yaitu :

1. Konsep Produksi
Konsep produksi merupakan suatu orientasi manajemen yang menganggap bahwa konsumen akan menyenangi produk-produk yang telah tersedia dan dapat dibeli.
2. Konsep Produk
Konsep produk merupakan orientasi manajemen yang menganggap konsumen akan lebih tertarik pada produk-produk yang ditawarkan dengan mutu yang terbaik pada tingkat harga tertentu.
3. Konsep Penjualan
Konsep penjualan merupakan suatu orientasi manajemen yang menganggap konsumen akan melakukan atau tidak melakukan pembelian produk-produk organisasi/perusahaan didasarkan atas pertimbangan usaha-usaha nyata yang dilakukan untuk mendorong minat akan produk tersebut.
4. Konsep Pemasaran
Konsep pemasaran merupakan orientasi manajemen yang menentukan bahwa kunci pencapaian tujuan organisasi terdiri dari kemampuan perusahaan/ organisasi menentukan kebutuhan dan keinginan pasar yang dituju (sasaran) dan kemampuan perusahaan/organisasi tersebut memenuhi dengan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan efisien dari para saingan.
5. Konsep Pemasaran ke Masyarakat
Konsep Pemasaran ke Masyarakat merupakan suatu orientasi manajemen yang menekankan bahwa tugas utama perusahaan/organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan dari pasar yang dituju (sasaran) dan mengusahakan agar perusahaan/organisasi tersebut dapat menyerahkan kepuasan yang diinginkan secara lebih efektif dan lebih efisien dari para saingannya dalam meningkatkan dan melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat.

Dalam pemasaran terdapat enam konsep yang merupakan dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu organisasi (Kotler, 2009)

1. Konsep Produksi
Konsep produksi berpendapat bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dimana - mana dan harganya murah. Konsep ini berorientasi pada produksi dengan mengerahkan segenap upaya untuk mencapai efisiensi produk tinggi yang didistribusi dengan luas. Disini tugas manajemen adalah memproduksi barang sebanyak mungkin, karena konsumen dianggap akan menerima produk yang tersedia secara luas dengan daya beli mereka.

2. Konsep Produk
Konsep ini mengatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi dan ciri-ciri yang terbaik. Tugas manajemen disini adalah membuat membuat produk berkualitas karena konsumen dianggap menyukai produk berkualitas tinggi dalam penampilan dengan ciri - ciri terbaik.
3. Konsep Penjualan
Konsep ini berpendapat bahwa konsumen dibiarkan begitu saja maka organisasi harus berupaya melaksanakan penjualan dan promosi yang agresif.
4. Konsep Pemasaran
Konsep ini mengatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.
5. Konsep Pemasaran Sosial
Konsep ini berpendapat bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan dengan cara yang lebih efektif dan efisien dari pada para pesaing dengan tetap melestarikan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.
6. Konsep Pemasaran Global
Pada konsep global ini, manajer eksekutif berupaya memahami semua faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi pemasaran melalui manajemen strategis yang mantap. Tujuan akhirnya adalah berupaya untuk memenuhi keinginan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan.

Menurut Sudaryono (2016), konsep inti pemasaran ada 4, yaitu

1. Kebutuhan, Keinginan, dan Permintaan
Inti pemasaran yaitu di mulai dengan kebutuhan dan keinginan manusia. Salah satu kebutuhan manusia antara lain seperti, makan, pakaian, tempat tinggal dll. Seperti yang kita ketahui, kebutuhan dan keinginan memiliki arti yang berbeda. Kebutuhan merupakan sesuatu yang dibutuhkan untuk bertahan hidup, sedangkan keinginan merupakan hasrat atau pemuas dari sesuatu yang kita inginkan.
2. Produk, Nilai, Biaya, dan Kepuasan
Apabila kita hendak memenuhi kebutuhan dan keinginan pasti berhubungan dengan produk ataupun jasa. Produk adalah sesuatu barang yang ditawarkan untuk memenuhi dan keinginan manusia. Manusia mempunyai suatu produk bukan dilihat dari fisiknya akan tetapi dilihat dari segi fungsinya.

3. Pertukaran, Transaksi, dan Hubungan

Kebutuhan dan keinginan manusia pada awalnya melalui pertukaran sesama manusia. Pada zaman dahulu apabila manusia membutuhkan barang maka mereka akan saling bertukar barang (barter) sesuai dengan barang yang mereka butuhkan. Dengan adanya pertukaran ini, adanya transaksi dengan sesama manusia, hal ini transaksi bukan menggunakan uang karena pada zaman dahulu belum ditemukannya uang. Dari hal itulah, maka manusia pada zaman dahulu sangat menjadi hubungan dengan baik

4. Pasar, Pemasaran, dan Pemasar

Pasar merupakan salah satu tempat bertemunya antara pembeli dan penjual. Di pasar kita dapat menemukan barang yang kita butuhkan dan inginkan dan mampu untuk melakukan pertukaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Jadi besarnya pasar tergantung jumlah orang yang memiliki kebutuhan, punya sumber daya yang diminati orang lain, dan mau menawarkan sumber daya itu untuk ditukar untuk memenuhi kebutuhan mereka

Dari beberapa pengertian menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa konsep pemasaran merupakan orientasi perusahaan yang menekankan bahwa tugas pokok perusahaan adalah menentukan kebutuhan dan keinginan pasar, dan selanjutnya memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut sehingga dicapai tingkat kepuasan langganan yang melebihi dari kepuasan yang diberikan oleh para saingan.

2.2 Jasa

2.2.1 Pengertian Jasa

Industri jasa cukup bervariasi. Sektor pemerintah dengan pengadilannya, pelayanan ketenagakerjaan, rumah sakit, departemen kepolisian, kantor pos, badan pembuatan peraturan, dan sekolah berada di usaha jasa. Sebagian sector bisnis, dengan perusahaan penerbangannya, bank, biro servis komputer, hotel, perusahaan asuransi, kantor konsultan, praktek medis, dan perusahaan real-estate, berada di bisnis jasa.

Menurut Christopher Lovelock (2011) *service are economic activities offered by one party to another. Often time based, performance bring about desired result to recipients, object, or other assets for which purchasers have responsibility.*

Menurut Indriyo Gitosudarmo (2008) jasa ialah produk tidak berwujud yang biasanya berupa pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen.

Pengertian jasa menurut Philip Kotler dan Helen Adams Keller (2010) Jasa/layanan (*service*) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun

Dari beberapa pengertian menurut para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa Jasa adalah suatu hal yang tidak dapat dilihat tapi dapat dirasakan manfaatnya oleh setiap konsumen.

2.2.2 Karakteristik Jasa

Menurut Kotler dan Armstrong (2013), Karakteristik jasa yaitu:

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)
Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud, jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa tersebut diterima.
2. Bervariasi (*Variability*)
Jasa bersifat non standart dan sangat variabel. Berbeda dengan kualitas produk fisik yang sudah berstandart, pada kualitas pelayanan jasa, tergantung pada siapa yang menyediakan, kapan, dimana dan bagaimana jasa diberikan. Karena itu jasa disebut bervariasi.
3. Tidak dapat di pisahkan (*Inseparability*)
Umunya jasa di produksi dan dikonsumsi pada waktu bersamaan dengan partisipasi konsumen di dalamnya.
4. Tidak dapat di simpan (*Perhability*)
Jasa tidak mungkin di simpan dalam bentuk persediaan. Nilai jasa hanya ada saat jasa tersebut di produksi dan langsung di terima oleh penerimanya. Karakteristik ini beda dengan barang terwujud yang dapat di produksi terlebih dahulu, di simpan, dan di pergunakan lain waktu.

Menurut Griffin dalam Lupiyoadi (2011) karakteristik jasa terdiri dari:

1. Intangibility (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami pelanggan dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.
2. Unstorability (tidak dapat disimpan). Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga inseparability (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
3. Customization (kustomisasi). Jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Sedangkan menurut Gasperz dalam Laksana (2008) Karakteristik jasa terdiri dari 12 karakteristik, yaitu:

1. Pelayanan merupakan output tak berbentuk (*intangible output*).
2. Pelayanan merupakan output variable, tidak standar
3. Pelayanan tidak dapat disimpan dalam inventori, tetapi dapat dikonsumsi dalam produksi

4. Terdapat hubungan langsung yang erat dengan pelanggan melalui proses pelayanan.
5. Pelanggan berpartisipasi dalam proses memberikan pelayanan.
6. keterampilan personil diserahkan atau diberikan secara langsung kepada pelanggan.
7. Pelayanan tidak dapat diproduksi secara masal.
8. Membutuhkan pertimbangan pribadi yang tinggi dari individu yang memberikan pelayanan.
9. Perusahaan jasa pada umumnya bersifat padat karya.
10. Fasilitas pelayanan berada dekat lokasi pelanggan.
11. Pengukuran efektivitas pelayanan bersifat subyektif.
12. Option penetapan harga lebih rumit.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa karakteristik jasa merupakan suatu tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihka lain yang secara prinsip tidak berwujud dan menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Jasa tidak mungkin di simpan dalam bentuk persediaan. Nilai jasa hanya ada saat jasa tersebut di produksi dan langsung di terima oleh penerimanya. Karakteristik ini beda dengan barang terwujud yang dapat di produksi terlebih dahulu, di simpan, dan di pergunakan lain waktu.

2.3 Tinjauan Umum Perbankan

2.3.1 Pengertian Bank

Pengertian bank dalam arti sempit adalah sebuah tempat dimana uang disimpan oleh pihak kelebihan dana dan dipinjamkan kepada pihak yang kekurangan dana. Bank juga dikenal sebagai tempat untuk melakukan berbagai jenis pembayaran.

Pegertian bank menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.7 tahun 1992. Tentang perbankan, yang telah diubah dengan Undang-Undang No.10 tahun 1998 :

Bank adalah usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan keadaan masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Berikut merupakan beberapa definisi bank menurut beberapa ahli, antara lain :

Menurut Malayu S.P Hasibuan (2009), bank umum adalah lembaga keuangan, pencipta uang, pengumpul dana dan penyalur kredit, pelaksana lalu lintas pembayaran, stabilisator moneter, serta dinamisator pertumbuhan perekonomian.

Sedangkan menurut Kasmir (2012), bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kemasyarakat serta memberikan jasa bank.

Dari pernyataan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa bank merupakan salahsatu lembaga keuangan yang bertugas untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan perekonomian suatu Negara.

Menurut Kasmir (2012) bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan utsms, yaitu :

1. Menghimpun dana
Strategi bank dalam menghimpun dana adalah dengan memberikan rangsa berupa balas saja yang menarik dan menguntungkan. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga, cendra mata, hadiah, pelayanan, atau balas jasa lainnya. Oleh karena itu pihak perbankan harus meberikan berbagai rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menanamkan dananya ke bank.
2. Menyalurkan dana
Merupakan melemparkan kembali dana yang diperoleh lewat simpanan giro, tabungan, dan deposito kemasyarakat dalam bentuk pinjaman (kredit).
3. Memberikan jasa bank lainnya
Merupakan jasa pendukung atau pelengkap kegiatan perbankan. Jasa-jasa ini diberikan terutama untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun dan meyalurkan dana, baik yang berhubungan langsung dengan kegiatan simpanan dan kredit maupun tidak langsung. Jasa perbankan lainnya seperti jasa setoran, jasa pembayaran, jasa pengiriman uang, jasa penagihan, jasa kliring.

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi kegiatan utama. Pertama menghimpun dana, kedua menyalurkan dana, memberikan jasa bank lainnya.

2.3.2 Jenis-jenis Bank

Dalam praktiknya perbankan di Indonesia saat ini terdapat beberapa jenis perbankan seperti yang diatur dalam undang-undang perbankan, jenis-jenis perbankan di Indonesia diatur dalam pasal 5 UU No. 7 tahun 1992. Dalam pasal 5 ayat (1), berbunyi :

1. Bank umum, adalah bank yang dapat memberikan jasa-jasa dalam lalu linta pembayaran
2. Bank Perkreditan Rakyat, adalah bank yang menerima simpanan dalam bentuk deposito berjangka dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Perbedaan jenis perbankan dalam UU perbankan No. 10tahun 1998 dapat dilihat dari fungsi bank, dan kepemilikan bank, perbedaan terletak pada luasnya kegiatan atau jumlah produk yang ditawarkan, maupun jangkauan wilayah

operasinya. Sedangkan kepemilikan perusahaan dapat dilihat dari segi kepemilikan saham yang ada dan akta pendirinya. Perbedaan lainnya adalah dilihat dari segi siapakah nasabah yang mereka layani apakah masyarakat luas atau masyarakat di lokasi tertentu (kecamatan). Jenis perbankan diklasifikasikan berdasarkan caranya menentukan harga jual dan harga beli.

1. Jenis bank berdasarkan fungsinya

a. Bank Sentral

Bank sentral yang dimaksud bank Indonesia adalah lembaga Negara yang independen dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya, bebas dari campur tangan pemerintah dan atau pihak lain kecuali untuk hal-hal secara tegas diatur dalam undang-undang ini.

b. Bank Umum

Bank umum adalah bank melaksanakan kegiatan secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Jasa yang diberikan oleh bank umum bersifat umum, artinya dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Bank umum sering disebut bank komersial (*commercial bank*).

c. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank Perkreditan rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Artinya, kegiatan BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan bank umum.

2. Jenis bank berdasarkan kepemilikan

a. Bank milik Pemerintah

Adalah bank dimana baik akta pendiri atau modalnya dimiliki pemerintah, sehingga seluruh keuntungan bank dimiliki pemerintah pula.

b. Bank milik swasta nasional

Bank jenis ini, seluruh atau sebagian besar sahamnya dimiliki oleh swasta nasional. Akta pendirinya menunjukkan kepemilikan swasta, begitu pula dengan pembagian keuntungannya untuk pihak swasta.

c. Bank milik koperasi

Kepemilikan saham-saham bank ini dimiliki oleh badan hukum koperasi.

d. Bank milik campuran

Kepemilikan bank campuran dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Saham bank campuran secara mayoritas dimiliki oleh warga Negara Indonesia.

- e. Bank milik asing
Bank jenis ini merupakan cabang dari bank yang ada diluar negeri, bank milik swasta asing atau pemerintah asing. Kepemilikannya dimiliki oleh pihak luar negeri.
3. Dilihat dari segi status
Dilihat dari segi kemampuannya dalam melayani masyarakat, bank umum dapat di klasifikasikan dalam 2 macam. Pengklasifikasian ini berdasarkan kedudukan atau status bank tersebut. Kedudukan atau status ini menunjukkan ukuran kemampuan bank dalam melayani masyarakat baik dalam jumlah, produk, modal, maupun kualitas pelayanan.
 4. Jenis bank berdasarkan kegiatan operasinya
 - a. Bank konvensional adalah bank yang dalam operasionalnya menerapkan metode bunga, karena metode bunga sudah ada terlebih dahulu, menjadi kebiasaan dan telah dipakai secara meluas dibandingkan metode bagi hasil.
Bank konvensional pada umumnya beroperasi dengan mengeluarkan produk-produk untuk menyerap dana masyarakat antara lain tabungan, simpanan deposito, simpanan giro, menyalurkan dana yang telah dihimpun dengan cara mengeluarkan kredit antara lain kredit investasi, kredit modal kerja, kredit konsumtif, kredit jangka pendek, dan pelayanan jasa keuangan.
 - b. Bank Syariah
Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam. Maksudnya adalah bank yang dalam operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara islam.

Kegiatan bank syariah dalam menentukan harga sangat berbeda dengan bank konvensional ketentuan harga bagi bank syariah didasarkan pada kesepakatan antara bank dengan nasabah penyimpan dana sesuai dengan jenis simpanan dan jangka waktunya, yang akan menentukan besar kecilnya porsi bagi hasil yang akan di terima oleh penyimpan.

2.4 Kualitas Pelayanan

2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, dimana kualitas pelayanan adalah suatu hal yang sangat menentukan bagus tidaknya kinerja sebuah perusahaan, karena konsumen sangat mengharapkan timbal balik atas apa yang telah mereka lakukan. Berikut adalah pengertian kualitas pelayanan menurut para ahli

Kualitas pelayanan menurut Ruyandi Hutasoit (2011) adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa

yang disediakan dalam pemenuhan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi bukti langsung, perhatian pribadi dari karyawan kepada konsumen, daya tanggap, keandalan dan jaminan

Kualitas pelayanan menurut Irawan (2008) adalah suatu permulaan dari kepuasan pelanggan dan juga hasil dari kepuasan pelanggan, baik kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan ini mempengaruhi intensitas kunjungan yang lebih kuat sehingga peningkatan kualitas pelayanan harus berorientasi pada pelanggan.

Menurut Stamatis yang dikutip oleh Usi Usmara (2008) kualitas pelayanan adalah suatu komitmen untuk merealisasikan konsep yang berorientasi pada konsumen, menetapkan suatu standar kinerja pelayanan, mengukur kinerja dengan melakukan benchmark, mengenali dan memberikan perilaku teladan serta memelihara daya tarik bagi konsumen setiap saat dalam upaya meningkatkan penjualan.

Menurut Parasuraman et al (2014) kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima

Menurut Fandy Tciptono (2011) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (service quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

2.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Valarie Zeithml, Leonard Berry, dan A. Parasuraman (2010) dimensi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. *Tangibles* (Penampilan unsur fisik).
2. *Reliability* (Kinerja yang dapat diandalkan dan akurat).
3. *Responsiveness* (Kecepatan dan kegunaan).
4. *Assurance* (Kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan).
5. *Emphaty* (akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan).

Menurut Fandi Tjiptono (2008) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya

1. Bukti fisik
Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan
Keandalan yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.
3. Daya tanggap
Daya tanggap yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa
4. Jaminan
Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam menangani pertanyaan atau keluhan dari pelanggan
5. Perhatian
Perhatian meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.

Menurut Gunawan Adi Saputro (2014) mengidentifikasi adanya lima determinan (penentu) tentang kualitas jasa. Kelima determinan berikut akan menentukan tingkat kepuasan konsumen serta kualitas jasa suatu perusahaan, yaitu:

1. Keandalan (*Reliability*)
Yaitu kemampuan dari jasa yang ditawarkan perusahaan untuk berkinerja sesuai dengan yang dijanjikan.
2. Sensitivitas memberikan tanggapan (*Responsiveness*)
Yaitu kesediaan penyedia jasa untuk membantu pelanggannya mencari penyelesaian bagi permasalahan yang mereka hadapi, apakah mereka cukup tanggap atau tidak.
3. Kepastian (*Assurance*)
Yaitu pengetahuan dan sifat hormat dari para personil penyedia jasa dan kemampuan mereka untuk mengembangkan kepercayaan dari pihak pengguna jasa.
4. Empati (*Empathy*)
Yaitu kesediaan personil penyedia jasa untuk melakukan perhatian secara khusus dan individual pada setiap pengguna jasa.

5. Berbagai peralatan / perlengkapan yang berwujud (*Tangible*)
Integritas maupun bonafiditas dari penyedia jasa juga dapat ditimbulkan melalui penampakan dari berbagai fasilitas fisik , seperti gedung, peralatan dan perlengkapan yang digunakan personalia yang berkualifikasi dan bahan-bahan komunikasi seperti brosur dan leaflet.

Menurut Usmara (2008) lima dimensi kualitas pelayanan digunakan untuk kualitas pelayanan dari:

1. *Tangible* (bukti langsung)
Komponen yang pertama menunjuk fasilitas fisik, penampilan personel, peralatan dan teknologi yang dipergunakan dalam memberi pelayanan.
2. *Reliability* (kehandalan)
Komponen yang kedua menunjuk pada kemampuan perusahaan untuk memberi pelayanan secara benar (akurat), dapat diandalkan, kemampuan menyediakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (daya tanggap)
Komponen ketiga dari kualitas pelayanan menunjuk pada kemauan baik atau itikad baik untuk memberikan pelayanan kepada konsumen.
4. *Assurance* (jaminan)
Komponen keempat dari kualitas pelayanan menunjuk pada pengetahuan, kemampuan dan sopan santun karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.
5. *Emphaty* (empati)
Komponen terakhir dari kualitas pelayanan menunjuk pada perhatian atau kepedulian karyawan terhadap konsumen secara individual.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas produk yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati merupakan ukuran untuk dimensi kualitas pelayanan.

2.4.3 Analisa Kesenjangan (Gap Analisis)

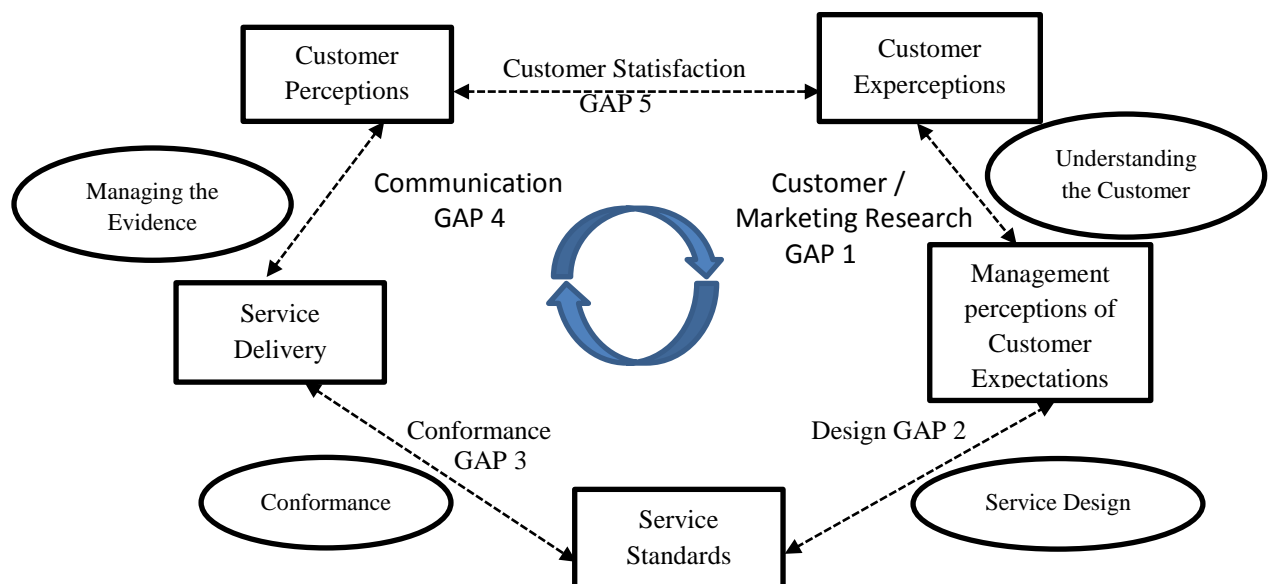
Menurut Valerie Zeithaml, A. Parasuraman, dan Leonard Berry mengidentifikasi empat kesenjangan dalam organisasi pelayanan kemudian mengubahnya menjadi lima kesenjangan. Lovelock & Wirtz (2011) mengidentifikasi menjadi enam kesenjangan, meliputi :

1. Kesenjangan pengetahuan (*Knowledge gap*)
Kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi manajemen yaitu pihak manajemen mempersepsikan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas jasa secara tidak akurat.
2. Kesenjangan kebijakan (*policy gap*)
Kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa yaitu spesifikasi kualitas jasa tidak konsisten dengan ekspektasi kualitas.

3. Kesenjangan penyampaian jasa (*delivery gap*)
Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa yaitu spesifikasi kualitas tidak terpenuhi oleh kinerja dalam proses produksi dan penyampaian jasa.
4. Kesenjangan komunikasi (*communications gap*)
Kesenjangan antara penyampaian jasa yang benar-benar ditemukan pelanggan. Kesenjangan ini memiliki dua sub-kesenjangan yaitu :
 - a. Kesenjangan komunikasi internal antar manajemen pemasaran dan personal pemasar tentang jenis produk, penampilan dan tingkat kualitas produk.
 - b. Kesenjangan *overpromise* yang disebabkan oleh pemasaran dan taksiran personal pemasar yang menggeneralisasi sehingga tidak sesuai yang dijanjikan.
5. Kesenjangan persepsi (*perception gap*)
Perbedaan antara fakta yang diterima konsumen dengan harapan yang ingin diterima konsumen.
6. Kesenjangan pelayanan (*service gap*)
Kesenjangan antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan tidak konsisten.

2.4.4. Skema Gap Kualitas Layanan

Menurut Parrasuraman et. Al (Fitzsimmons, 2012) mengemukakan *service Quality Gap Model* yang menjadi proses pelayanan berlangsung untuk menciptakan kepuasan pelanggan sebagai berikut :



Gambar 2.2. Model Konseptual SERVQUAL

1. **Gap 1** (*Customer Expectation-Management Perception*)
Kesenjangan pertama muncul dari kurangnya pemahaman pihak manajemen mengenai bagaimana pelanggan membentuk harapan mereka berdasarkan sumber-sumber yang tersedia. Untuk meminimalkan kesenjangan, dalam tahap ini perusahaan harus melakukan penelitian pasar (*market research*) untuk memahami pelanggan secara utuh sesuai kebutuhan dan harapan mereka.
2. **Gap 2** (*Management Perceptions-Service Standards*)
Kesenjangan ini ditimbulkan dari kurangnya komitmen pihak manajemen dalam memberikan kualitas pelayanan atau persepsi bahwa perusahaan tidak memungkinkan untuk memenuhi harapan pelanggan. Untuk mengatasi kesenjangan ini, penyusunan tujuan perusahaan (*goal setting*) dan membuat standar bagaimana pelayanan itu disampaikan (*service delivery*) dapat menutup kesenjangan ini. Kesenjangan ini terjadi karena penyampaian pelayanan yang terjadi tidak sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan perusahaan (*conformance gap*).
3. **Gap 3** (*Service Standards-Service Delivery*)
Kesenjangan dalam penyampaian pelayanan ini dapat disebabkan oleh berbagai hal, beberapa diantaranya adalah kurangnya kerjasama tim, pemilihan atau seleksi karyawan yang buruk, pelatihan yang kurang memadai, dan desain pekerjaan yang tidak sesuai. Harapan pelanggan terhadap pelayanan yang akan diterimanya dibentuk oleh media iklan dan berbagai media komunikasi yang berasal dari perusahaan.
4. **Gap 4** (*Service Delivery-Customer Perception*)
Perbedaan antara pelayanan yang disampaikan dan komunikasi eksternal berupa janji-janji yang berlebihan dan kurang tersedianya informasi bagi calon pelanggan akan menimbulkan kesenjangan ini. Perusahaan dinilai perlu untuk menyesuaikan informasi yang diberikan kepada calon pembeli dengan bukti pelayanan yang sesungguhnya diberikan (*managing the evidence*).
5. **Gap 5** (*Customer Perception-Customer Expectation*)
Kesenjangan ini merupakan hal esensi akhir yang menentukan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada minimalisasi kesenjangan pertama hingga kesenjangan keempat yang terkait dengan penyampaian pelayanan/jasa.

Menurut Yazid (2009) terdapat 5 kesenjangan (gap) dalam kualitas jasa pelayanan, yaitu sebagai berikut:

1. **Gap** antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen.
Kesenjangan ini muncul sebagai akibat ketidaktahuan manajemen tentang kualitas pelayanan seperti apa yang sebenarnya diharapkan konsumen.

2. Gap antara persepsi manajemen tentang harapan konsumen dan spesifikasi kualitas pelayanan.
Kesenjangan ini muncul karena para manajer menetapkan spesifikasi kualitas pelayanan berdasarkan apa yang mereka percayai sebagai yang diinginkan konsumen.
3. Gap antara spesifikasi kualitas pelayanan dengan layanan yang senyatanya disajikan.
Gagal dalam memilih desain dan standar yang “benar”. Kesenjangan ini utamanya muncul pada jasa yang sistem penyampaiannya sangat bergantung pada karyawan.
4. Gap antara penyampaian jasa aktual dengan komunikasi eksternal kepada konsumen.
Kesenjangan ini muncul dengan janji-janji yang disampaikan perusahaan jasa melalui media periklanan, tenaga penjualan dan komunikasi yang lainnya mungkin secara potensial bukan hanya meningkatkan harapan yang akan dijadikan sebagai standar kualitas pelayanan yang akan diterima konsumen, akan tetapi juga akan meningkatkan persepsi tentang layanan yang akan disampaikan kepada mereka.
5. Gap antara jasa yang diharapkan dengan yang actual diterima (tidak menyesuaikan unjuk kerja dengan janji-janji perusahaan kepada konsumen).
Kesenjangan ini, pada awalnya persepsi subyektif tentang kualitas antara yang dimiliki konsumen dan produsen jasa adalah sama, akan tetapi karena berbagai faktor yang muncul selama proses penyajian jasa, persepsi konsumen dan produsen tentang kualitas pelayanan dimaksud bisa saja berbeda.

Menurut A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml dan Leonard (2011) Skema gap kualitas layanan yaitu :

1. GAP 1 adalah gap antara harapan pelanggan – persepsi manajemen. Sehubungan GAP 1 ini ketiganya mengajukan proposisi 1: “gap antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen atas harapan tersebut akan punya dampak pada penilaian pelanggan atas kualitas pelayanan.”
2. GAP 2 adalah antara persepsi manajemen – spesifikasi kualitas pelayanan. Sehubungan dengan GAP 2 ini, ketiganya mengajukan proposisi 2: “Gap antara persepsi manajemen seputar harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas pelayanan akan berdampak pada kualitas pelayanan dari sudut pandang pelanggan.”
3. GAP 3 adalah gap antara spesifikasi kualitas pelayanan – penyelenggaraan pelayanan. Sehubungan dengan GAP 3 ini, ketiganya mengajukan proposisi 3: “Gap antara spesifikasi kualitas pelayanan dan penyelenggaraa

pelayanan actual akan berdampak pada kualitas pelayanan dari sudut pandang pelanggan.”

4. GAP 4 adalah gap antara penyelenggaraan pelayanan – komunikasi eksternal. Sehubungan dengan GAP 4 ini, ketiganya mengajukan proposisi : Gap antara penyelenggaraan pelayanan actual dan komunikasi eksternal tentang pelayanan akan berdampak pada kualitas pelayanan dari sudut pandang pelanggan.”
5. GAP 5 adalah gap antara pelayanan diharapkan – pelayanan diterima. Sehubungan dengan GAP 5 ini, ketiganya mengajukan proposisi 5: “kualitas yang pelanggan terima dalam pelayanan adalah fungsi magnitude dan arah gap antara pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang diterima.”

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa skema gap kualitas adalah suatu metode deskriptif guna menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan. Kesenjangan dalam penyampaian pelayanan ini dapat disebabkan oleh berbagai hal, beberapa diantaranya adalah kurangnya kerjasama tim, pemilihan atau seleksi karyawan yang buruk, pelatihan yang kurang memadai, dan desain pekerjaan yang tidak sesuai. Harapan pelanggan terhadap pelayanan yang akan diterimanya dibentuk oleh media iklan dan berbagai media komunikasi yang berasal dari perusahaan.

2.5. Kepuasan Konsumen

2.5.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dari kegiatan pemasaran, jika konsumen merasa puas dengan apa yang diberikan oleh pihak perusahaan maka konsumen itu pasti akan kembali berkunjung ke suatu perusahaan tersebut, sebaliknya, jika tidak konsumen akan kecewa. Berikut adalah pengertian kepuasan konsumen menurut para ahli

Menurut Danang Sunyoto (2012) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami satu dari tiga tingkat kepuasan umum, yaitu kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas, senang dan gembira.

Christopher Lovelock and Jochen Wirtz (2011) “Customer satisfaction is an attitude like judgment following a consumption experience, most research confirms that the confirmation or disconfirmation of preconsumption expectations is the essential determinant of satisfaction.”

Menurut Philip Kotler dan Amstrong (2010) adalah tingkat dimana suatu pencapaian performa dari semua produk yang diterima oleh konsumen sama dengan ekspektasi konsumen itu sendiri.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan konsumen yang muncul ketika sesuatu yang diharapkan berbanding dengan kinerja yang dihasilkan akan lebih besar/ kecil. Jika sesuatu yg diharapkan lebih besar dari kinerja, konsumen akan puas tetapi jika tidak, konsumen akan kecewa.

2.5.2 Pengertian Harapan Konsumen

Harapan konsumen akan terus berkembang sesuaikan perubahan lingkungan yang memberi informasi dan bertambahnya pengalaman pelanggan yang akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Adapun pengertian harapan konsumen menurut para ahli adalah sebagai berikut:

Menurut Fandy Tjiptono (2009) harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasinya, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Dengan demikian, harapan pelangganlah yang melatar belakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya.

Menurut Ali Hasan (2009) Harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya, harapan merupakan standar prediksi dan standar ideal.

Menurut Zeithmal et al (2010) harapan pelanggan adalah perkiraan atau keyakinan yang akan diterimanya. Pengertian tersebut didasarkan pada asumsi bahwa harapan merupakan standar prediksi.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa harapan pelanggan merupakan yang melatar belakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya.

2.5.3 Manfaat Kepuasan Konsumen

Manfaat Kepuasan Konsumen Menurut Chandra (2012) secara garis besar, kepuasan pelanggan memberikan manfaat kepada perusahaan, diantaranya

1. Berdampak positif pada loyalitas pelanggan
2. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*).

3. Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan).
4. Menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan.
5. Meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok).
6. Rekomendasi gethok tular positif.
7. Pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap product-line extensions, brand extensions, dan new add-on services yang ditawarkan perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis dan saluran distribusi.

Fandy Tjiptono (2009) dalam bukunya yang berjudul Total Quality Manajemen mengatakan bahwa apabila kepuasan pelanggan tercapai akan dapat memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan. Manfaat – manfaat yang didapat adalah:

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan .
6. Laba yang diperoleh meningkat.

Menurut Buchari Alma (2016) secara garis besar, kepuasan pelanggan memberikan yaitu :

1. Mempertahankan Pelanggan
Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan jasa akan memberitahukannya kepada orang lain dan sulit untuk membuatnya pindah ke tempat lain.
2. Menghindari persaingan harga
Suatu perusahaan jasa yang memiliki standar kualitas tinggi akan mempunyai posisi persaingan yang lebih kuat dibandingkan dengan perusahaan jasa yang memiliki standar kualitas rendah.
3. Mempertahankan karyawan-karyawan yang berkualitas
Karyawan-karyawan yang berkualitas akan lebih menyukai perusahaan tempatnya bekerja dijalankan dengan baik dan menghasilkan jasa yang berkualitas karena mereka tidak menginginkan untuk selalu dikomplain oleh pelanggan karena jasa yang tidak berkualitas.
4. Mengurangi biaya-biaya
Dengan diberikannya layanan yang memuaskan kepada pelanggan, pihak manajemen tidak perlu mengeluarkan biaya ekstra untuk kesalahan-kesalahan yang dibuat oleh karyawan.

5. Meningkatkan laba perusahaan

Dengan diberikannya kualitas layanan yang maksimal membuat pelanggan merasa puas. Pelanggan yang merasa puas ini pasti akan memberitahukan kepada orang lain sehingga banyak orang yang akan datang dan menggunakan jasa perusahaan yang pada akhirnya sangat membantu perusahaan dalam meningkatkan laba.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dapat dirasakan bila perusahaan memberikan suatu pelayanan yang baik. Dengan demikian Pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap product-line extensions, brand extensions, dan new add-on services yang ditawarkan perusahaan terhadap jejaring pemasok, mitra bisnis dan saluran distribusi.

2.5.4 Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler yang dikutip Fandy Tjiptono (2011) ada beberapa metode yang dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Kotler mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari para pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggan-nya dan segera memperbaikinya. Metode ini berfokus pada identifikasi masalah dan juga pengumpulan saran-saran dari pelanggan-nya langsung.

2. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial. Sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing, kemudian mereka akan melaporkan temuan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk- produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga bisa mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada, baik oleh perusahaan yang bersangkutan maupun dari pesaingnya.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang

telah pindah pemasok, agar dapat memahami penyebab mengapa pelanggan tersebut berpindah ke tempat lain. Dengan adanya peningkatan *customer lost rate*, di mana peningkatan *customer lost rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuskan pelanggannya

4. Survei *Kepuasan* Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, e-mail, website, maupun wawancara langsung. Melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung (feedback) dari pelanggan dan juga akan memberikan kesan positif terhadap para pelanggannya.

Menurut M.N. Nasution (2012) dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Mutu Terpadu*, mengatakan bahwa ada empat alat atau metode untuk mengukur kepuasan pelanggan. Keempat metode itu ialah:

1. Sistem Keluhan Dan Saran

Metode ini menyediakan kotak saran, kartu komentar, dan lain – lain. Informasi ini memberikan ide – ide atau gagasan untuk memperbaiki kualitas produk yang dapat memuaskan pelanggan.

2. Ghost Shopping

Mempekerjakan beberapa orang yang berperan sebagai pembeli potensial yang melaporkan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dengan produk pesaing.

3. Lost Customer Analysis

Perusahaan meneliti pelanggan yang telah berhenti membeli agar mengetahui kelemahan kualitas produk.

4. Survei *Kepuasan* Pelanggan

Metode ini bertujuan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan.

Ada beberapa metode yang biasa digunakan perusahaan untuk mengukur kepuasan pelanggannya (Kotler, 2010), yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (customer oriented) perlu menyediakan akses yang mudah serta nyaman bagi para pelanggan untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka.

2. Pembeli Bayangan (Ghost Shopping)

Yaitu dengan mempekerjakan beberapa ghost shopper yang berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan kemudian menilai cara perusahaan melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

3. Analisis Pelanggan Beralih (Lost Customer Analysis)
Sedapat mungkin perusahaan seharusnya menghubungi para pelanggan yang telah beralih ke perusahaan lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan agar dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.
4. Survey Kepuasan pelanggan
Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya. Kepuasan pelanggan adalah batu penjurus bagi hubungan antara pemasaran dan manajemen dan sumber keunggulan kompetitif bagi organisasi (Claycomb, et al. 2009).

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai ekspektasi tertentu. Nilai ekspektasi tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk yang pernah dirasakannya. Secara langsung penilaian tersebut akan mempengaruhi pandangan dan penilaian pelanggan terhadap perusahaan kompetitor

2.5.5 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Lupiyoadi (2011) menyatakan bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

1. Kualitas produk, Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, Terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional, Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk 27 dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau self esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.
4. Harga, Produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya, Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Seth, Newman, dan Gross dalam Rangkuti (2012) yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu :

1. Nilai
Nilai didefinisikan sebagai pengkajian secara menyeluruh manfaat dari suatu produk, yang didasarkan pada persepsi pelanggan atas apa yang telah diterima oleh pelanggan dan yang telah diberikan oleh produk tersebut.
2. Daya Saing
Suatu produk hanya memiliki daya saing bila keunggulan produk tersebut dibutuhkan oleh pelanggan. Keunggulan suatu produk jasa terletak pada keunikan serta kualitas pelayanan produk jasa tersebut kepada pelanggan. Agar dapat bersaing, suatu produk harus memiliki keunikan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan menurut Gasperz (2013) yaitu:

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen atau pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginan besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya. Perusahaan tersebut harus memberikan manfaat yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh pelanggannya.
3. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan. Hal itu jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.

Dari beberapa definisi menurut para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu Kualitas produk, Kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya. Pada dasarnya pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

2.5.6 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Lupiyoadi (2008) indikator kepuasan konsumen sebagai berikut :

1. Kinerja (*performance*) kinerja di sini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individual. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif nasabah yang pada dasarnya bersifat umum.
2. Harapan nasabah, diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan nasabah. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan

nasabah. Dalam mengevaluasinya nasabah akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Dengan demikian, harapan nasabahlah yang melatar belakangi, dalam konteks kepuasan nasabah umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan nasabah tentang apa yang akan diterimanya.

Menurut Hawkins dan Lonney yang dikutip dalam Tjiptono (2009), indikator kepuasan konsumen yaitu :

1. Kesesuaian harapan : merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh nasabah dengan yang dirasakan oleh nasabah, meliputi :
 - a. Jasa yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
2. Minat Berkunjung Kembali : merupakan kesediaan nasabah untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap jasa terkait, meliputi :
 - a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - b. Berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah memakai jasa.
 - c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

Kotler (2009), menyebutkan ada 6 alasan mengapa suatu institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya:

1. Pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar kepada institusi
2. Biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar dibanding menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada
3. Pelanggan yang sudah percaya kepada institusi dalam suatu urusan akan percaya juga dengan urusan lainnya
4. Biaya operasi institusi akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan yang loyal
5. Institusi dapat mengurangi biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi
6. Pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa dari beberapa teori diatas dapat disimpulkan salah satu manfaat dari kepuasan pelanggan yaitu dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sehingga dapat disimpulkan pula bahwa kepuasan pelanggan itu sendiri dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

2.6 Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran

2.6.1 Penelitian Sebelumnya

Tabel 2.1. Penelitian Sebelumnya

No	Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Bagus Tri Leksono (2013)	Hubungan kualitas layanan mobil kas keliling dengan kepuasan nasabah Bank Sumsel Babel Syariah cabang Palembang (survey pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang)	Ada Hubungan positif dan signifikan antara pelayanan mobil kas keliling dengan kepuasan nasabah. Untuk variabel pelayanan (X) dari hasil uji t yang diperoleh menyatakan bahwa variabel berhubungan dengan kepuasan nasabah (Y)
2	Apriliana Mayasari (2014)	Analisis hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah (studi pada nasabah BRI cabang Semarang Pattimra)	Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa hanya pada variabel <i>empathy</i> dan <i>assurance</i> yang berhubungan positif dan signifikan dengan kepuasan nasabah. Sedangkan pada variabel <i>responsiveness</i> , <i>tangible</i> dan <i>reliability</i> berhubungan positif namun tidak signifikan.
3	Choirotul Umammah (2016)	Hubungan kualitas layanan ATM Banking dengan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Perak Surabaya	Kualitas layanan ATM Banking berhubungan signifikan dengan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Perak Surabaya. Besarnya hubungan kualitas layanan ATM Banking adalah sebesar 52,8% sedangkan sisanya 47,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4	Husnul Khatimah (2011)	Hubungan pelayanan dan keunggulan produk dengan kepuasan nasabah di Bank Muamalat Tulungagung	Pelayanan berhubungan dengan kepuasan nasabah Bank muamalat Tulungagung dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 selanjutnya keunggulan produk berhubungan dengan kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dengan tingkat sinifikasi 0,02, sedangkan dari hasil uji F ternyata faktor pelayanan merupakan faktor yang lebih berhubungan dengan kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dibandingkan keunggulan produk.
5	Endarwita (2016)	Hubungan kualitas layanan, kualitas pelayanan dengan kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri	Hasil penelitian tersebut menunjukan bahwa kualitas pelayanan berhubungan positif dan signifikan baik dengan dengan kepuasan nasabah maupun loyalitas nasabah.
6	Ayunda Farisia (2017)	Hubungan kepercayaan dan kualitas layanan dengan loyalitas nasabah tabungan (studi pada Nasabah Tabungan BRI konvensional di Surabaya)	Kepercayaan tidak berhubungan signifikan dengan kepuasan nasabah, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berhubungan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

2.6.2 Kerangka Pemikiran

Agar suatu perusahaan dapat berkembang diperlukan pengelolaan usaha yang terbaik serta berusaha sebisa mungkin memberikan pelayanan yang nyaman dan berkualitas tentang suatu produk. Tantangan yang dihadapi oleh suatu perusahaan

produk yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Salah satunya yaitu dengan cara menciptakan kepuasan konsumen melalui peningkatan kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan dan kepuasan sudah menjadi hal terpenting yang harus dipenuhi oleh setiap perusahaan agar tetap bertahan dalam menjalankan bisnisnya.

Dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, jasa atribut atau faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono (2008) sebagai berikut :

1. Bukti langsung (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi
2. Keandalan (*reliability*) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
5. Empati (*emphaty*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Kualitas merupakan sebuah kata yang bagi penyedia jasa atau produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan yang mampu dikerjakan dengan baik, sehingga memberikan ciri khas atau top brand bagi perusahaan itu sendiri. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk/kinerja merupakan bagian utama dari strategi untuk terus berkembang. Keunggulan suatu produk adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh produk tersebut, sehingga dikenal oleh konsumen banyak. Apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Menurut Hawkins dan Lonney (2009) Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, maka pelanggan pun akan sangat puas. Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap jasa nasabah umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang digunakan dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap suatu pelayanan jasa antara lain :

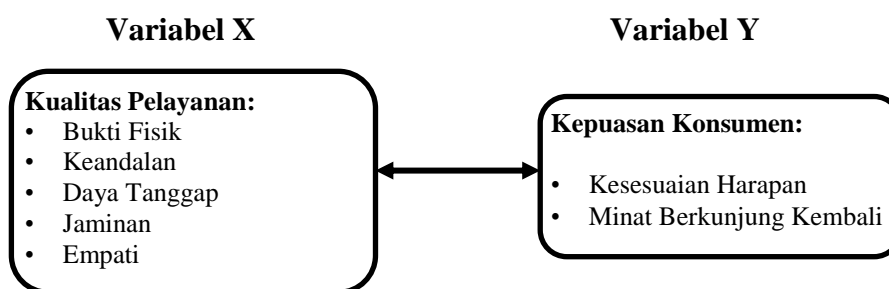
1. Kesesuaian harapan : merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh nasabah dengan yang dirasakan oleh nasabah.
2. Minat Berkunjung Kembali : merupakan kesediaan nasabah untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap jasa terkait.

Penelitian yang dilakukan oleh Endarwita (2016) yang berjudul “Hubungan kualitas layanan, kualitas pelayanan dengan kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri”, menggunakan dimensi-dimensi kualitas pelayanan yang dikembangkan

oleh Parasuraman (2010) yang menyatakan variabel bebas *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* secara individual maupun secara bersama-sama berhubungan secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dan membuktikan bahwa variabel *Respponsiveness* merupakan variabel bebas yang paling dominan hubungannya. Hasil temuan dari penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan berhubungan positif dan signifikan baik dengan kepuasan nasabah maupun loyalitas nasabah.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Choirotul Umammah (2013) yang berjudul “hubungan Kualitas Layanan Atm Banking dengan Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KCP Perak Surabaya”, menyatakan kualitas pelayanan ATM Banking berhubungan signifikan dengan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Perak Surabaya. Besarnya hubungan kualitas layanan ATM Banking adalah sebesar 52,8% sedangkan sisanya 47,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas, maka dapat digambarkan konstelasi penelitian sebagai berikut:



Gambar 5.
Konstelasi Penelitian

2.7. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis penelitian berdasarkan uraian di atas sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan pada PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar diduga sudah dilakukan cukup baik.
2. Kepuasan nasabah PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar diduga cukup puas.
3. Kualitas pelayanan diduga berhubungan positif dengan kepuasan nasabah pada PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif eksploratif dengan metode studi kasus yang bertujuan untuk mengumpulkan data dan menguraikan secara menyeluruh dan teliti sesuai dengan masalah yang akan dipecahkan. Teknik penelitian yang digunakan adalah kualitatif.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Dimana variabel bebas adalah kualitas pelayanan dengan indikator Bukti Langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) sebagai indikatornya. Sedangkan variabel terikat adalah kepuasan nasabah dengan indikator Tingkat Kinerja dan Harapan.

3.2.2 Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *dyads*, yaitu responden dan perusahaan karena data dalam penelitian ini berasal dari tanggapan setiap responden dan data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.

3.2.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini mengambil lokasi di PT. Bank BNI Syariah Mikro ke Veteran Makassar berlokasi di Jl. Veteran Selatan No. 284 A, Kel mamajang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan – 90133.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang diteliti adalah data kualitatif. Sedangkan sumber data yang diperoleh dalam melakukan penelitian ini merupakan data primer dan sekunder.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel penelitian ini dikelompokkan sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*Variabel Independen*)

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan yang diwakili oleh Bukti Langsung (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*) sebagai indikatornya.

2. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Konsumen dengan indikator kesesuaian harapan dan minat berkunjung kembali.

Tabel 3.1. Operasional Variabel
Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Bni Syariah Mikro Kc Veteran Makassar)

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas pelayanan (X)	<i>Tangible</i> (bukti fisik)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lingkungan pada PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar bersih / rapi / nyaman ➤ Kelengkapan fasilitas Toilet yang ada di PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar bersih / wangi ➤ Area parkir yang luas ➤ Kenyamanan ruang tunggu ➤ Kebersihan dan keraihan pegawai 	Ordinal
	<i>Reliability</i> (kehandalan)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Kecepatan karyawan PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar merespon keluhan nasabah ➤ Karyawan PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar dapat memberikan informasi yang lengkap kepada nasabah 	Ordinal
	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fasilitas informasi yang ada di PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar memadai ➤ Kemampuan cepat tanggap masalah pada nasabah ➤ Ketersediaan melayani pada jam sibuk 	Ordinal
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dapat memberikan kenyamanan keseluruhan dalam menangani nasabah ➤ Memberikan keadilan dalam hal pelayanan ➤ Dapat menangani dan memberi solusi atas keluhan nasabah 	Ordinal
	Empati (<i>Emphaty</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Tingkat keramahan yang diberikan pegawai di PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar ➤ Tingkat perhatian personal terhadap nasabah ➤ Dapat melihat apa yang diinginkan oleh nasabah 	Ordinal
Kepuasan Konsumen (Y)	Kesesuaian harapan	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Jasa yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. ➤ Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. ➤ Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. 	Ordinal
	Minat berkunjung kembali	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan. ➤ berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah memakai jasa. ➤ Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai 	Ordinal

3.5 Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel untuk penelitian yang dilakukan dengan cara penarikan sampel tidak berpeluang (*non probability sampling*) dengan metode *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden). Jumlah populasi diambil dari data nasabah pada tahun 2016 yaitu sebesar 754 dengan rumus *Slovin* maka sampelnya sebanyak :

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

n = Jumlah Sampel Penelitian

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan yang masih dapat ditolelir dalam penentuan sampel atau yang diinginkan (1%, 5%, 10%), dan penulis memilih error sebesar 5 %

Dimana perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{754}{1 + 754(0,05)^2} = 194,1$$

Diperoleh jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 194,1 responden, namun untuk memudahkan penelitian maka jumlah sampel ditetapkan sebanyak 200 orang.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode sampling diatas, maka data yang terpilih dikumpulkan melalui metode primer dan sekunder, metode pengumpulan data untuk data primer yaitu survey atau langsung pada sumber data dengan cara pengamatan dan pengukuran dengan membagikan kuesioner, metode pengumpulan data untuk sekunder yaitu dari yang diperoleh dari Manajer pada PT. Bank BNI Syariah Mikro kc Veteran Makassar.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini dengan prosedur sebagai berikut :

1. Studi Pustaka

Penelitian ini mempelajari literatur-literatur yang relevan dengan permasalahan perusahaan untuk mendapatkan landasan teori yang digunakan dalam pemecahan permasalahan.

2. Penelitian Langsung

a. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan permasalahan.

b. Kuesioner

Kuesioner adalah alat lain untuk mengumpulkan data atau informasi berupa daftar pertanyaan mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah Studi pada PT. Bank BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar

Skala pengukuran, skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, adapun bobot nilai jawaban skala likert adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2. Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat puas (SP) / Sangat Setuju (SS)	5
2	Puas (P) / Setuju (S)	4
3	Cukup Puas (CP) / Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Puas (TP) / Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Puas (STP) / Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2008:94)

3.7 Metode Pengolahan / Analisis Data

Teknis analisis data merupakan proses dimana pencarian makna dari data yang diperoleh untuk menemukan jawaban dari masalah penelitian. Pada penelitian ini data akan diolah menggunakan SPSS.

3.7.1 Analisis Instrumen Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013:53).

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment Pearson* berikut (Sugiyono, 2014: 356)

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r : Koefisien validitas item yang dicari

N : Jumlah responden

X : Skor yang diperoleh subjek dari keseluruhan item

Y : Skor total

X : Jumlah nilai dalam distribusi X

Y : Jumlah nilai dalam distribusi Y

X²: Jumlah kuadrat dalam kontribusi X

Y²: Jumlah kuadrat dalam kontribusi Y

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan pertanyaan, apakah suatu data dapat dipercaya sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Suatu data dapat dikatakan reliabel jika selalu memberikan hasil yang sama jika diujikan pada kelompok yang sama pada waktu atau kesempatan yang berbeda.

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan menggunakan teknik *Alpha Cronbach's* dengan rumus berikut :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

r_{ii} = Realibilitas Instrumen

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Jumlah butir pertanyaan

σ^2 = Varians total

3.7.2 Metode Analisis

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam mengenai objek yang akan diteliti, yaitu mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dengan menggunakan Total Tanggapan Responden.

Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Total skor tanggapan responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden} \times \text{jumlah responden}} \times 100 \% \dots$$

Adapun langkah-langkah penilaian tanggapan responden sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak kelas}} \dots$$

Dimana:

Rentang = % tertinggi - % terendah

Banyaknya kelas = 5 sesuai dengan jawaban pertanyaan yaitu sangat puas, puas, cukup puas, tidak puas, sangat tidak puas

Berdasarkan rumus di atas maka panjang kelas interval adalah:

$$\text{Interval} = \frac{100 - 0}{5} \times 100 \% = 20$$

Sehingga kriteria penilaian tanggapan responden dapat digambarkan dalam tabel di bawah ini

Tabel 3.3. Interpretasi Hasil

Interval (%)	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
0,00-19,0	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas
20-39,0	Tidak Baik	Tidak Puas
40-59,0	Cukup Baik	Cukup Puas
60-79,0	Baik	Puas
80-1	Sangat Baik	Sangat Puas

2. Analisis Korelasi Rank Spearman

Menurut Supriadi (2012) korelasi digunakan untuk menganalisis koefisien korelasi data ordinal dengan data ordinal.

Rumus korelasi Spearman/Rank, yaitu :

$$r_{xy} = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

ρ_{xy} = koefisien korelasi Spearman Rank

d = selisih setiap Rank

n = banyaknya pasangan data

Tabel 3.4. Kriteria Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,19	Sangat Rendah
0,20-0,39	Rendah
0,40-0,59	Sedang
0,60-0,79	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, (2011)

Menurut Sugiyono (2010) Uji signifikan menggunakan rumus Z karena $n > 30$:

$$Z_h = \frac{r}{\frac{1}{200-1}} \text{ atau } Z_h = r \sqrt{200-1}$$

Keterangan :

Z_h = Uji signifikan Z

r = Koefisien Korelasi Spearman

n = Jumlah sampel

3. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis determinasi ini untuk mengetahui persentase pengaruh yang sudah di uji memakai uji korelasi. Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Menjelaskan besarnya kontribusi yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus koefisien determinasi dapat ditunjukkan sebagai berikut :

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KP = Koefisien penentuan, atau koefisien determinasi

r^2 = Koefisien Korelasi

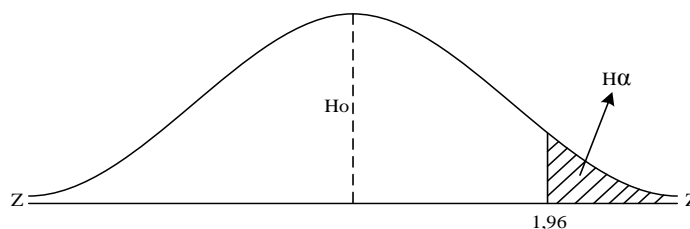
4. Uji Hipotesis Koefisien Korelasi

Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

- H_a : $\rho = 0$, tidak terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.
- H_o : $\rho > 0$, terdapat hubungan Positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.

Untuk melakukan pengujian dilakukan uji Z dan digunakan taraf nyata sebesar 5% atau 0,05 kriteria hasil pengujiannya adalah :

- H_o : diterima apabila $Z_h < Z_\alpha$ artinya tidak terdapat hubungan nyata antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.
- H_o : ditolak apabila $Z_h > Z_\alpha$ artinya terdapat hubungan nyata antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.



Gambar 3.1.
Kurva Uji Hipotesis

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Umum BNI dan BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar

Sejak awal didirikan pada tanggal 5 Juli 1946, sebagai Bank Pertama yang secara resmi dimiliki Negara RI, BNI merupakan pelopor terciptanya berbagai produk dan layanan jasa perbankan. BNI terus memperluas perannya, tidak hanya terbatas sebagai bank pembangunan, tetapi juga ikut melayani kebutuhan transaksi perbankan masyarakat umum dengan berbagai segmentasinya, mulai dari Bank Terapung, Bank Sarinah (bank khusus perempuan) sampai dengan Bank Bocah khusus anak-anak. Seiring dengan pertambahan usianya yang memasuki 67 tahun, BNI tetap kokoh berdiri dan siap bersaing di industri perbankan yang semakin kompetitif. Dengan semangat “Tak Henti Berkarya” BNI akan terus berinovasi dan berkreasi, tidak hanya terbatas pada penciptaan produk dan layanan perbankan, bahkan lebih dari itu BNI juga bertekad untuk menciptakan “*value*” pada setiap karyanya.

Sejalan dengan waktu BNI Syariah membuktikan ketangguhan system perbankan syariah dengan prinsip tiga (3) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat ternyata mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap system perbankan yang lebih adil. Pada Tahun 2001 BNI Syariah kembali membuka 5 kantor cabang syariah yang difokuskan ke kota-kota besar di Indonesia, yakni : Jakarta (2 cabang), Bandung, Makassar, dan Padang.

BNI Syariah Cabang Makassar merupakan salah satu kantor pertama yang beroperasi bersama empat kantor cabang lainnya yang berlokasi di Jalan Veteran Selatan No. 284 A, Kel Mamajang, Kota Makassar, Sulawesi Selatan – 90133 yang sampai saat ini tetap baik dalam kegiatan perbankan syariah.

Dari awal beroperasi hingga kini, BNI Syariah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Disamping itu komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

4.1.2 Visi dan Misi BNI SYARIAH Mikro KC Veteran Makassar

Visi :

Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

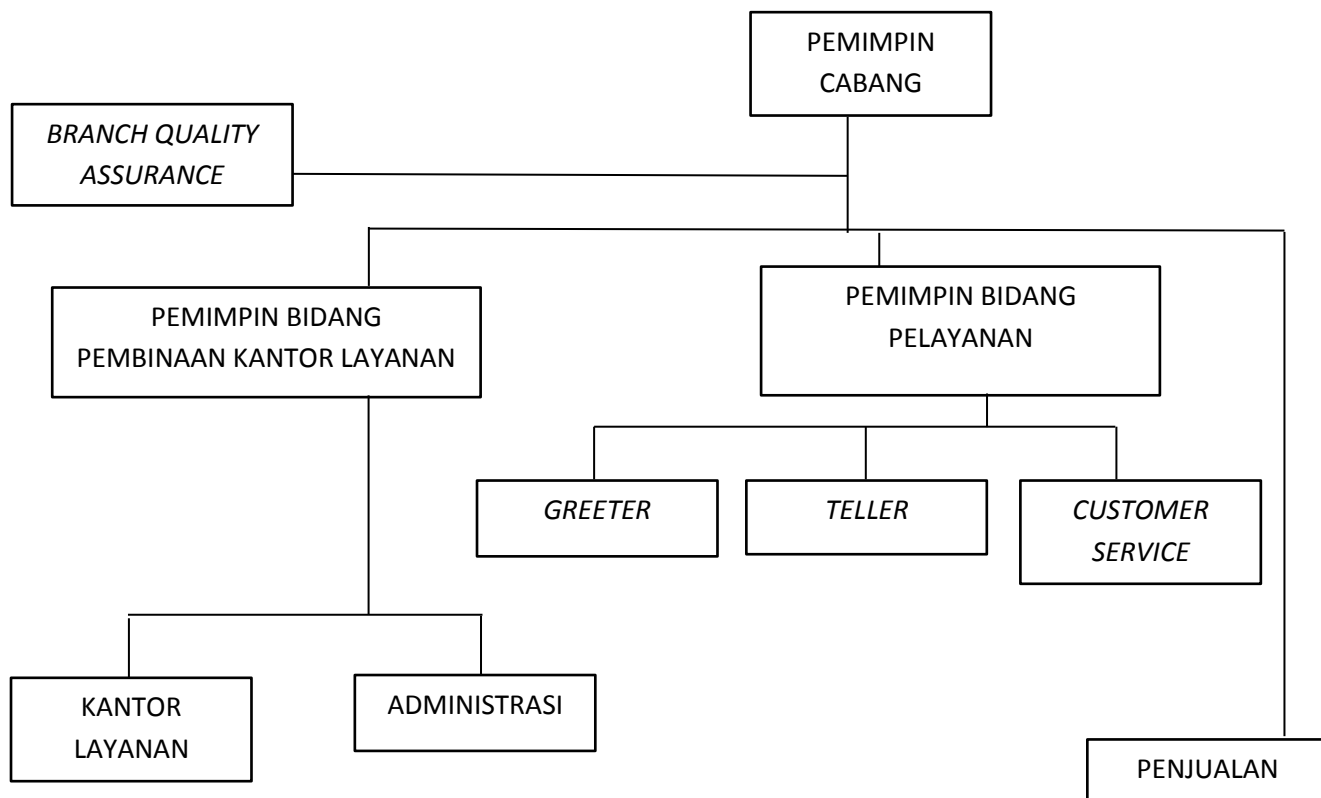
Misi :

1. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan

2. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah
3. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor
4. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah
5. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

4.1.3 Struktur Organisasi Bank BNI SYARIAH Mikro KC Veteran Makassar

Struktur organisasi BNI SYARIAH dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : BNI SYARIAH Mikro KC Veteran Makassar, (2018)

Gambar 4.1.

Struktur Organisasi Bank BNI SYARIAH Mikro KC Veteran Makassar

Tugas Struktur Organisasi Bank BNI SYARIAH Mikro KC Veteran Makassar:

1. Kepala Cabang, memimpin dan mengelola kegiatan usaha/bisnis perusahaan didalam cabang serta mendapatkan *marketshare* sesuai target cabang yang ditetapkan.
2. *Branch Quality Assurance*, bertanggung jawab untuk memastikan produk dan jasa yang disediakan Bank BNI Syariah memenuhi standar yang ditetapkan oleh perusahaan.

3. pemimpin bidang pelayanan, bertanggung jawab melaksanakan kebijakan, program, dan kegiatan dibidang pelayanan Bank.
4. *Greeter*, yang sekaligus bertugas sebagai security yaitu membukakkan pintu, menggiring tamu, serta mengucapkan salam.
5. *Teller*, bertanggung jawab akan lalu lintas uang tunai antara bank dan nasabah.
6. *Customer service*, yaitu kegiatan yang bertujuan menerima keluhan dan saran dari nasabah.
7. Pemimpin Bidang Pembinaan Kantor Layanan, mendukung dan bekerjasama dengan pemimpin bidang pelayanan mengelola pelaksanaan system dan prosedur dibidang pelayanan.
8. Administrasi, bertugas untuk menjawab telepon dari nasabah, serta mengentri data untuk memeliharadata lembar kerja atau masukan informasi kedalam database perusahaan.
9. Kantor layanan, memberikan pelayanan sesuai dengan prinsip pelayanan dan databse perusahaan
10. Penjualan, bertanggung jawab terhadap pelaksanaan *marketing plan*.

4.1.4 Profil Responden

Responden penelitian ini berasal dari nasabah tabungan Mudarabah, Wadiah dan Tapenas. Dimana tabungan Mudarabah adalah tabungan yang nasabahnya mendapatkan bagi hasil (bunga) dan mendapatkan potongan bunga sebesar 20% dari bagi hasil, tabungan Wadiah yaitu tabungan yang nasabahnya tidak mendapatkan bagi hasil dan tanpa potongan, sedangkan tabungan Tapenas yaitu tabungan berjangka minimal 1-15 tahun atau untuk masa depan. dan Responden yang terbanyak yaitu pada nasabah yang memiliki tabungan Wadiah.

Pada penelitian ini profil responden terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan. Berikut data profil responden yang sudah diolah oleh peneliti:

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan jenis kelamin :

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase(%)
1.	Laki-laki	105	52,5
2.	Perempuan	95	47,5
Total		200	100

Sumber : Data diolah oleh tahun 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa 105 responden adalah berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 52,5%, dan 95 responden berjenis kelamin perempuan dengan presentase 47,5%. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak dibandingkan jumlah responden perempuan.

2. Usia Responden

Tabel 4.2 Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan usia :

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase(%)
2.	<30 Tahun	95	47,5
3.	31 s/d 40 Tahun	70	35,0
4.	41 s/d 50 Tahun	30	15,0
5.	>50 Tahun	5	2,50
Total		200	100

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden terbesar adalah responden yang berusia 21 s/d 30 tahun yaitu sebanyak 95 responden dengan presentase 47,5%, kemudian diikuti responden yang berusia 31 s/d 40 tahun yaitu sebanyak 70 responden dengan presentase 35,0%, lalu responden yang berusia 41 s/d 50 tahun yaitu sebanyak 30 responden dengan presentase 15,0%, dan terakhir jumlah responden terkecil usia >50 tahun sebanyak 5 responden dengan presentase 2,50%. Hal ini menunjukkan bahwa usia responden terbesar dalam penelitian ini adalah responden yang berusia 21 s/d 30 tahun yaitu sebesar 47,5 atau sebanyak 95 responden.

3. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3 Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan pendidikan terakhir :

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Presentase(%)
1.	SMU/ Sederajat	5	2,50
2.	Diploma (D1/D2/D3)	56	28,0
3.	Sarjana (S1/S2/S3)	139	69,50
Total		200	100

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden terbesar adalah responden yang memiliki pendidikan terakhir Sarjana (S1/S2/S3) yaitu sebanyak 139 responden dengan presentase 69,50%, kemudian diikuti responden yang pendidikan terakhir Diploma (D1/D2/D3) yaitu sebanyak 56 responden dengan presentase 28,0%, setelah itu responden yang pendidikan terakhir SMU / Sederajat yaitu sebanyak 5 responden dengan presentase 2,50%, Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan terakhir responden terbesar dalam penelitian ini adalah responden yang pendidikan terakhir Sarjana (S1/S2/S3) yaitu sebesar 69,50% atau sebanyak 139 responden.

4. Pendapatan Terakhir

Tabel 4.4 Berikut ini merupakan tabel yang menggambarkan responden berdasarkan pendapatan :

No	Pendapatan	Jumlah Responden	Presentase(%)
1.	<Rp. 3.000.000	21	10,5
2.	Rp.3.000.000-Rp5.000.000	40	20,0
3.	Rp.5.000.000-Rp.7.000.000	60	30,0
4.	>Rp.7.000.000	79	39,5
Total		200	100

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden terbesar adalah responden yang memiliki Pendapatan >Rp.7.000.000 yaitu sebanyak 79 responden dengan presentase 39,5%, kemudian diikuti responden yang Pendapatan Rp.5.000.000-Rp.7.000.000 yaitu sebanyak 60 responden dengan presentase 30,0%, setelah itu responden yang Pendapatan Rp.3.000.000-Rp5.000.000 yaitu sebanyak 40 responden dengan presentase 20,0%, dan terakhir jumlah responden terkecil yaitu Pendapatan <Rp. 3.000.000 sebanyak 21 responden dengan presentase 10,5%. Hal ini menunjukkan bahwa Pendapatan responden terbesar dalam penelitian ini adalah responden yang Pendapatan >Rp.7.000.000 yaitu sebesar 39,5% atau sebanyak 79 responden.

4.2 Analisis Data

4.2.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan dengan mengukur angket atau valid tidaknya suatu angket penelitian. Sahnya suatu angket jika pertanyaan tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur angket.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Bukti Fisik				
1	Lingkungan pada PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar bersih / rapi / nyaman	0,637	0,361	Valid
2	Kelengkapan fasilitas Toilet yang ada di PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar bersih / wangi	0,645	0,361	Valid
3	Area parkir yang luas	0,611	0,361	Valid
4	Kenyamanan ruang tunggu	0,642	0,361	Valid
5	Kebersihan dan keraihan pegawai	0,596	0,361	Valid
Reliability (kehandalan)				
6	Kecepatan karyawan PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar merespon keluhan nasabah	0,616	0,361	Valid
7	Karyawan PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar dapat memberikan informasi yang lengkap kepada nasabah	0,642	0,361	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Responsiveness (daya tanggap)				
8	Fasilitas informasi yang ada di PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar memadai	0,598	0,361	Valid
9	Kemampuan cepat tanggap masalah pada nasabah	0,523	0,361	Valid
10	Ketersediaan melayani pada jam sibuk	0,386	0,361	Valid
Jaminan (Assurance)				
11	Dapat memberikan kenyamanan keseluruhan dalam menangani nasabah	0,514	0,361	Valid
12	Memberikan keadilan dalam hal pelayanan	0,642	0,361	Valid
13	Dapat menangani dan memberi solusi atas keluhan nasabah	0,403	0,361	Valid
Empati (Empathy)				
14	Tingkat keramahan yang diberikan pegawai di PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar	0,571	0,361	Valid
15	Tingkat perhatian personal terhadap nasabah	0,464	0,361	Valid
16	Dapat melihat apa yang diinginkan oleh nasabah	0,423	0,361	Valid

Sumber: Output SPSS23, 2018.

Berdasarkan hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X) menggunakan SPSS 23 dengan sampel 30 dan r tabel = 0,361 maka hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa terdapat 16 pertanyaan yaitu pertanyaan yang valid. Dengan demikian 16 pertanyaan tersebut dianggap telah tepat untuk mengukur kualitas pelayanan pada PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Kesesuaian harapan				
1.	Jasa yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.	0,484	0,361	Valid
2.	Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.	0,590	0,361	Valid
3.	Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan	0,510	0,361	Valid
Minat berkunjung kembali				
4.	Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.	0,504	0,361	Valid
5.	berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah memakai jasa.	0,477	0,361	Valid
6.	Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai	0,483	0,361	Valid

Sumber: Output SPSS23, 2018.

Berdasarkan hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y) menggunakan SPSS 23 dengan sampel 30 dan r tabel = 0,361 maka hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa terdapat 6 pertanyaan keputusan pembelian telah mencapai kriteria validitas. Dengan demikian 6 pertanyaan tersebut dianggap telah tepat untuk mengukur kepuasan nasabah pada PT.Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini digunakan teknik analisis formula *Alpha Cronbach's*. Suatu angket penelitian ini dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan atau konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach's alpha* $> 0,6$.

Nilai uji reliabilitas variabel kualitas produk dan keputusan pembelian pada konsumen Air Minum Dalam Kemasan Merek Club:

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,850	16

Sumber : Output SPSS23, 2018.

Berdasarkan hasil uji koefisien reliabilitas kualitas produk (X) menggunakan SPSS 23 menunjukkan bahwa sebanyak 16 pertanyaan dengan *Cronbach's alpha* sebesar 0,850, variabel kualitas pelayanan memiliki tingkat reliabilitas sangat baik karena nilai reliabilitas kualitas pelayanan $> 0,600$. Maka pertanyaan tersebut diterima.

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,796	6

Sumber : Output SPSS23, 2018.

Berdasarkan hasil uji koefisien reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y) menggunakan SPSS 23 menunjukkan bahwa sebanyak 6 pertanyaan dengan *Cronbach's alpha* sebesar 0,796, variabel kepuasan nasabah memiliki tingkat reliabilitas sangat baik karena nilai reliabilitas kepuasan nasabah $> 0,600$. Maka pertanyaan tersebut diterima.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Kualitas Pelayanan Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar

Berikut ini merupakan tanggapan responden mengenai pernyataan variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

1. Bukti Fisik (Tangible)

- a. Pendapat responden mengenai Lingkungan pada PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar bersih / rapi / nyaman dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.9 Pernyataan Responden Lingkungan pada PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar bersih / rapi / nyaman

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	105	52,50	525
Puas	4	59	29,50	236
Cukup Puas	3	36	18,00	108
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	869

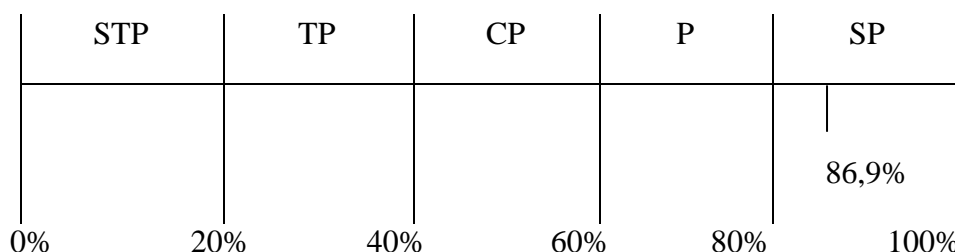
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 105 responden dengan presentase 52,50%, menjawab setuju berjumlah 59 orang dengan presentase 29,50%, menjawab cukup setuju berjumlah 36 responden dengan presentase 18,00%, dengan nilai skor 869.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{869}{5 \times 200} \times 100\% = 86,9\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai bahwa Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar memiliki Lingkungan bersih / rapi / nyaman.

- b. Pendapat responden mengenai kelengkapan fasilitas toilet yang ada pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.10 Pernyataan Responden Kelengkapan fasilitas Toilet yang ada di PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar bersih / wangi

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	120	60,00	600
Puas	4	65	32,50	260
Cukup Puas	3	15	7,50	45
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	905

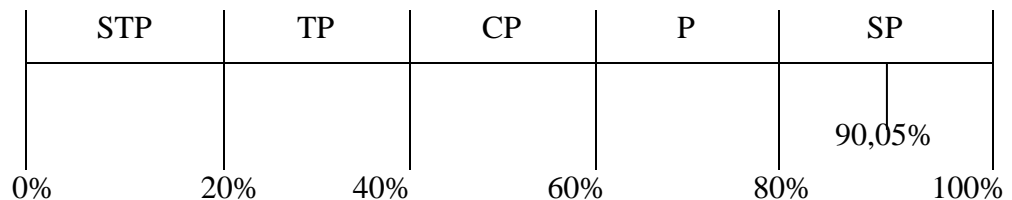
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 120 responden dengan presentase 60,00%, menjawab setuju berjumlah 65 responden dengan presentase 32,50%, menjawab cukup setuju berjumlah 15 responden dengan presentase 7,50%, dengan nilai skor 905.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{905}{5 \times 200} \times 100\% = 90,5\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai bahwa Kelengkapan fasilitas Toilet yang ada di PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar bersih / wangi.

- c. Pendapat responden mengenai bukti fisik dengan pernyataan area parkir yang luas dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.11 Pernyataan Responden Area parkir yang luas

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase%	Skor
Sangat Puas	5	103	51,50	515
Puas	4	56	28,00	224
Cukup Puas	3	41	20,50	123
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	862

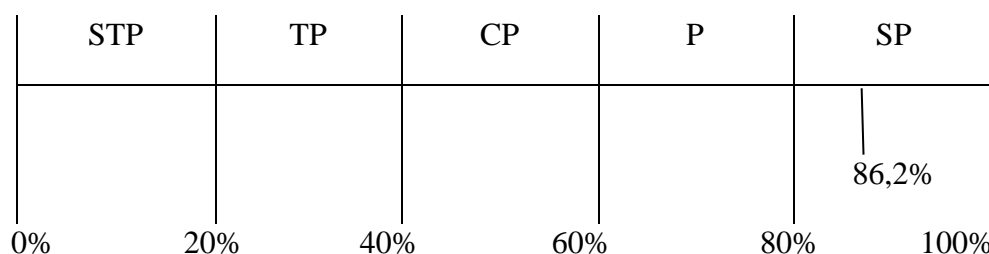
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 103 responden dengan presentase 51,50%, menjawab setuju berjumlah 56 responden dengan presentase 28,00%, menjawab cukup setuju berjumlah 41 responden dengan presentase 20,50%, dengan nilai skor 862.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{862}{5 \times 200} \times 100\% = 86,2\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai bahwa PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar memiliki area parkir yang luas.

- d. Pendapat responden mengenai bukti fisik dengan pernyataan kenyamanan ruang tunggu dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.12 Pernyataan Responden kenyamanan ruang tunggu

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	102	51,00	510
Puas	4	85	42,50	340
Cukup Puas	3	11	5,50	33
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	883

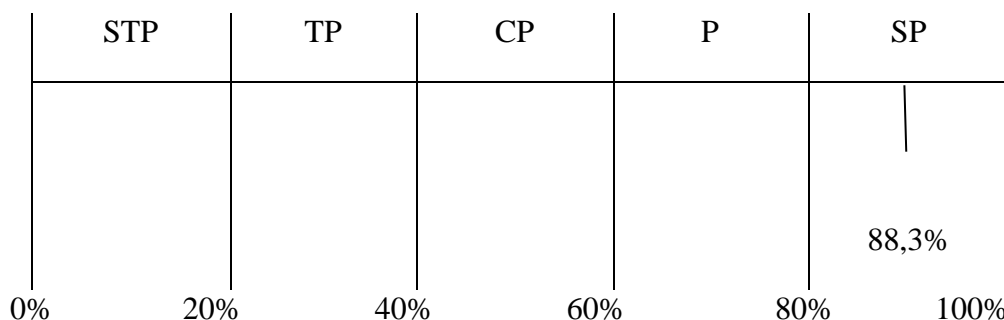
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 102 responden dengan presentase 51,00%, menjawab setuju berjumlah 85 responden dengan presentase 42,50%, menjawab cukup setuju berjumlah 11 responden dengan presentase 5,50%, dengan nilai skor 883.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{883}{5 \times 200} \times 100\% = 88,3\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai bahwa pada PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar memiliki kenyamanan ruang tunggu.

- e. Pendapat responden mengenai bukti fisik dengan pernyataan kebersihan dan kerapihan pegawai dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.13 Pernyataan Responden kebersihan dan kerapihan pegawai

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	120	60,00	600
Puas	4	70	35,00	280
Cukup Puas	3	10	5,00	30
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	910

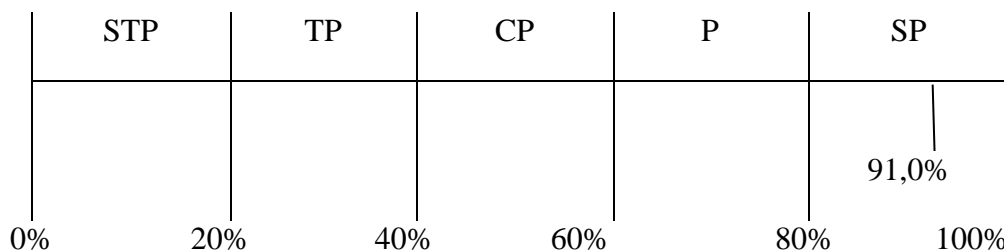
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 120 responden dengan presentase 60,00%, menjawab setuju berjumlah 70 responden dengan presentase 35,00%, menjawab cukup setuju berjumlah 10 responden dengan presentase 5,00%, dengan nilai skor 910.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{910}{5 \times 200} \times 100\% = 91,0\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai bahwa kebersihan dan kerapihan pegawai pada PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar.

2. Keandalan (Reliability)

- a. Pendapat responden mengenai keandalan dengan pernyataan kecepatan karyawan PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar merespon keluhan nasabah dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 4.14 Pernyataan Responden kecepatan karyawan PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar merespon keluhan nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	100	50	500
Puas	4	84	42	336
Cukup Puas	3	10	5,0	30
Tidak Puas	2	6	3,0	12
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	878

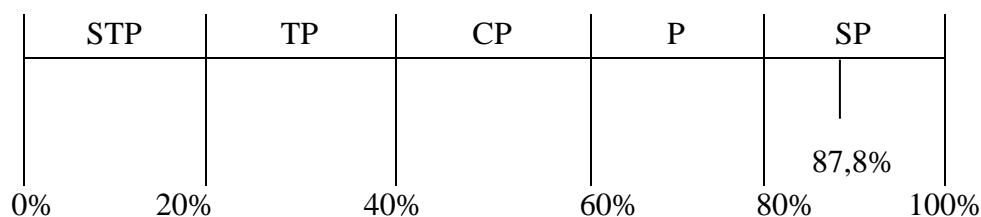
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 100 responden dengan presentase 50%, menjawab setuju berjumlah 84 responden dengan presentase 42%, menjawab cukup setuju berjumlah 10 responden dengan presentase 5%, menjawab tidak setuju berjumlah 6 responden dengan presentase 3% dengan nilai skor 878.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{878}{5 \times 200} \times 100\% = 87,8\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai bahwa kecepatan karyawan PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar merespon keluhan nasabah.

- b. Pendapat responden mengenai keandalan dengan pernyataan karyawan PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar dapat memberikan informasi yang lengkap kepada nasabah dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 4.15 Pernyataan Responden Karyawan PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar dapat memberikan informasi yang lengkap kepada nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	71	35,50	355
Puas	4	105	52,50	420
Cukup Puas	3	15	7,50	45
Tidak Puas	2	9	4,50	18
Sangat Tidak Puas	1	5	0	0
Total		200	100	838

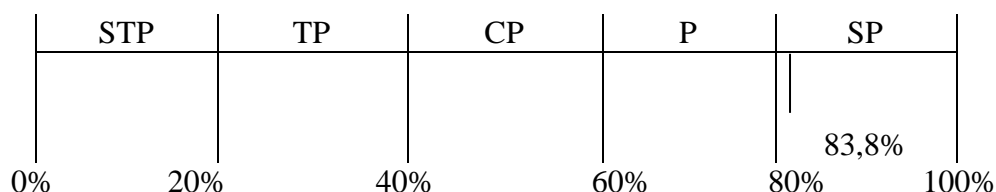
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 71 responden dengan presentase 35,50%, menjawab setuju berjumlah 105 responden dengan presentase 52,50%, menjawab cukup setuju berjumlah 15 responden dengan presentase 7,50%, menjawab tidak setuju berjumlah 5 responden dengan presentase 4,50% dengan nilai skor 838.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{838}{5 \times 200} \times 100\% = 83,8\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai bahwa PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar dapat memberikan informasi yang lengkap kepada nasabah.

3. Daya Tanggap (Responsiveness)

- a. Pendapat responden mengenai daya tanggap dengan pernyataan fasilitas informasi yang ada pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar memadai pada tabel berikut ini :

Tabel 4.16 Pernyataan Responden fasilitas informasi yang ada pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar memadai

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	56	28	280
Puas	4	114	57	456
Cukup Puas	3	30	15	90
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	826

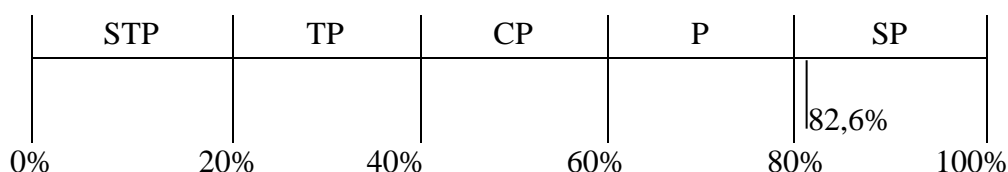
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 56 responden dengan presentase 28%, menjawab setuju berjumlah 114 responden dengan presentase 57%, menjawab cukup setuju berjumlah 30 responden dengan presentase 15%, dengan nilai skor 826.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{826}{5 \times 200} \times 100\% = 82,6\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai bahwa fasilitas informasi yang ada pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar memadai.

- b. Pendapat responden mengenai daya tanggap dengan pernyataan kemampuan cepat tanggap masalah pada nasabah pada tabel berikut ini :

Tabel 4.17 Pernyataan Responden Kemampuan Cepat Tanggap Masalah Pada Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	97	48,50	485
Puas	4	72	36	288
Cukup Puas	3	24	12	72
Tidak Puas	2	5	2,50	10
Sangat Tidak Puas	1	2	1	2
Total		200	100	785

Sumber : Data diolah, 2018

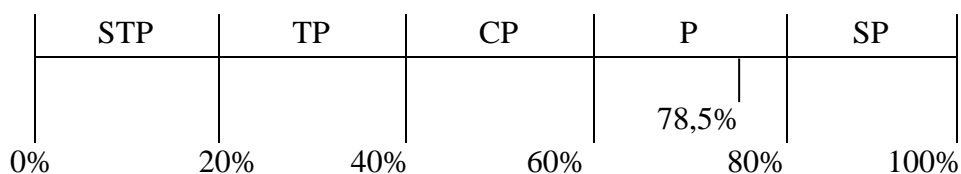
Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 97

responden dengan presentase 48,50%, menjawab setuju berjumlah 72 responden dengan presentase 36%, menjawab cukup setuju berjumlah 24 responden dengan presentase 12%, menjawab tidak setuju berjumlah 5 responden dengan presentase 2,50%, menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 responden dengan presentase 1%, dengan nilai skor 785.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{785}{5 \times 200} \times 100\% = 78,5\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden puas menilai bahwa pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar memiliki kemampuan cepat tanggap masalah pada nasabah.

- c. Pendapat responden mengenai daya tanggap dengan pernyataan ketersediaan melayani pada jam sibuk pada tabel berikut ini :

Tabel 4.18 Pernyataan Responden Ketersediaan Melayani Pada Jam Sibuk

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	67	30,50	335
Puas	4	78	39	312
Cukup Puas	3	34	17	102
Tidak Puas	2	21	10,50	42
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	791

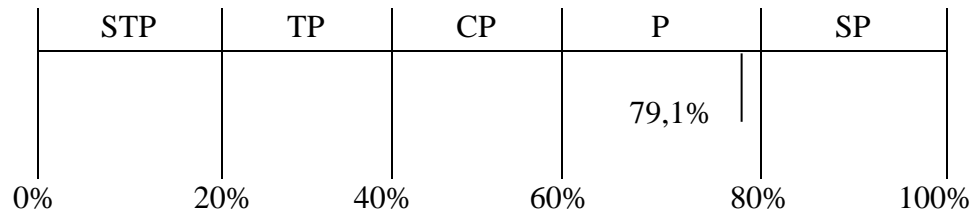
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 67 responden dengan presentase 30,50%, menjawab setuju berjumlah 78 responden dengan presentase 39%, menjawab cukup setuju berjumlah 34 responden dengan presentase 17%, menjawab tidak setuju berjumlah 21 responden dengan presentase 10,50%, dengan nilai skor 791.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{791}{5 \times 200} \times 100\% = 79,1\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden puas menilai bahwa pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar memiliki ketersediaan melayani pada jam sibuk.

4. Jaminan (Assurance)

- a. Pendapat responden mengenai jaminan dengan pernyataan dapat memberikan kenyamanan keseluruhan dalam menangani nasabah dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.19 Pernyataan Responden Dapat Memberikan Kenyamanan Keseluruhan Dalam Menangani Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	76	38	380
Puas	4	90	45	360
Cukup Puas	3	34	17	102
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	842

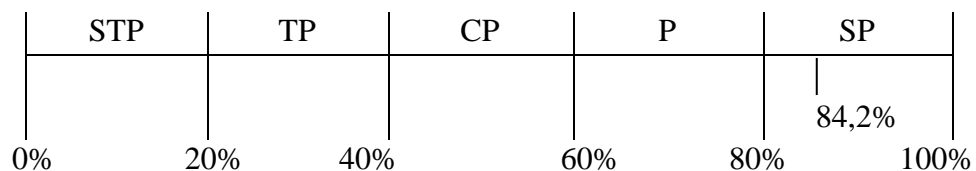
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 76 responden dengan presentase 38%, menjawab setuju berjumlah 90 responden dengan presentase 45%, menjawab cukup setuju berjumlah 34 responden dengan presentase 17%, dengan nilai skor 842.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{842}{5 \times 200} \times 100\% = 84,2\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai bahwa pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar dapat memberikan kenyamanan keseluruhan dalam menangani nasabah.

- b. Pendapat responden mengenai jaminan dengan pernyataan dapat memberikan keadilan dalam hal pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.20 Pernyataan Responden Dapat Memberikan Keadilan Dalam Hal Pelayanan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	68	34	340
Puas	4	99	49,50	396
Cukup Puas	3	33	16,50	99
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	835

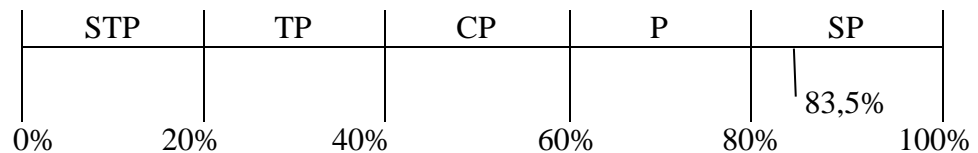
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 68 responden dengan presentase 34%, menjawab setuju berjumlah 99 responden dengan presentase 49,50%, menjawab cukup setuju berjumlah 33 responden dengan presentase 16,50%, dengan nilai skor 835.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{835}{5 \times 200} \times 100\% = 83,5\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai bahwa pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar dapat memberikan keadilan dalam hal pelayanan.

- c. Pendapat responden mengenai jaminan dengan pernyataan dapat menangani dan memberi solusi atas keluhan nasabah dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.21 Pernyataan Responden Dapat Menangani Dan Memberi Solusi Atas Keluhan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	36	18	180
Puas	4	90	45	360
Cukup Puas	3	66	33	198
Tidak Puas	2	8	4	16
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	754

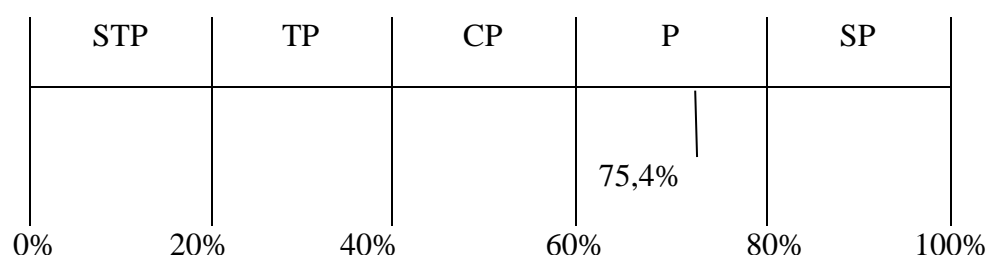
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 36 responden dengan presentase 18%, menjawab setuju berjumlah 90 responden dengan presentase 45%, menjawab cukup setuju berjumlah 66 responden dengan presentase 33%, menjawab tidak setuju berjumlah 8 responden dengan presentase 4% dengan nilai skor 754.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{754}{5 \times 200} \times 100\% = 75,4\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden puas menilai bahwa pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar mampu menangani dan memberi solusi atas keluhan nasabah.

5. Empati

- a. Pendapat responden mengenai empati dengan tingkat keramahan yang diberikan pegawai di PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.22 Pernyataan Responden Tingkat keramahan yang diberikan pegawai di PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	71	35,50	355
Puas	4	105	52,50	420
Cukup Puas	3	24	12	72
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	847

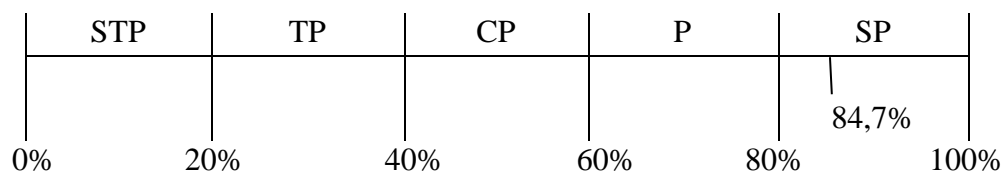
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 71 responden dengan presentase 35,50%, menjawab setuju berjumlah 105 responden dengan presentase 52,50%, menjawab cukup setuju berjumlah 24 responden dengan presentase 12%, dengan nilai skor 847.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{847}{5 \times 200} \times 100\% = 84,7\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai bahwa pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar memiliki tingkat keramahan yang diberikan pegawai.

- b. Pendapat responden mengenai empati dengan tingkat perhatian personal terhadap nasabah dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.23 Pernyataan Responden Tingkat perhatian personal terhadap nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	53	26,50	265
Puas	4	83	41,50	332
Cukup Puas	3	64	32	192
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	789

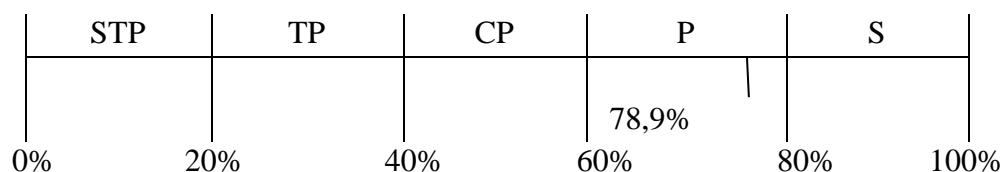
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 53 responden dengan presentase 26,50%, menjawab setuju berjumlah 83 responden dengan presentase 41,50%, menjawab cukup setuju berjumlah 64 responden dengan presentase 32%, dengan nilai skor 789.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{789}{5 \times 200} \times 100\% = 78,9\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden puas menilai bahwa pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar memiliki tingkat perhatian personal terhadap nasabah.

- c. Pendapat responden mengenai empati dengan dapat melihat apa yang diinginkan oleh nasabah dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.24 Pernyataan Responden Dapat melihat apa yang diinginkan oleh nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	48	30	240
Puas	4	92	46	368
Cukup Puas	3	60	30	180
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	788

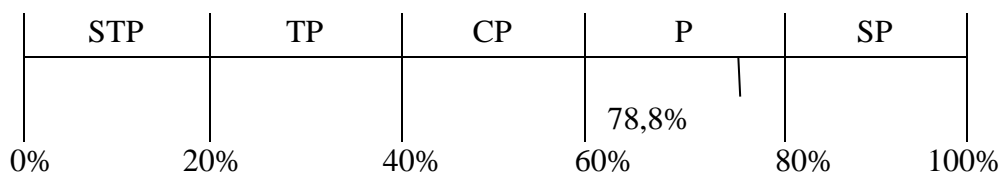
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 48 responden dengan presentase 30%, menjawab setuju berjumlah 92 responden dengan presentase 46%, menjawab cukup setuju berjumlah 60 responden dengan presentase 30%, dengan nilai skor 78.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{788}{5 \times 200} \times 100\% = 78,8\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden puas menilai bahwa pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar dapat melihat apa yang diinginkan oleh nasabah.

Tabel 4.25 Hasil Rata-Rata Kualitas Pelayanan pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar

No	Indikator Kualitas Pelayanan	Kualitas Pelayanan (Tanggapan Responden) (%)	Rata-rata Perindikator (%)
1	Bukti Fisik :	86,9	88,5
	1. Lingkungan pada PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar bersih / rapi / nyaman	90,1	
	2. Kelengkapan fasilitas Toilet yang ada di PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar bersih / wangi	86,2	
	3. Area parkir yang luas	88,3	
	4. Kenyamanan ruang tunggu	91,0	
2	Kehandalan :		85,8
	1. Kecepatan karyawan PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar merespon keluhan nasabah	87,8 83,8	
3	Daya Tanggap :		80,1
	1. Fasilitas informasi yang ada di PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar memadai	82,6	
	2. Kemampuan cepat tanggap masalah pada nasabah	78,5 79,1	
4	Jaminan :		81,1
	1. Dapat memberikan kenyamanan keseluruhan dalam menangani nasabah	84,2	
	2. Memberikan keadilan dalam hal pelayanan	83,5 75,5	
5	Empati :		80,8
	1. Tingkat keramahan yang diberikan pegawai di PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar	84,7	
	2. Tingkat perhatian personal terhadap nasabah	78,9	
	3. Dapat melihat apa yang diinginkan oleh nasabah	78,8	
Total		1,339,75	
N		16	
Rata-rata		83,73	

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata dari tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar secara keseluruhan adalah 83,73% masuk dalam kategori sangat baik, tetapi ada beberapa indikator yang dibawah rata-rata. Yaitu pada indikator daya tanggap dengan rata-rata sebesar 80,1% dengan ukuran kemampuan cepat tanggap masalah pada nasabah sebesar 78,5% ini dikarenakan sulitnya untuk menghubungi *Customer Service* pusat apabila ada permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan. Selain itu pada indikator Jaminan dengan rata-rata sebesar 81,1% pada ukuran dapat menangani dan memberikan solusi atas keluhan nasabah sebesar 75,5%, ini dikarenakan adanya keluhan pada *Customer service* yang kurang ramah saat melayani nasabah. Dan yang terakhir yaitu pada indikator empati dengan rata-rata sebesar 80,8% pada ukuran dapat melihat apa yang diinginkan oleh nasabah sebesar 78,8% ini dikarenakan banyaknya keluhan atas sulitnya untuk menghubungi *Customer service* pusat apabila ada permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan.

4.3.2 Kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar

Berikut ini merupakan tanggapan responden mengenai pernyataan variabel kepuasan nasabah Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar:

1. Kesesuaian harapan

- a. Pendapat responden mengenai kesesuaian harapan dengan pernyataan jasa yang diberikan sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.26 Pernyataan jasa yang diberikan sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	57	26,5	285
Puas	4	112	56	448
Cukup Puas	3	31	15,5	93
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	826

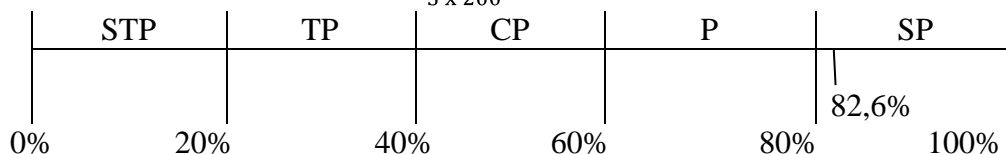
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat puas berjumlah 57 responden dengan presentase 26,5%, menjawab puas berjumlah 112 responden dengan presentase 56%, menjawab cukup puas berjumlah 31 responden dengan presentase 18,5%, dengan nilai skor 826.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{826}{5 \times 200} \times 100\% = 82,6\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai bahwa pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar jasa yang diberikan pada ukuran sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

- b. Pendapat responden pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.27 Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	102	51	510
Puas	4	70	35	280
Cukup Puas	3	28	14	84
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	874

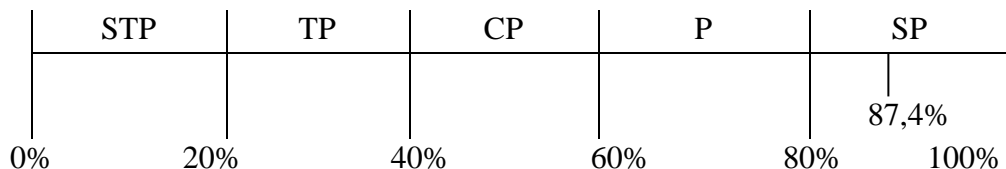
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat puas berjumlah 102 responden dengan presentase 51%, menjawab puas berjumlah 70 responden dengan presentase 35%, menjawab cukup puas berjumlah 28 responden dengan presentase 14%, dengan nilai skor 874.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{874}{5 \times 200} \times 100\% = 87,4\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai bahwa pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi.

- c. Pendapat responden tentang fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.28 Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	51	25,5	255
Puas	4	103	51,5	412
Cukup Puas	3	41	20,5	123
Tidak Puas	2	5	2,5	10
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	800

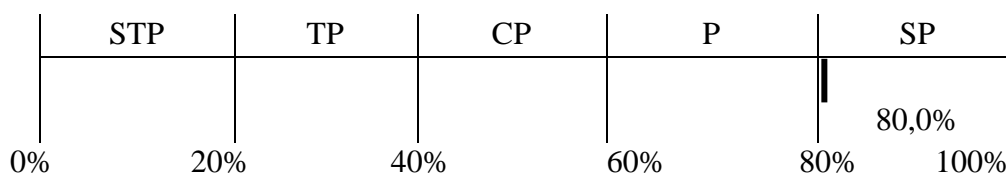
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat puas berjumlah 51 responden dengan presentase 25,5%, menjawab puas berjumlah 103 responden dengan presentase 51,5%, menjawab cukup puas berjumlah 41 responden dengan presentase 20,5%, menjawab sangat tidak puas berjumlah 5 responden dengan presentase 2,5% dengan nilai skor 800.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{800}{5 \times 200} \times 100\% = 80,0\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden puas menilai bahwa fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar.

2. Minat Berkunjung Kembali

- a. Pendapat responden mengenai minat berkunjung kembali dengan pernyataan berminat untuk berkunjung kembali, karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.29 Pernyataan Responden Berminat untuk berkunjung kembali, karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	117	58,5	585
Puas	4	75	37,5	300
Cukup Puas	3	8	4	24
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	909

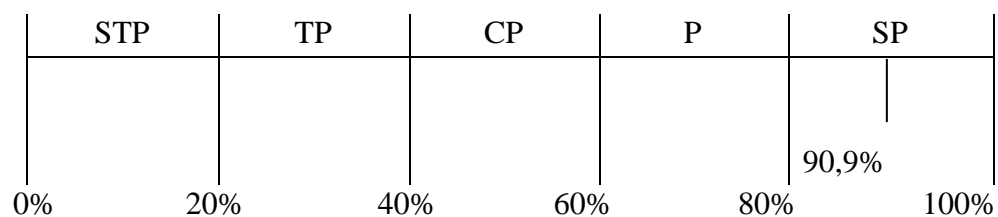
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 360 orang, responden yang menjawab sangat puas berjumlah 117 responden dengan presentase 58,5%, menjawab puas berjumlah 75 responden dengan presentase 37,5%, menjawab cukup puas berjumlah 8 responden dengan presentase 4% dengan nilai skor 909.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{909}{5 \times 200} \times 100\% = 90,9\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar.

- b. Pendapat responden mengenai minat berkunjung kembali dengan pernyataan berminat untuk berkunjung kembali, karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah memakai jasa dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.30 Pernyataan Responden Nilai dan manfaat yang diperoleh setelah memakai jasa

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	101	50,5	505
Puas	4	80	40	320
Cukup Puas	3	19	9,5	57
Tidak Puas	2	0	0	0
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	882

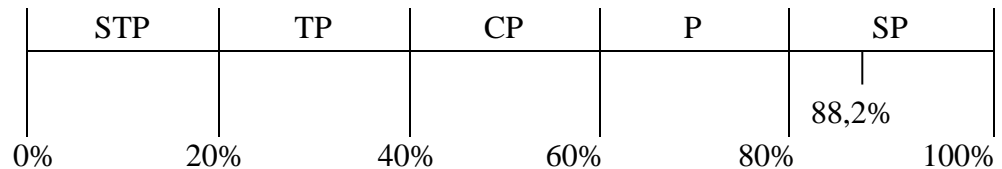
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 200 orang, responden yang menjawab sangat puas berjumlah 101 responden dengan presentase 50,5%, menjawab puas berjumlah 80 responden dengan presentase 40%, menjawab cukup puas berjumlah 19 responden dengan presentase 9,5% dengan nilai skor 882.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{882}{5 \times 200} \times 100\% = 88,2\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah memakai jasa pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar.

- c. Pendapat responden mengenai minat berkunjung kembali dengan pernyataan berminat untuk berkunjung kembali, karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.31 Pernyataan Responden Fasilitas penunjang yang disediakan memadai

Penilaian	Bobot	Jumlah	Presentase %	Skor
Sangat Puas	5	59	29,5	295
Puas	4	97	48,5	388
Cukup Puas	3	40	20	120
Tidak Puas	2	4	2	8
Sangat Tidak Puas	1	0	0	0
Total		200	100	811

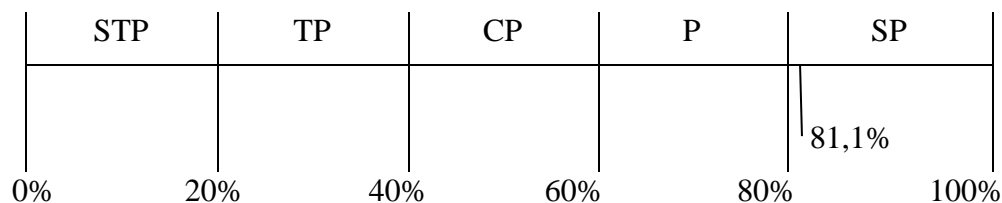
Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa dengan jumlah sampel 360 orang, responden yang menjawab sangat puas berjumlah 59 responden dengan presentase 29,5%, menjawab puas berjumlah 97 responden dengan presentase 48,5%, menjawab cukup puas berjumlah 40 responden dengan presentase 20%, menjawab sangat tidak puas berjumlah 4 responden dengan presentase 2% dengan nilai skor 811.

Total tanggapan responden :

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$\text{Tanggapan Total Responden} = \frac{811}{5 \times 200} \times 100\% = 81,1\%$$



Dari hasil analisis diatas diketahui responden sangat puas menilai berminat untuk berkunjung kembali fasilitas penunjang yang disediakan memadai pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran.

Selanjutnya nilai-nilai dari tanggapan responden mengenai kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Bank BNI Syariah Mikr Kc Veteran Makassar diringkas dalam hasil rata-rata kepuasan nasabah berikut ini :

Tabel 4.32 Hasil Rata-Rata Kepuasan nasabah PT Bank BNI Syariah Mikr Kc Veteran Makassar

No	Kepuasan Pelanggan	(Tanggapan Responden) (%)	Rata-rata Perindikator (%)
1	Kesesuaian Harapan : 1. Jasa yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. 2. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. 3. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.	82,6 87,4 80,0	83,3
2	Minat Berkunjung Kembali : 1. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan. 2. berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah memakai jasa. 3. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai	90,9 81,0 81,1	84,3
Total		503	
N		6	
Rata-rata		83,8	

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata dari tanggapan responden mengenai kepuasan nasabah mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar adalah 83,8% Dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar, tetapi ada beberapa indikator yang dibawah rata-rata. Yaitu pada indikator kesesuaian harapan dengan rata-rata sebesar 83,3% dengan ukuran Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi

dengan yang diharapkan sebesar 80,0% ini dikarenakan adanya keluhan atas sulitnya untuk menghubungi *Customer Service* pusat apabila ada permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan.

4.3.3 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan nasabah PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar

Berikut adalah tabel hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah :

Tabel 4.33 Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan nasabah PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar

			Kualitas Pelayanan	Kepuasan Nasabah
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.598**
		Sig. (1-tailed)	.	.000
		N	200	200
	Kepuasan Nasabah	Correlation Coefficient	.598**	1.000
		Sig. (1-tailed)	.000	.
		N	200	200

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sumber : output SPSS 23, 2018

Hasil perhitungan korelasi menjelaskan tentang nilai koefisien korelasi dan nilai signifikansi antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Output SPSS diatas dapat diketahui dari korelasi antara variabel kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah didapat nilai koefisien sebesar 0,598.

Tabel 4.34 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan	Hasil Korelasi
0,00 - 0,19	Sangat rendah	
0,20 - 0,39	Rendah	
0,40 - 0,59	Sedang	0,598
0,60 - 0,79	Kuat	
0,80 - 1,00	Sangat kuat	

Karena nilai koefisien berada pada rentang 0,60 - 0,79 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah adalah sedang yaitu jika pelayanan baik kualitasnya di tingkatkan maka kepuasan nasabah juga meningkat.

4.3.4 Koefisien Determinasi

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,598^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,357604 \times 100\% = 35,76\%$$

Hasil dari analisis tersebut menunjukkan bahwa pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan sebesar 35,76%, sedangkan sisanya sebesar 64,24% dipengaruhi oleh faktor lain di luar kualitas pelayanan.

4.3.5 Uji Hipotesis

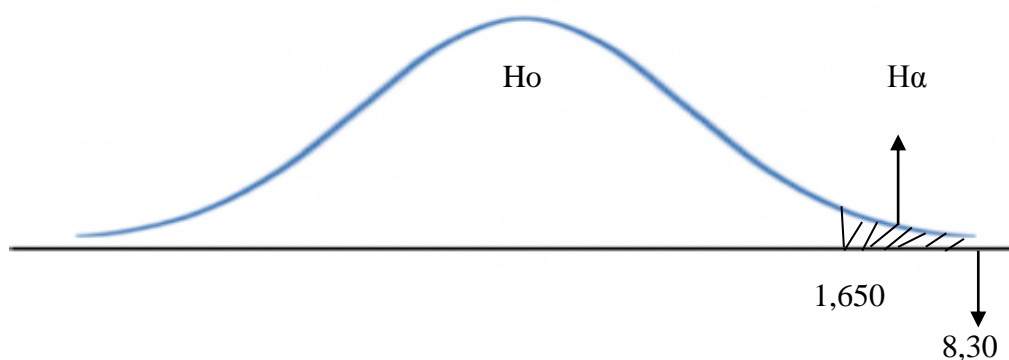
Untuk mengetahui apakah hipotesis yang dibuat dapat diterima atau ditolak dan adakah hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah, maka dilakukan uji hipotesis koefisien korelasi dengan formula:

H_0 : $\rho = 0$ tidak ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah

H_1 : $\rho > 0$ ada hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah

Statistik Uji :

$$Z_h = r \sqrt{\frac{n-1}{1-r^2}} = 0,598 \sqrt{\frac{200-1}{1-0,3576^2}} = 8,30$$



Gambar 4.2
Kurva Hasil Uji Hipotesis

Dari Hasil diatas, Z_{hitung} diperoleh $8,30 >$ dari Z_{tabel} (1,65) maka tolak H_0 artinya terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah atau bisa juga dilihat dari tabel 41, dimana nilai sig $<$ atau $0,00 < 0,05$ maka terbukti bahwa terdapat hubungan positif artinya jika kualitas pelayanan baik maka kepuasan nasabah akan meningkat.

4.4 Interpretasi dan Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil kuesioner dan pengolahan data kuesioner menggunakan program SPSS yang telah dilakukan, maka pembahasan terhadap hipotesis penelitian sebagai berikut :

4.4.1 Kualitas Pelayanan

Dilihat dari hasil pengumpulan data, maka dapat diketahui bahwa hasil rata-rata tanggapan responden variabel kualitas pelayanan memiliki rata-rata tanggapan responden sebesar 83,73% dimana rata-rata tersebut berada pada interval (75% - 100%), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada Bank BNI

Syariah Mikro KC Veteran Makassar baik, hal ini ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan puas dari responden mengenai pernyataan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Kemudian tanggapan responden dari indikator kualitas pelayanan yang menunjukkan nilai tertinggi terdapat pada indikator bukti fisik dengan nilai sebesar 88,5%.

Dilihat dari tanggapan responden bahwa nilai tertinggi terdapat pada indikator bukti fisik dengan nilai sebesar 88,5% pada ukuran lingkungan bersih / rapih / nyaman, kelengkapan fasilitas, area parkir, kenyamanan ruang tunggu, kebersihan dan kerapihan pegawai sangat memuaskan, kemudian dilihat dari tanggapan responden bahwa nilai terendah terdapat pada indikator daya tanggap dengan nilai 80,1% pada ukuran fasilitas informasi, kemampuan cepat tanggap masalah pada nasabah, ketersediaan melayani pada jam sibuk dirasa kurang memuaskan oleh nasabah akan tetapi hal itu memberikan pengaruh yang cukup tinggi pada kepuasan nasabah dalam hal memilih jasa.

4.4.2 Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil rata-rata tanggapan responden variabel kepuasan nasabah memiliki rata-rata tanggapan responden sebesar 81,36% dimana rata-rata tersebut berada pada interval (80% - 100%), sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah puas, hal ini ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan puas dari responden mengenai pernyataan berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan, berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah memakai jasa, dan berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai. Hasil rata-rata tanggapan responden perindikator tanggapan responden yang paling besar nilainya yang harus dipertahankan oleh PT Bank BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar yaitu indikator tentang minat berkunjung kembali sebesar 84,3%. Pada ukuran fasilitas berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah memakai jasa sebesar 81,0%. dan rata-rata tanggapan responden yang nilainya paling rendah yang harus diperbaiki oleh PT Bank BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar yaitu indikator kesesuaian harapan sebesar 83,3%. Pada ukuran fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan sebesar 80,0%.

4.4.3 Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi *Spearman Rank* antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah mempunyai hubungan yang kuat dengan nilai sebesar 0,598, dimana skor tersebut berada pada interval 0,40-0,59 artinya bahwa kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada PT Bank BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar mempunyai hubungan yang sedang. Artinya jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Di dalam hasil uji hipotesis koefisien korelasi menunjukkan bahwa nilai $Z_{hitung} 8,30 > Z_{tabel} (1,65)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya yaitu

terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada PT Bank BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar, hal ini sama dengan hipotesis awal dan penelitian terdahulu dari Endarwita tahun 2016 yang menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berhubungan positif dan signifikan baik terhadap kepuasan nasabah maupun loyalitas nasabah.

Kemudian, pada hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai kontribusi terhadap kepuasan nasabah sebesar 35,76%, sedangkan sisanya sebesar 64,24% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada PT Bank BNI Syariah Mikro KC Veteran Makassar terbukti sesuai dengan hipotesis.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan nasabah PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar, maka penulis menyimpulkan :

1. Variabel kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar dikatakan sangat baik, dengan hasil jawaban responden rata-rata 83,73% menjawab sangat baik artinya pelayanan yang telah diberikan oleh PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar sangat baik.
2. Kepuasan nasabah pada PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar dikatakan sangat baik, dengan hasil jawaban responden rata-rata 81,36% menjawab sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar. Hal ini menandakan bahwa PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar sudah memberikan pelayanan yang sangat puas bagi nasabahnya.
3. Terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah terlihat dari r_s 0,598 Setelah diuji, terbukti terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah karena nilai Sig 0,000 < 0,05 Didapat nilai Koefisien Determinasi sebesar 35,76% yang berarti kontribusi variabel kualitas pelayanan atau sumbangan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kuat yaitu sebesar 35,76% Sedangkan sisanya sebesar 64,24% dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar kualitas pelayanan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada nasabah di PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut :

1. PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar harus melakukan peningkatan pelayanannya kepada nasabah dengan cara memberikan fasilitas yang memadai seperti teller bank tidak hanya 2 agar nasabah merasa nyaman dan tidak mengantri, melakukan kemampuan cepat tanggap masalah pada nasabah dengan cara ketersediaan *customer service* pada jam sibuk membantu jika ada nasabah yang mempunyai masalah, dan lebih melakukan ketersediaan melayani pada jam sibuk dengan cara jika teller pada bank ada yang sedang beristirahat maka harus ada pengganti teller tersebut agar nasabah tidak harus menunggu terlalu lama agar nasabah PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar tetap memilih PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar sebagai pilihan utama dalam betransaksi.

2. PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar harus memberikan kenyamanan keseluruhan dalam menangani nasabah seperti tempat tunggu atau tempat duduk memadai agar nasabah yang mengantri tidak berdiri, selalu memberikan keadilan dalam hal pelayanan dengan cara karyawan harus selalu ramah melayani nasabah pada saat sedang sibuk atau tidak sibuk, dan terus dapat menangani dan memberikan solusi atas keluhan nasabah dengan cara selalu memberikan informasi yang akurat kepada nasabah dengan demikian nasabah akan merasa puas terhadap PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar.
3. Membuat survey kepuasan kepada nasabah melalui kuesioner atau secara langsung kepada nasabah, dengan tujuan untuk mengetahui secara langsung dari masing-masing nasabah mengenai kepuasannya akan pelayanan yang diberikan oleh PT Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar. Kemudian hasil survey tersebut dilakukan sebagai evaluasi untuk dilakukan perbaikan pelayanan sesuai dengan keinginan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Usmara. 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Books.
- Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Ali Hasan. 2008. *Marketing*. Media Utama, Yogyakarta.
- Assauri, Sofjan. 2015, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (2010), Service Quality. *Journal of Marketing*, 35-43.
- Buchari Alma. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Danang Sunyoto. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. 2009. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Cetakan Ketujuh, Yogyakarta: Andi Offset.
- Freddy Rangkuti, 2013. *Fungsi Jasa : Ciri-Ciri Dari Fungsi Jasa Dapat di Nilai Dari 5 Dimensi*, Jakarta: PT. Gramedia.
- Hasibuan Malayu. 009. *Dasar-dasar Perbankan*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Indriyo Gitosudarmo, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE – Yogyakarta.
- Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi keenam. PT. Raja Grafindo, Jakarta.
- Kotler, P., and Gary Amstrong. 2012. *Principles of Marketing*, Global Edition, 14 Edition, Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, Gary, 2013, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan K.L. Keller. 2009, *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Rambat Lupiyoadi, 2008, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta, Salemba Empat.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta, ANDI.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- TopBrand. 2017. Top Brand Bank di www.topbrand-award.com diakses pada tanggal (15 Mei).

LAMPIRAN

Lampiran 2. Kuesioner



Kuisisioner Untuk Penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Pada Pt. Bank Bni Syariah Mikro Kc Veteran Makassar”.

Saya adalah Muhammad Kosasih Ruseno Putra mahasiswa Program Sarjana Universitas Pakuan Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran yang sedang menyelesaikan tugas akhir skripsi, dalam rangka mengumpulkan data, saya memohon kesediaan dan bantuan bapak/ibu meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini. Kuisisioner ini dibuat untuk mendapatkan informasi mengenai masalah atau topik yang akan saya teliti dalam penulisan skripsi tersebut. atas kesediaan bapak/ibu, sebelumnya saya ucapkan terimakasih.

• Identitas Responden

1. Usia : a. 17-27 tahun
b. 28-38 tahun
c. 39-49 tahun
d. 50-60 tahun
e. >61 tahun
2. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
3. Pendidikan : a. SD c. SMA e. Sarjana
b. SMP d. Diploma (D1-D2)
4. Pendapatan : a. <Rp. 3.000.000
b. Rp. 3.000.000 - <Rp. 5.000.000
c. Rp. 5.000.000 - <Rp 7.000.000
d. >Rp. 7.000.000

Pendapat responden mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah: Studi Pada Pt. Bank Bni Syariah Mikro Kc Veteran Makassar”. Beri tanda checklist (✓) pada jawaban yang saudara pilih.

Keterangan :

Untuk Mengisi Kualitas Pelayanan

SS = Sangat Setuju
S = Setuju
CS = Cukup Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Untuk mengisi Kepuasan nasabah

SS = Sangat Setuju
S = Setuju
CS = Cukup Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Pertanyaan Kualitas Pelayanan Studi Pada PT. Bank Bni Syariah Mikro Kc Veteran Makassar.

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
Tangible (bukti fisik)						
1	Lingkungan pada PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar bersih/rapi / nyaman					
2	Kelengkapan fasilitas Toilet yang ada di PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar bersih / wangi					
3	Area parkir yang luas					
4	Kenyamanan ruang tunggu					
5	Kebersihan dan kerapihan pegawai					
Reliability (kehandalan)						
6	Kecepatan karyawan PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar merespon keluhan nasabah					
7	Karyawan PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar dapat memberikan informasi yang lengkap kepada nasabah					
Responsiveness (daya tanggap)						
8	Fasilitas informasi yang ada di PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar memadai					
9	Kemampuan cepat tanggap masalah pada nasabah					
10	Ketersediaan melayani pada jam sibuk					
Jaminan (Assurance)						
11	Dapat memberikan kenyamanan keseluruhan dalam menangani nasabah					
12	Memberikan keadilan dalam hal pelayanan					
13	Dapat menangani dan memberi solusi atas keluhan nasabah					
Empati (Empathy)						
14	Tingkat keramahan yang diberikan pegawai di PT. Bank BNI Syariah Mikro Kc Veteran Makassar					
15	Tingkat perhatian personal terhadap nasabah					
16	Dapat melihat apa yang diinginkan oleh nasabah					

Pertanyaan Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Bni Syariah Mikro Kc Veteran
Makassar

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
Kesesuaian Harapan						
1	Jasa yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan					
2	Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan					
3	Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan					
Minat Berkunjung Kembali						
4	Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan					
5	Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah memakai jasa.					
6	Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai					

Lampiran 3. Kualitas Pelayanan

No Responden	Bukti Fisik					Kehandalan		Daya Tanggap			Jaminan			Empati		
	BF 01	BF 02	BF 03	BF 04	BF 05	KH 01	KH 02	DT 01	DT 02	DT 03	JM 01	JM 02	JM 03	EM 01	EM 02	EM 03
1	4	3	4	3	5	5	4	5	3	4	4	3	4	3	4	3
2	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	3
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5	5	4
4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4
5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5
6	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4
7	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	5	4	4	4	4
8	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3
9	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3
10	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
11	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
12	5	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3
13	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
14	5	5	5	4	3	3	3	4	3	5	3	4	5	5	5	5
15	5	4	4	5	3	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4
16	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5
17	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5
18	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
19	5	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	5	3	3	5
20	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	3	4
21	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
22	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
23	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
24	4	5	3	3	4	4	4	3	5	3	5	3	3	3	3	3
25	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4
26	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4	5	5	4	5
27	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
28	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	3	3
29	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	5	3	5	4	4	4	5	3	5	3	5	3	5	3	3
31	4	3	4	4	5	2	2	5	3	2	4	4	2	4	3	3
32	5	3	4	4	5	3	3	4	3	3	3	5	3	4	4	3
33	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4
34	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	5	4	5	5	3
35	4	4	5	5	5	2	4	4	4	2	5	5	3	4	3	4
36	4	4	5	4	3	4	2	3	4	3	4	5	3	5	4	5
37	5	4	3	4	5	2	3	4	4	4	5	4	4	5	5	3
38	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5
39	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	5	3	3	5	4
40	4	5	3	3	3	3	3	4	5	5	3	4	4	3	5	4
41	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	3	5
42	3	3	4	4	5	5	5	4	5	3	4	4	3	4	4	3
43	5	3	4	4	4	5	4	5	3	3	5	3	4	3	5	4
44	4	3	3	5	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	5
45	4	4	4	3	3	3	2	5	4	4	4	4	2	5	5	4
46	4	4	5	4	4	4	4	4	2	3	4	5	3	5	5	3
47	5	3	4	4	5	4	5	4	4	2	5	4	4	3	3	5
48	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	5	3	4	4
49	5	3	4	4	5	4	5	4	4	2	5	4	4	3	3	5
50	3	3	3	3	5	3	4	5	2	3	4	5	3	4	4	3
51	3	4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4
52	4	4	5	3	5	3	3	3	4	5	5	4	4	5	3	3
53	5	4	5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4
54	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4
55	5	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	5	3	5	4
56	4	3	3	4	3	4	4	5	3	3	4	5	4	4	3	5
57	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	3
58	3	4	3	3	5	4	4	4	5	4	5	4	3	5	5	4
59	3	4	4	5	2	2	5	3	4	5	5	4	4	3	3	4
60	5	4	3	3	4	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5
61	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
62	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
63	5	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3
64	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
65	5	5	5	4	3	3	3	4	3	5	3	4	5	5	5	5
66	5	4	4	5	3	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4
67	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5
68	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5
69	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
70	5	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	5	3	3	5
71	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	3	4
72	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
73	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4

74	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
75	4	5	3	3	4	4	4	3	5	3	5	3	3	3	3	3
76	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4
77	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4	5	5	4	5
78	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
79	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	3	3
80	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	5	3	5	4	4	4	4	5	3	5	3	5	3	5	3
82	4	3	4	4	5	2	2	5	3	2	4	4	2	4	3	3
83	5	3	4	4	5	3	3	4	3	3	3	5	3	4	4	3
84	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4
85	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	5	4	5	3
86	4	4	5	5	5	2	4	4	4	2	5	5	3	4	3	4
87	4	4	5	4	3	4	2	3	4	3	4	5	3	5	4	5
88	5	4	3	4	5	2	3	4	4	4	5	4	4	5	5	3
89	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5
90	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	5	3	3	5	4
91	4	5	3	3	3	3	3	4	5	5	3	4	4	3	5	4
92	4	3	4	4	5	2	2	5	3	2	4	4	2	4	3	3
93	5	3	4	4	5	3	3	4	3	3	3	5	3	4	4	3
94	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4
95	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	5	4	5	5	3
96	4	4	5	5	5	2	4	4	4	2	5	5	3	4	3	4
97	4	4	5	4	3	4	2	3	4	3	4	5	3	5	4	5
98	5	4	3	4	5	2	3	4	4	4	5	4	4	5	5	3
99	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5
100	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	5	3	3	5	4
101	4	5	3	3	3	3	3	4	5	5	3	4	4	3	5	4
102	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	3	5
103	3	3	4	4	5	5	5	4	5	3	4	4	3	4	4	3
104	5	3	4	4	4	5	4	5	3	3	5	3	4	3	5	4
105	4	3	3	5	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	5
106	4	4	4	3	3	3	2	5	4	4	4	4	2	5	5	4
107	4	4	5	4	4	4	4	4	2	3	4	5	3	5	5	3
108	5	3	4	4	5	4	5	4	4	2	5	4	4	3	3	5
109	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	5	3	4	4
110	5	3	4	4	5	4	5	4	4	2	5	4	4	3	3	5
111	3	3	3	3	5	3	4	5	2	3	4	5	3	4	4	3
112	3	4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4
113	4	4	5	3	5	3	3	3	4	5	5	4	4	5	3	3
114	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4
115	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4
116	5	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	5	3	5	4
117	4	3	3	4	3	4	4	5	3	3	4	5	4	4	3	5
118	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	3
119	3	4	3	3	5	4	4	4	5	4	5	4	3	5	5	4
120	3	4	4	5	2	2	5	3	4	5	5	4	4	3	3	4
121	5	4	3	3	4	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5
122	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
123	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
124	5	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3
125	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
126	5	5	5	4	3	3	3	4	3	5	3	4	5	5	5	5
127	5	4	4	5	3	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4
128	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5
129	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5
130	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
131	5	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	5	3	3	5
132	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	3	4
133	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
134	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
135	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
136	4	5	3	3	4	4	4	3	5	3	5	3	3	3	3	3
137	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4
138	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4	5	5	4	5
139	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
140	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	3	3
141	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
142	4	5	3	5	4	4	4	5	3	5	3	5	3	5	3	3
143	4	3	4	4	5	2	2	5	3	2	4	4	2	4	3	3
144	5	3	4	4	5	3	3	4	3	3	3	5	3	4	4	3
145	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4

146	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	5	4	5	5	3
147	4	4	5	5	5	2	4	4	4	2	5	5	3	4	3	4
148	4	4	5	4	3	4	2	3	4	3	4	5	3	5	4	5
149	5	4	3	4	5	2	3	4	4	4	5	4	4	5	5	3
150	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5
151	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	5	3	3	5	4
152	4	5	3	3	3	3	3	4	5	5	3	4	4	3	5	4
153	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	3
154	3	3	4	4	5	5	5	4	5	3	4	4	3	4	4	3
155	5	3	4	4	4	5	4	5	3	3	5	3	4	3	5	4
156	4	3	3	5	4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	5
157	4	4	4	3	3	3	2	5	4	4	4	4	2	5	5	4
158	4	4	5	4	4	4	4	4	2	3	4	5	3	5	5	3
159	5	3	4	4	5	4	5	4	4	2	5	4	4	3	3	5
160	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	5	3	4	4
161	5	3	4	4	5	4	5	4	4	2	5	4	4	3	3	5
162	3	3	3	3	5	3	4	5	2	3	4	5	3	4	4	3
163	3	4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4
164	4	4	5	3	5	3	3	3	4	5	5	4	4	5	3	3
165	5	4	5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4
166	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4
167	5	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	5	3	5	4
168	4	3	3	4	3	4	4	5	3	3	4	5	4	4	3	5
169	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	3
170	3	4	3	3	5	4	4	4	5	4	5	4	3	5	5	4
171	3	4	4	5	2	2	5	3	4	5	5	4	4	3	3	4
172	5	4	3	3	4	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5
173	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5
174	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5
175	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
176	5	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	5	3	3	5
177	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	5	3	4
178	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3
179	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
180	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
181	4	5	3	3	4	4	4	3	5	3	5	3	3	3	3	3
182	5	4	4	4	3	5	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4
183	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4	5	5	4	5
184	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
185	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	3	3
186	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
187	4	5	3	5	4	4	4	4	5	3	5	3	5	3	5	3
188	4	3	4	4	5	2	2	5	3	2	4	4	2	4	3	3
189	5	3	4	4	5	3	3	4	3	3	3	5	3	4	4	3
190	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4
191	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	4	5	4	5	5	3
192	4	4	5	5	5	2	4	4	4	2	5	5	3	4	3	4
193	4	4	5	4	3	4	2	3	4	3	4	5	3	5	4	5
194	5	4	3	4	5	2	3	4	4	4	5	4	4	5	5	3
195	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5
196	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	5	3	3	5	4
197	3	3	3	3	5	3	4	5	2	3	4	5	3	4	4	3
198	3	4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4
199	4	4	5	3	5	3	3	3	4	5	5	4	4	5	3	3
200	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4

Lampiran 4. Kepuasan Nasabah

No Responden	Kesesuaian harapan			Minat berkunjung kembali			
	EM 03	KH 01	KH 02	KH 03	MB 01	MB 02	MB 03
1	3	5	5	4	5	3	4
2	3	4	4	4	5	4	4
3	4	5	5	5	5	5	4
4	4	5	5	5	4	4	3
5	5	4	4	4	5	4	4
6	4	3	3	3	4	3	3
7	4	4	4	4	5	3	4
8	3	4	4	4	3	4	4
9	3	3	3	3	4	4	3
10	4	4	4	4	4	5	4
11	4	5	5	5	5	5	5
12	3	5	5	5	4	4	3
13	4	4	4	4	5	4	4
14	5	3	3	3	4	3	5
15	4	3	3	3	5	4	4
16	5	4	4	4	5	5	5
17	5	5	5	5	4	5	5
18	4	5	5	5	4	4	4
19	5	3	3	3	4	3	3
20	4	3	3	3	3	4	3
21	3	4	4	4	3	4	4
22	4	4	4	4	4	4	5
23	4	5	5	5	5	5	4
24	3	4	4	4	3	5	3
25	4	3	3	3	4	5	4
26	5	4	4	4	4	5	2
27	4	4	4	4	4	4	3
28	3	5	5	5	5	5	4
29	4	5	5	5	4	4	4
30	3	4	4	4	5	3	5
31	3	4	3	4	4	3	3
32	3	3	3	3	4	4	3
33	4	4	4	3	4	4	4
34	3	4	5	4	5	5	3
35	4	4	5	2	3	4	5
36	5	5	4	4	4	3	4
37	3	5	4	3	5	4	5
38	5	5	4	4	4	3	5
39	4	4	3	5	4	4	4
40	4	3	4	4	4	4	4
41	5	4	4	5	3	4	5
42	3	4	5	3	3	5	3
43	4	4	3	4	3	3	4
44	5	4	5	3	4	4	4
45	4	5	5	5	4	4	3
46	3	3	4	5	5	5	5
47	5	4	5	5	3	4	5
48	4	5	3	4	4	4	4
49	5	4	5	5	3	4	5
50	3	4	5	4	3	3	4
51	4	4	4	3	4	4	3
52	3	5	4	4	3	5	4
53	4	4	3	4	4	3	5
54	4	4	4	4	5	4	5
55	4	4	4	3	4	4	4
56	5	4	4	4	3	4	3
57	3	3	5	5	4	5	4
58	4	5	3	3	4	5	5
59	4	3	4	4	3	3	4
60	5	3	5	4	4	3	4
61	4	4	4	4	4	5	4
62	4	5	5	5	5	5	5
63	3	5	5	5	4	4	3
64	4	4	4	4	5	4	4
65	5	3	3	3	4	3	5
66	4	3	3	3	5	4	4
67	5	4	4	4	5	5	5
68	5	5	5	5	4	5	5
69	4	5	5	5	4	4	4
70	5	3	3	3	4	3	3
71	4	3	3	3	3	4	3
72	3	4	4	4	3	4	4
73	4	4	4	4	4	4	5
74	4	5	5	5	5	5	4

75	3	4	4	4	3	5	3
76	4	3	3	3	4	5	4
77	5	4	4	4	4	5	2
78	4	4	4	4	4	4	3
79	3	5	5	5	5	5	4
80	4	5	5	5	4	4	4
81	3	4	4	4	5	3	5
82	3	4	3	4	4	3	3
83	3	3	3	3	4	4	3
84	4	4	4	3	4	4	4
85	3	4	5	4	5	5	3
86	4	4	5	2	3	4	5
87	5	5	4	4	4	3	4
88	3	5	4	3	5	4	5
89	5	5	4	4	4	3	5
90	4	4	3	5	4	4	4
91	4	3	4	4	4	4	4
92	3	4	3	4	4	3	3
93	3	3	3	3	4	4	3
94	4	4	4	3	4	4	4
95	3	4	5	4	5	5	3
96	4	4	5	2	3	4	5
97	5	5	4	4	4	3	4
98	3	5	4	3	5	4	5
99	5	5	4	4	4	3	5
100	4	4	3	5	4	4	4
101	4	3	4	4	4	4	4
102	5	4	4	5	3	4	5
103	3	4	5	3	3	5	3
104	4	4	3	4	3	3	4
105	5	4	5	3	4	4	4
106	4	5	5	5	4	4	3
107	3	3	4	5	5	5	5
108	5	4	5	5	3	4	5
109	4	5	3	4	4	4	4
110	5	4	5	5	3	4	5
111	3	4	5	4	3	3	4
112	4	4	4	3	4	4	3
113	3	5	4	4	3	5	4
114	4	4	3	4	4	3	5
115	4	4	4	4	5	4	5
116	4	4	4	3	4	4	4
117	5	4	4	4	3	4	3
118	3	3	5	5	4	5	4
119	4	5	3	3	4	5	5
120	4	3	4	4	3	3	4
121	5	3	5	4	4	3	4
122	4	4	4	4	4	5	4
123	4	5	5	5	5	5	5
124	3	5	5	5	4	4	3
125	4	4	4	4	5	4	4
126	5	3	3	3	4	3	5
127	4	3	3	3	5	4	4
128	5	4	4	4	5	5	5
129	5	5	5	5	4	5	5
130	4	5	5	5	4	4	4
131	5	3	3	3	4	3	3
132	4	3	3	3	3	4	3
133	3	4	4	4	3	4	4
134	4	4	4	4	4	4	5
135	4	5	5	5	5	5	4
136	3	4	4	4	3	5	3
137	4	3	3	3	4	5	4
138	5	4	4	4	4	5	2
139	4	4	4	4	4	4	3
140	3	5	5	5	5	5	4
141	4	5	5	5	4	4	4
142	3	4	4	4	5	3	5
143	3	4	3	4	4	3	3
144	3	3	3	3	4	4	3
145	4	4	4	3	4	4	4
146	3	4	5	4	5	5	3

147	4	4	5	2	3	4	5
148	5	5	4	4	4	3	4
149	3	5	4	3	5	4	5
150	5	5	4	4	4	3	5
151	4	4	3	5	4	4	4
152	4	3	4	4	4	4	4
153	5	4	4	5	3	4	5
154	3	4	5	3	3	5	3
155	4	4	3	4	3	3	4
156	5	4	5	3	4	4	4
157	4	5	5	5	4	4	3
158	3	3	4	5	5	5	5
159	5	4	5	5	3	4	5
160	4	5	3	4	4	4	4
161	5	4	5	5	3	4	5
162	3	4	5	4	3	3	4
163	4	4	4	3	4	4	3
164	3	5	4	4	3	5	4
165	4	4	3	4	4	3	5
166	4	4	4	4	5	4	5
167	4	4	4	3	4	4	4
168	5	4	4	4	3	4	3
169	3	3	5	5	4	5	4
170	4	5	3	3	4	5	5
171	4	3	4	4	3	3	4
172	5	3	5	4	4	3	4
173	5	4	4	4	5	5	5
174	5	5	5	5	4	5	5
175	4	5	5	5	4	4	4
176	5	3	3	3	4	3	3
177	4	3	3	3	3	4	3
178	3	4	4	4	3	4	4
179	4	4	4	4	4	4	5
180	4	5	5	5	5	5	4
181	3	4	4	4	3	5	3
182	4	3	3	3	4	5	4
183	5	4	4	4	4	5	2
184	4	4	4	4	4	4	3
185	3	5	5	5	5	5	4
186	4	5	5	5	4	4	4
187	3	4	4	4	5	3	5
188	3	4	3	4	4	3	3
189	3	3	3	3	4	4	3
190	4	4	4	3	4	4	4
191	3	4	5	4	5	5	3
192	4	4	5	2	3	4	5
193	5	5	4	4	4	3	4
194	3	5	4	3	5	4	5
195	5	5	4	4	4	3	5
196	4	4	3	5	4	4	4
197	3	4	5	4	3	3	4
198	4	4	4	3	4	4	3
199	3	5	4	4	3	5	4
200	4	4	3	4	4	3	5