



**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DI PT. BANK PEMBIAYAAN  
RAKYAT SYARIAH (BPRS) AMPEK ANGKEK CANDUNG  
CABANG PASAMAN BARAT”**

**SKRIPSI**

*Ditulis Sebagai Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Perbankan Syariah*

Oleh:

**ELTIN HAREFA**  
**1730401043**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
BATUSANGKAR  
2021 M/1442 H**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eltin Harefa  
NIM : 1730401043  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat”** adalah benar karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan semestinya.

Batusangkar, 16 Agustus 2021

Saya yang menyatakan



**Eltin Harefa**  
NIM: 1730401043

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing Skripsi atas Nama: Eltin Harefa, Nim: **1730401043** dengan Judul, "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat**" memandang bahwa Skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat dilanjutkan kesidang *munaqasyah*.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana perlunya.

Batusangkar, 02 Agustus 2021

Ketua Jurusan,  
Perbankan Syariah



Widi Nopiard, MA  
NIP. 19861128 201503 1 00 7

Pembimbing,



Fitri Yenti, SE. I., MA  
NIP.-

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Batusangkar






Dr. H/ Rizal M.Ag. CRP®  
NIP.19731007 200212 1 001

### PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi atas Nama: Eltin Harefa, Nim: 1730401043, judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat”**, telah diuji dalam Ujian Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar yang telah dilaksanakan Jum'at Tanggal 13 Agustus 2021 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Program Strata Satu (S.1) dalam jurusan Perbankan Syariah.

Demikianlah persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

No	Nama/NIP Penguji	Jabatan Dalam Tim	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Fitri Yenti, SE. I., MA NIP.-	Ketua Sidang		Agust 2021
2.	Dr. H. Rizal Fahlefi, S. Ag., M. SI NIP.197306292001121002	Anggota/ Penguji I		Agust 2021
3.	Widi Nopiardo, MA NIP.198611282015031007	Anggota/ Penguji II		<sup>20</sup> Agust 2021

Batusangkar, Agustus 2021

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

  
  
**Dr. H. Rizal, M.Ag., CRP®**  
NIP. 19731007 200212 1 001

## ABSTRAK

**ELTIN HAREFA, NIM 1730401043.** Judul Skripsi “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH (BPRS) AMPEK ANGKEK CANDUNG CABANG PASAMAN BARAT**” Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar, 2021.

Pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

Penelitian yang penulis lakukan menggunakan penelitian sebab akibat (*Causal Research*) dengan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner untuk memperoleh jumlah responden dengan sampel 144 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis frekuensi, analisis uji asumsi klasik, uji determinasi, analisis regresi linear berganda, uji  $t$ , dan uji  $f$  yang diolah menggunakan SPSS versi 22.

Dalam penelitian yang penulis lakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, *reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan *empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan secara simultan *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan nasabah dengan nilai  $f_{hitung}$  sebesar 7,657 dan tingkat signifikansi 0,000 dan pengaruh ini diperkuat dengan uji determinasi yang di peroleh sebesar 0,466 yang berarti korelasi antara variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan nasabah terjadi pengaruh yang kuat dengan nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,217 atau 21,7% dan dari hasil Uji  $t$  yang lebih mempengaruhi ialah pelayanan *tangible* dan *assurance*.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah .....	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat dan Luaran Penelitian.....	8
G. Defenisi Operasional .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori .....	11
1. Kualitas Pelayanan.....	11
2. Kepuasan Nasabah .....	19
3. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) .....	26
B. Kajian Relevan .....	31
C. Kerangka Berfikir .....	35
D. Hipotesis .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Jenis Penelitian .....	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
C. Populasi dan Sampel.....	38
D. Pengembangan Instrumen.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data .....	41

F. Teknik Analisis Data .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>47</b>
A. Gambaran Umum PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat .....	47
1. Sejarah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat .....	47
2. Visi dan Misi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat .....	52
3. Motto dan Slogan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat .....	53
4. Struktur Kepengurusan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat .....	53
5. Produk-produk PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat .....	56
B. Pengujian Instrumen Data .....	58
1. Uji Validitas .....	58
2. Uji Reliabilitas .....	61
C. Analisis Data.....	62
1. Analisis Frekuensi.....	62
2. Analisis Uji Asumsi Klasik.....	83
3. Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	87
5. Uji t .....	92
6. Uji f .....	94
D. Hasil dan Pembahasan .....	95
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>99</b>
A. Kesimpulan.....	99
B. Implikasi Praktisi Penelitian.....	100
C. Saran .....	100

## DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Total Nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat Periode 2018-2020 .....	5
Tabel 3. 1 Kisi-kisi Kuisisioner .....	40
Tabel 3. 2 Kategori Point Skala Likert.....	41
Tabel 4. 6 Pengujian Validitas Kepuasan Nasabah.....	60
Tabel 4. 7 Pengujian Reliabilitas .....	61
Tabel 4. 8 <i>Tangible</i> item 1 .....	62
Tabel 4. 9 <i>Tangible</i> item 2 .....	63
Tabel 4. 10 <i>Tangible</i> item 3 .....	63
Tabel 4. 11 <i>Tangible</i> item 4 .....	64
Tabel 4. 12 <i>Tangible</i> item 5 .....	65
Tabel 4. 13 <i>Reliability</i> item 1 .....	65
Tabel 4. 14 <i>Reliability</i> item 2.....	66
Tabel 4. 15 <i>Reliability</i> item 3.....	67
Tabel 4. 16 <i>Reliability</i> item 4.....	68
Tabel 4. 17 <i>Reliability</i> item 5.....	68
Tabel 4. 18 <i>Responsiveness</i> item 1.....	69
Tabel 4. 19 <i>Responsiveness</i> item 2.....	70
Tabel 4. 20 <i>Responsiveness</i> item 3.....	70
Tabel 4. 21 <i>Responsiveness</i> item 4.....	71
Tabel 4. 22 <i>Responsiveness</i> item 5.....	72
Tabel 4. 23 <i>Assurance</i> item 1 .....	72
Tabel 4. 24 <i>Assurance</i> item 2.....	73
Tabel 4. 25 <i>Assurance</i> item 3.....	74
Tabel 4. 26 <i>Assurance</i> item 4.....	74
Tabel 4. 27 <i>Assurance</i> item 5.....	75
Tabel 4. 28 <i>Empathy</i> item 1 .....	76
Tabel 4. 29 <i>Empathy</i> item 2 .....	76
Tabel 4. 30 <i>Empathy</i> item 3 .....	77
Tabel 4. 31 <i>Empathy</i> item 4 .....	78



Tabel 4. 32 <i>Empathy</i> item 5 .....	78
Tabel 4. 33 Kepuasan Nasabah item 1 .....	79
Tabel 4. 34 Kepuasan Nasabah item 2 .....	80
Tabel 4. 35 Kepuasan Nasabah item 3 .....	81
Tabel 4. 36 Kepuasan Nasabah item 4 .....	82
Tabel 4. 37 Kepuasan Nasabah item 5 .....	83
Tabel 4. 38 Tabel Kolmogorov-Smirnov Tes .....	83
Tabel 4. 39 Tabel <i>Tolerance</i> (TOL) dan <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF).....	84
Tabel 4. 40 Tabel <i>Run Test</i> .....	85
Tabel 4. 41 Uji <i>Glejser</i> .....	86
Tabel 4. 42 Model Summary <sup>b</sup> .....	87
Tabel 4. 43 Model Summary <sup>b</sup> .....	88
Tabel 4. 44 Model Summary <sup>b</sup> .....	88
Tabel 4. 45 Model Summary <sup>b</sup> .....	89
Tabel 4. 46 Model Summary <sup>b</sup> .....	89
Tabel 4. 47 Tabel Regresi Linier Berganda .....	91
Tabel 4. 48 Tabel Uji t .....	93
Tabel 4. 49 Tabel Uji f .....	94

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	35
Gambar 3.1 Jadwal Penelitian.....	46

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia selama beberapa terakhir ini cukup pesat. Perkembangan ini ditandai dengan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah di Indonesia, seperti perbankan syariah, asuransi syariah, dan lembaga keuangan syariah lainnya. Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS), mencakup kelembagaan kegiatan usaha, serta tata cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Aturan tentang Bank Syariah di Indonesia telah diatur dalam peraturan perundang-undangan No.12 tahun 2008 mengenai perbankan syariah. Adapun yang dikatakan dengan Bank Syariah yaitu suatu lembaga keuangan yang bergerak pada aktivitas dan kegiatan usaha yang berdasar dan berprinsip pada ketentuan Agama Islam dan Syariah. Soemitra mengemukakan bahwa bank syariah dapat dibagi menjadi Bank Umum Syariah, Unit Usaha syariah, serta Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (Soemitra, 2009: 61).

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah satu dari banyaknya bentuk panjang tangan dari berbagai lembaga atau organisasi keuangan yang syariah serta menjalankan berbagai aktivitas pendanaan serta pembiayaan pada industri riil demi mengembangkan perekonomian umat. Menurut UU No. 21 tahun 2008 pasal 1 mengenai peraturan umum yang menyatakan bahwa BPRS merupakan Bank Syariah yang pada aktivitasnya tidak melayani setiap kegiatan atau lalu lintas yang berhubungan dengan pembayaran. Pada pasal dua juga disebutkan bahwa setiap lembaga keuangan syariah harus menjalankan kegiatan usahanya dengan dasar syariah, demokrasi ekonomi, serta dengan dasar hati-hati. Pembiayaan yang dimaksudkan yaitu dana yang diberikan oleh suatu lembaga pada pihak lainnya. Sedangkan pengertian pembiayaan di sini adalah pendanaan yang diberikan dalam rangka memberikan investasi yang sebelumnya sudah terencana yang diberikan oleh perorangan ataupun dalam bentuk organisasi (Rifa'i, 2017: 201-202).

Setiap perusahaan khususnya perusahaan perbankan akan sangat memprioritaskan suatu kepuasan bagi nasabahnya, karena hal ini sangat erat kaitannya dengan eksistensi dari perusahaan itu sendiri. Komunikasi merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan dalam hal kepuasan nasabah khususnya bagi perusahaan jasa keuangan seperti perbankan.

Pelayanan yang diberikan suatu perusahaan merupakan suatu usaha untuk menjamin kepuasan serta kepercayaan dari nasabah. Hal ini karena kepuasan hanya dapat dirasakan oleh nasabah saat mereka telah melakukan pembelian atau pemakaian pada suatu jasa dan produk yang mereka gunakan. Nasabah akan meletakkan berbagai ekspektasi sebelum menggunakan barang atau jasa tersebut.

(Sunarti, 2017: 3) menjelaskan bahwa ada lima indikator dari kualitas pelayanan yakni: bukti langsung atau *tangible*, bukti ini dapat dilihat oleh konsumen secara fisik seperti fasilitas dan peralatan penunjang lainnya. Selanjutnya adalah kehandalan dalam memberikan pelayanan *reliability*, yaitu suatu keterampilan dari karyawan untuk memberikan pelayanan yang dapat dipercaya. Kemudian dimensi ketiga adalah ketanggapan dalam memberikan pelayanan *responsiveness*, seperti suatu keterampilan karyawan untuk menanggapi dengan tepat setiap hal yang datang dari konsumen. Keempat adalah jaminan atau *assurance*, seperti pengetahuan yang dimiliki, kesopanan dan juga jaminan keamanan bagi nasabah. Dan dimensi atau indikator terakhir adalah perhatian atau kepedulian atau *empathy*, yaitu perhatian yang ramah, tulus, dan juga dapat mengerti segala kebutuhan dari konsumen.

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat dinilai perlu untuk terus meningkatkan setiap kualitas dari pelayanan yang diberikan supaya memiliki daya saing yang kuat dibandingkan dengan kompetitornya sendiri. Hal ini karena kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank bersangkutan. Jika suatu bank bisa memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan ekspektasi dari nasabah maka nasabah akan merasa puas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa layanan yang baik dapat secara

signifikan meningkatkan kepuasan konsumen, semakin tinggi layanan yang diberikan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen, bagitupun sebaliknya, rendah kualitas pelayanan yang diberikan maka rendah pula kepuasan dari konsumen. Maka dari itu, kualitas pelayanan yang diberikan juga sangat tergantung pada mampu atau tidaknya penyedia layanan dalam hal memenuhi keinginan dari nasabah secara berkelanjutan.

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat dilihat dari sisi kualitas pelayanannya harus lebih ditingkatkan. Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah mereka merasa kurang nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat, hal ini disebabkan karena dalam pelayanan Teller masih merangkap pekerjaan dari *Costumer Service* (CS) (Rinni nasabah Tabungan *Al-Wadi'ah* di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat, wawancara 25 Februari 2021) dan dibenarkan oleh Pimpinan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat bahwasanya dalam pelayanan Teller masih merangkap dari pekerjaan *Costumer Service* (CS).

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah mereka merasa kurang nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat, hal ini disebabkan fasilitas tempat dari segi bangunan diruangan ada bagian yang bocor ketika hujan, sehingga mereka ikut basah ketika kondisi sedang hujan (Jamaluddin nasabah pembiayaan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat, wawancara langsung, 25 Februari 2021).

Kemudian disisi lain Fitra Yeni juga mengatakan dia merasa pelayanannya kurang cepat dan agak lama menunggu dalam proses pembiayaan (Fitra Yeni nasabah pembiayaan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat, wawancara langsung, 27 Februari 2021).

Disisi lain menurut Okta Priani, dia merasa Tellernya agak acuh dan cuek terhadap mereka ketika sedang dilayani (Okta Priani nasabah pembiayaan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat, wawancara langsung, 27 Februari 2021).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Sudirman, dia merasa kurang nyaman dengan pelayanannya karena ketika Teller menggunakan bahasa yang kurang sopan dan bahasa yang agak kasar ketika meminta angsuran bulanan yang nunggak beberapa bulan (Sudirman nasabah pembiayaan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat, wawancara langsung, 27 Februari 2021).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Evi, dia merasa nyaman dengan adanya area parkir motor yang luas (Evi nasabah Tabungan Al-Wadiah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat, Wawancara langsung, 10 Agustus 2021).

Kemudian di sisi lain Masyani juga mengatakan dia merasa pelayanannya baik karena ketika waktu Sholat masuk, nasabah yang berada di BPRS tersebut bias melaksanakan Sholat di BPRS karena tersedia ruangan khusus untuk Sholat (Masyani nasabah pembiayaan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat, wawancara langsung, 12 Agustus 2021).

Kepuasan nasabah penting untuk diukur, agar PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat dapat mengetahui atribut apa dari suatu produk yang dapat memuaskan nasabah. Pengetahuan tentang persepsi nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat akan membantu karyawan dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya. Adapun total jumlah nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat Periode 2018-2020 ditunjukkan dengan tabel sebagai berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Total Nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)**  
**Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat**  
**Periode 2018-2020**

Tahun	Tabungan Al-Wadiah	Deposito	Pembiayaan Murabahah	Jumlah Nasabah
2018	86	11	145	242
2019	76	3	128	207
2020	86	-	139	225

Sumber : PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat, 2021.

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat mengalami fluktuatif. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah nasabah dari tahun 2018 hingga tahun 2019 yaitu sebesar 35 orang, selanjutnya pada tahun 2020 jumlah nasabah mengalami peningkatan yaitu sebesar 18 orang, namun dapat dilihat bahwa peningkatan tersebut tidak lebih baik dibanding dengan tahun 2018. Peningkatan dan penurunan jumlah nasabah ini dapat menunjukkan seberapa baik tingkat kepuasan yang di rasa nasabah dalam mempeoleh pelayanan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.
2. Pengaruh bukti langsung (*tangible*) bagi nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

3. Pengaruh kehandalan (*reliability*) bagi nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.
4. Pengaruh ketanggapan (*responsiveness*) bagi nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.
5. Pengaruh jaminan (*assurance*) bagi nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.
6. Pengaruh kepedulian (*empathy*) bagi nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.
7. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, penulis membatasi masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Pengaruh bukti langsung (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat
2. Pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat
3. Pengaruh ketanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat
4. Pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat
5. Pengaruh kepedulian (*empathy*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat



6. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh bukti langsung (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat?
2. Seberapa besar pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat?
3. Seberapa besar pengaruh ketanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat?
4. Seberapa besar pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat?
5. Seberapa besar pengaruh kepedulian (*empathy*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat?
6. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bukti langsung (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ketanggapan (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Caang Pasaman Barat.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepedulian (*empathy*) terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

## **F. Manfaat dan Luaran Penelitian**

### **1. Manfaat**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, diantaranya:

#### **a. Teoritis**

##### **1) Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan di bidang perbankan syariah yang berkaitan dengan kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

##### **2) Peneliti**

Peneliti diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dibidang Ekonomi Islam dan Lembaga Keuangan Syariah khususnya Perbankan Syariah.

#### **b. Praktis**

### 1) Bagi Perbankan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan yang akan diambil dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah sehingga nasabah menjadi puas dan loyal terhadap bank.

### 2) Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi nasabah dalam menambah pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

## 2. Luaran Penelitian

Luaran penelitian ini adalah diterbitkan pada jurnal ilmiah.

## G. Defenisi Operasional

Supaya hasil penelitian ini dapat dengan mudah dipahami dan dimnegerti serat agar tidak adanya kesalah pahaman antara penulis dengan pembaca, maka sangat perlu untuk penlis menjelaskan mengenai beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu: dapat mempermudah pembaca untuk memahami penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### 1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayaan diartikan sebagai memenuhi suatu keinginan dan juga harapan dari konsumen serta disampaikan dengan cara yang tepat hingga dapat memenuhi semua ekspektasi dari konsumen atau nasabah. Apabila suatu barang atau jasa yang didapatkan telah sesuai dengan apa yang dirasakan atau *perceived service* sesuai dengan apa yang diterima saat pembelian dilakukan maka konsumen akan merasa puas. Begitupun sebaliknya, jika mereka merasa tidak sesuai dengan apa yang mereka inginkan, maka mereka akan merasa tidak puas. (Pontoh, 2014: 286).

Jadi kualitas pelayanan yang baik yang penulis maksud di sini adalah apabila suatu jasa yang didapatkan nasabah telah sesuai dengan apa yang

diterima nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

## **2. Kepuasan Nasabah**

Level yang dirasakan oleh seorang individu dimana ia akan mengetakan nilai dari perbandingan yang dilakukan saat barang belum dibeli dan saat setelah melakukan pembelian disebut dengan kepuasan nasabah atau konsumen. (Rianto, 2012: 192).

Jadi kepuasan nasabah yang penulis maksud di sini adalah seseorang yang menyatakan suatu hasil yang didapatkan dari membandingkan kinerja jasa atau produk saat belum melakukan pembelian dan juga kinerja produk atau jasa setelah melakukan pembelian di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Kualitas Pelayanan**

###### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan suatu situasi yang dinamis yang memiliki kaitan dengan produk, jasa, proses, manusia serta lingkungan yang dapat memenuhi suatu standar tertentu atau bahkan melebihi suatu standar yang telah ditentukan. Kualitas pelayanan atau dikenal dengan istilah *service quality* bisa dicari tahu dengan langkah melakukan perbandingan antara persepsi nasabah mengenai suatu pelayanan yang mereka inginkan atau harapkan dengan pelayanan sesungguhnya dalam suatu bank (Tjipto, 2007: 82). Oleh karena itu, penulis dapat mengemukakan bahwa kualitas pelayanan yaitu suatu kondisi dan situasi yang erat kaitannya dengan pendapat atau persepsi dari nasabah mengenai suatu pelayanan di sebuah lembaga yang mereka harapkan.

Berikut definisi kualitas pelayanan menurut pakar:

- 1) Parasuraman dalam Seminar berpendapat bahwa kualitas pelayanan dengan reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangibles*) (Seminar, 2015: 1425).
- 2) Kotler dan Keller dalam Sudarso pelayanan yaitu suatu usaha dan kegiatan untuk memberikan suatu pelayanan yang kemudian ditawarkan pada kelompok lain yang tidak memiliki wujud serta tidak menyebabkan munculnya hak milik atas suatu yang diberikan tersebut.
- 3) Tjipto dan Chandra dalam Sudarso mengatakan kualitas pelayanan yang diberikan memiliki pengaruh pada kepuasan dari nasabah. Kualitas pelayanan yang diberikan akan menyebabkan nasabah untuk menjalin hubungan atau relasi yang sama – sama menguntungkan dengan pihak perusahaan atau pihak bank (Sudarso, 2016: 55-57).

- 4) A. Batinggi dan Badu Ahmad berpendapat suatu layanan dapat dikatakan memiliki kualitas yang baik apabila pelayanan diberikan dengan cepat, ramah, tidak ada kesalahan, sesuai dengan prosedur yang seharusnya, rapi dan teliti. Proses dalam memberikan pelayanan dilakukan dengan sangat rinci serta bertahap, baik oleh pihak yang memberikan pelayanan maupun pihak yang diberikan suatu layanan. Hal ini dilakukan untuk menjaga kepuasan dari nasabah. (Batinggi, 2013: 20).

Jadi berdasarkan pernyataan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan pelaku bisnis yang ditawarkan kepada nasabah sesuai yang diinginkan nasabah.

Menurut Sinambel kualitas pelayanan prima tercermin terdiri dari:

- 1) Transparansi, adalah suatu pelayanan yang sifatnya terbuka, gampang untuk diakses oleh banyak pihak yang memerlukan dan mudah untuk dipahami bagi semua nasabah yang membutuhkan.
- 2) Akuntabilitas, yaitu pelayanan yang diberikan dengan tanggung jawab yang berdasar pada suatu aturan undang-undang atau pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan standar operasional prosedur yang telah ditentukan dalam sebuah lembaga.
- 3) Kondisional, adalah pelayanan yang disesuaikan dengan suatu kondisi dan situasi serta tingkat kemampuan dari pihak yang memberikan pelayanan serta kemampuan dari pihak yang menerima layanan. Pelayanan ini memegang dasar prinsip keefektifan dan juga keefisienan dari pelayanan yang diberikan.
- 4) Partisipatif, yaitu pelayanan yang memberikan suatu dorongan agar masyarakat dapat mengambil peran untuk melakukan pelayanan umum atau pelayanan public dengan tetap mempertimbangkan aspirasi, keperluan, serta harapan dari berbagai pihak umum.
- 5) Persamaan hak, adalah pelayanan yang dilakukan tanpa adanya perbedaan atau perbedaan pada penerima layanan terutama

perbedaan pada aspek agama, ras, budaya, dan juga status sosial lainnya.

- 6) Keseimbangan hak dan kewajiban, adalah pelayanan dengan perimbangan pada unsur keadilan baik pada pihak yang memberikan layanan ataupun pihak yang menerima layanan (Sinambela, 2006: 6).

b. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Pelayanan dalam bisnis Islam dilandasi beberapa hal pokok yakni sebagai berikut:

- 1) *Shiddiq* yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta ketika melakukan berbagai transaksi bisnis. Kemudian dilarang berdusta, menipu, dan memperlakukan kualitas akan menyebabkan kerugian yang sebenarnya.
- 2) *Amanah* dan *fatonah* adalah kata yang diterjemahkan pada nilai bisnis dalam manajemen yaitu bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, memiliki misi, memiliki manajer dan pimpinan yang cerdas kemudian sadar produk dan jasa secara berkelanjutan.
- 3) *Tablig* adalah suatu kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dengan baik, istilah ini dalam bahasa manajemen sebagai seorang yang supel, cepat tanggap, koordinasi dan kerja tim.
- 4) *Istiqomah* adalah secara konsisten menampilkan dan mengaplikasikan nilai-nilai di atas walaupun mendapatkan rintangan. Melalui *istiqomah* diyakini akan ada peluang-peluang bisnis yang menguntungkan sehingga akan selalu terbuka lebar (Tanjung, 2003: 56).

c. Komponen Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan suatu perusahaan terdiri atas tiga komponen utama yaitu:

- 1) *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang diterima nasabah, *technical quality* dapat dirincikan lagi menjadi:
  - a) *Search Quality* adalah kualitas yang dapat dievaluasi nasabah sebelum membeli, misalnya harga.

- b) *Experience Quality* adalah kualitas yang hanya bisa dievaluasi nasabah setelah membeli atau mengkonsumsi jasa, misalnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, dan kerapian hasil.
- c) *Credence Quality* adalah kualitas yang sukar dievaluasi nasabah meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa.
- 2) *Functional Quality* adalah komponen yang berkaitan dengan cara penyampaian jasa.
- 3) *Corporate Image* adalah profil, reputasi, dan citra umum dan daya tarik khusus perusahaan (Tjipto, 2005: 60)
- d. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Adapun ciri dan karakteristik dari suatu pelayanan yang baik menurut Kasmir yaitu seperti di bawah ini:

- 1) Adanya fasilitas yang disediakan dengan baik
- 2) Adanya karyawan atau personel dengan kemampuan yang tepat
 

Biasanya nyaman atau tidaknya nasabah dalam melakukan proses sesuatu di sebuah bank sangat dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikan oleh CS atau *Costumer Service* bank yang bersangkutan. CS hendaknya bisa memberikan kenyamanan pada nasabah dengan cara melayani dengan ramah, sopan, dan santun. Serta CS juga memiliki tanggung jawab dan tugas untuk selalu bertanggung jawab atas nasabah mulai dari awal hingga akhir transaksi.
- 3) Bisa memberikan layanan dengan tepat waktu dan benar
- 4) Bisa berkomunikasi dengan baik
- 5) Mampu menjamin setiap transaksi akan terjaga rahasianya
- 6) Mempunyai keterampilan dan kemampuan yang tinggi
- 7) Terus mencoba untuk bisa paham mengenai setiap kebutuhan dari setiap nasabah
- 8) Bisa mempercayakan segala sesuatunya pada nasabah (Kasmir, 2014: 257-259).

e. Pembagian Kualitas Pelayanan

- 1) Kualitas layanan internal



Segala sesuatu yang berhubungan dengan interaksi antara setiap pegawai pada sebuah lembaga dengan banyaknya fasilitas yang ada di dalam sebuah lembaga. Berikut ini adalah beberapa faktor yang dapat berpengaruh pada kualitas pelayanan internal, yaitu:

- a) Pola dari system manajemen dalam sebuah lembaga organisasi.
  - b) Tersedianya fasilitas sarana dan prasarana untuk mendukung operasional suatu lembaga
  - c) Menegmbangkan sumber daya yang ada khususnya manusia
  - d) Suasana kerja dan juga hubungan dalam hal pekerjaan
  - e) Pola kerja yang intensif
- 2) Kualitas layanan eksternal

Kualitas eksternal dari sebuah layanan dapat dipengaruhi oleh beberapa factor yaitu:

- a) Kualitas pelayanan yang berhbungan denngan proses menyediakan syatu pola layanan serta tata cara untuk pembentukan suatu jasa tertentu
- b) Kualitas pelayanan yang berhubungan dengan proses penyediaan suatu barang atau produk adalah suatu pola pelayanan dengan proses untuk membuat suatu barang, pendistribusian barang, serta layanan setelah barang dijual (Barata, 2006: 37-38).

f. Etika Pelayanan Nasabah

Jika dilihat secara keseluruhan, pelayanan yang bisa dikasih oleh karyawan sebuah bank untuk memberikan suatu pelyanan yang baik pada nasabah yaitu seperti di bawah ini:

- 1) Mengucapkan salam terlebih dahulu
- 2) Kemudian meminta nasabah untuk masuk dan duudk dengan cara yang sopan dan santun.
- 3) Melakukan semua poin sebelumnya dengan tersenyum ramah.
- 4) Menanyakan kebutuhan atau keperluan dari nasabah dengan sopan, ramah, dan sopan.

- 5) Membiasakan untuk mengucapkan kata tolong, maaf, pada waktu meminta nasabah untuk melengkapi draf blanko yang dibutuhkan.
- 6) Jika nasabah telah selesai dengan urusan biasakan untuk selalu tersenyum dan menerima setiap saran yang diberikan oleh nasabah dengan sopan dan ditutup ucapan terimakasih. (Kasmir, 2010: 176).

g. Dimensi Kualitas Pelayanan

Zeithaml, Bitner, Gremler dalam Sunarti telah menjelaskan mengenai dimensi dari kualitas pelayanan yaitu ada lima hal seperti yang dijelaskan di bawah ini:

- 1) Bukti langsung (*tangible*) adalah suatu keterampilan yang dimiliki oleh organisasi untuk memperlihatkan eksistensinya pada orang luar atau pihak di luar perusahaannya sendiri. Bentuk ini dapat terlihat dari fasilitas yang diberikan pada lingkungannya saat memberikan jasa dan pelayanan pada pihak luar. Adapun bentuk dari dimensi ini adalah gedung kantor, sarana dan prasarana serta penampilan dan bentuk fisik dari karyawan organisasi tersebut.
- 2) Keandalan (*reliability*) adalah suatu kemampuan perusahaan agar bisa memberikan suatu pelayanan yang berdasar pada hal yang telah dijanjikan dengan langkah yang akurat dan juga dapat dipercaya. Kualitas pelayanan yang diberikan sebaiknya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah seperti waktu pemberian pelayanan, tidak adanya kesalahan dalam hal memberikan pelayanan, memperlihatkan sikap perhatian, serta memberikan ketepatan pelayanan sesuai kebutuhan nasabah.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*) adalah suatu aturan yang dikeluarkan agar dapat membantu serta memberikan layanan dengan tepat serta responsive dengan memberikan informasi yang benar.
- 4) Jaminan (*assurance*) adalah suatu ilmu, cara yang sopan, serta keterampilan staf untuk memberikan dan mendapatkan suatu keyakinan dan kepercayaan dari nasabah untuk perusahaan. Agar

kepercayaan nasabah dapat didapatkan maka staf dan karyawan perusahaan harus memenuhi beberapa hal seperti:

- a) Komunikasi (*communication*), adalah suatu aktivitas dalam rangka memberikan informasi pada nasabah dengan menggunakan bahasa serta kata – kata yang mudah dipahami oleh nasabah dan nasabah bisa memberikan tanggapan yang sesuai dengan respon yang diberikan.
  - b) Kredibilitas (*credibility*), adalah suatu jaminan akan sebuah kepercayaan yang diberikan pada nasabah tanpa terkecuali atau dapat disebut dengan sikap jujur pada nasabah.
  - c) Keamanan (*security*), adalah suatu rasa percaya yang besar dari seorang nasabah tentang suatu pelayanan yang diberikan padanya.
  - d) Kompetensi (*competence*)
  - e) Sopan santun (*courtesy*), setiap pelayanan yang diberikan hendaknya memuat beberapa nilai yang dapat diberikan pada setiap nasabah.
- 5) Kepedulian/perhatian (*empathy*) adalah memperlihatkan sikap peduli dan perhatian dengan cara yang lebih personal pada setiap nasabah (Sunarti, 2017: 3).

Sedangkan menurut Garvin dalam Tjiptono, terdapat delapan dimensi kualitas pelayanan publik yaitu:

- 1) Kinerja (*performance*), karakteristik operasi pokok dari produk inti.
- 2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 5) Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus dilakukan.

- 6) *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan.
- 7) Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- 8) Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya (Tjiptono, 2003: 27).

Menurut Hadi dalam Zeithmalh mengemukakan bahwa dalam menilai kualitas jasa/pelayanan, terdapat sepuluh ukuran kualitas jasa/pelayanan, yaitu:

- 1) *Tangible* (nyata/berwujud), yaitu sebagai penampilan dari fisik, peralatan, personil dan alat-alat komunikasi.
- 2) *Reliability* (kehandalan), yaitu sebagai kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan tepat.
- 3) *Responsiveness* (cepat tanggap), yaitu sebagai kemauan untuk membantu pengguna jasa dengan memberikan pelayanan yang cepat.
- 4) *Competence* (kompetensi), yaitu sebagai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam memberikan pelayanan.
- 5) *Access* (kemudahan), sebagai kemudahan dijangkau dan dihubungi.
- 6) *Courtesy* (keramahan), yaitu sebagai sikap hormat, sopan santun dan ramah tamah yang diberikan dalam melakukan pelayanan.
- 7) *Communication* (komunikasi), yaitu sebagai kemudahan berkomunikasi dengan pengguna jasa, termasuk kesediaan mendengarkan keluhan dan keinginan pengguna jasa.
- 8) *Credibility* (kepercayaan), yaitu sebagai kepercayaan yang diberikan kepada pemberi jasa.
- 9) *Security* (keamanan), yaitu sebagai rasa bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- 10) *Understanding the Customer* (pemahaman pelanggan), yaitu sebagai usaha untuk mengerti kebutuhan dan keinginan pengguna jasa (Hadi, 2017: 102).

Berdasarkan pendapat tiga pakar di atas peneliti memutuskan untuk memilih memakai teori Sunarti yang menjelaskan ada lima dimensi kualitas pelayanan.

## **2. Kepuasan Nasabah**

### **a. Pengertian Kepuasan Nasabah**

Puas atau tidaknya seorang konsumen sangat dipengaruhi oleh pelayanan yang diberikannya padanya. Biasanya konsumen akan merasa tidak puas karena harapannya akan sesuatu tidak dapat dipenuhi. Saat membeli sebuah barang atau jasa, konsumen akan cenderung untuk meletakkan beberapa harapan mengenai kinerja dan layanan yang diberikan saat pembelian produk tersebut (Sangadji, 2013: 183).

Menurut konsep linguistic kepuasan adalah kata yang berasal dari bahasa Latin yakni kata *sais* yang bermakna cukup serta *facere* yang memiliki makna melakukan atau berbuat sesuatu. Dengan menggunakan konsep linguistic maka suatu layanan yang diberikan bisa memenuhi sebuah harapan dari konsumen mengenai suatu barang atau jasa yang dijual belikan. Maka dengan demikian kepuasan merupakan suatu kesamaan antara suatu kinerja suatu produk dan jasa yang diberikan pada konsumen sesuai dengan apa yang diharapkan oleh setiap konsumen. (Sangadji, 2013: 182).

Defenisi kepuasan menurut para ahli :

- 1) Engel, Blackwell, dan Miniard dalam Sumarwan menjelaskan bahwa kepuasan merupakan suatu proses evaluasi yang dilakukan setelah suatu tindakan untuk mengkonsumsi dilakukan dan suatu langkah telah dipilih paling kurang dapat sesuai dengan standar atau bahkan dapat melebihi standar.
- 2) Mowen dan Minor dalam Sumarwan menjelaskan bahwa kepuasan yaitu suatu sifat dari setiap nasabah mengenai suatu pelayanan yang memuaskan saat mereka telah mendapatkan sesuatu yang diinginkan (Suwarman, 2012: 189).

- 3) Tse & Wilton dalam Muflih mengatakan bahwa kepuasan pada seorang nasabah mengenai suatu proses penilaian pendapat tentang harapan yang dimiliki dengan kenyataan yang diterima saat sebelum dan sesudah suatu produk dibeli atau bahkan setelah produk dipakai dan dikonsumsi oleh konsumen.
- 4) Cadotte dalam Muflih menjelaskan bahwa kepuasan yaitu suatu rasa yang tiba-tiba ada saat proses evaluasi mengenai pengalaman tentang pemakaian atau pembelian sebuah produk (Muflih, 2006: 61).
- 5) Menurut Fomell dalam Rahayu berpendapat bahwa kepuasan nasabah yaitu suatu proses menilai setelah pembelian dilakukan secara keseluruhan dan kemudian membuat perbandingan mengenai persepsi tentang kinerja suatu produk dengan apa yang mereka harapkan sebelum melakukan pembelian (Rahayu, 2010: 61).
- 6) Menurut Kotler dalam Rianto yang dikatakan dengan kepuasan yaitu suatu rasa seseorang individu yang memperlihatkan hasil dari kerja suatu barang atau jasa dan membandingkannya dengan hal yang diharapkan oleh konsumen itu sendiri (Rianto, 2012: 192).

Maka dapat dipahami bahwa kepuasan pada nasabah yaitu suatu harapan yang dimiliki oleh nasabah sebelum ia melakukan pembelian pada suatu barang dengan harapan atau ekspektasi nasabah saat sebelum mereka melakukan transaksi pembelian tentang suatu produk atau jasa. Perbandingan ini dilakukan anatar sebelum dan setelah produk atau barang dibeli oleh konsumen. Setelah proses perbandingan dilakukan maka kesimpulan atau perasaan yang dirasakan oleh konsumen tersebut dapat dikatakan dengan puas atau bahkan tidak puas.

#### b. Kepuasan Nasabah dalam Pandangan Islam

Standar syariah adalah tolok ukur dalam menilai kepuasan nasabah dalam pandangan Islam. Kepuasan nasabah dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima. Kepuasan dalam syariah adalah cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriyah maupun batiniyah.

Konsep kepuasan syariah berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur.

Kepuasan menurut syariah harus mempertimbangkan beberapa hal berikut:

- 1) Barang yang dikonsumsi harus halal
- 2) Dalam mengonsumsi barang atau jasa tidak berlebih-lebihan
- 3) Tidak mengandung riba (Ratnasari & Salma, 2015: 327).

Sebagaimana firman Allah SWT. Dalam QS. At-Taubah ayat 59 yang artinya:

*“Dan sekiranya mereka benar-benar ridha dengan apa yang diberikan Allah dan Rasul-Nya kepada mereka, dan berkata:”Cukupkanlah Allah bagi kami, Allah akan memberikan sebagian dari karunia-Nya dan demikian (pula) Rasul-Nya, sesungguhnya kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah”.*

Maksud dari ayat di atas, jika dikaitkan dengan kepuasan nasabah ialah jika manusia beriman kepada Allah tidaklah mereka akan mencela atau tidak menerima apa yang didapat. Oleh karena itu tumbuhlah rasa syukur yang menjadikan rasa puas.

#### c. Tahapan Kepuasan Nasabah

Wilkie dalam Sondakh mengemukakan lima langkah dalam kepuasan yang dimiliki oleh setiap nasabah, yaitu sebagai berikut:

##### 1) *Expectations* (pengharapan)

Sebelumnya akhirnya nasabah memutuskan untuk melakukan proses pembelian pada suatu barang atau jasa, biasanya mereka akan menaruh berbagai harapan dan ekspektasi tentang barang atau jasa yang akan mereka beli. Biasanya mereka akan menaruh berbagai nilai pada barang tersebut dan setelah pembelian dilakukan maka akan muncul kesimpulan puas ataupun tidak puas dalam diri konsumen tersebut.

##### 2) *Performance* (kinerja)

Saat nasabah atau konsumen telah melakukan transaksi pembelian pada suatu produk maka mereka akan merasakan suatu kondisi yang dipengaruhi oleh kinerja atas produk dan jasa yang mereka telah beli sebelumnya.

3) *Comparison* (membandingkan)

Pada tahap ini, biasanya nasabah akan melakukan perbandingan antara harapan apa yang mereka inginkan saat mereka belum melakukan proses pembelian dan apa yang mereka terima dan dapatkan setelah melakukan pembelian dari produk atau jasa tersebut.

4) *Confirmation/disconfirmation* (konfirmasi/diskonfirmasi)

Pada tahap ini biasanya konsumen telah memiliki hasil dari proses perbandingan yang dilakukan mengenai kinerja dari barang atau jasa yang telah dibeli. Jika ternyata apa yang mereka harapkan tentang kinerja produk sama dengan apa yang mereka terima atau bahkan lebih dari apa yang mereka terima, maka mereka akan merasa puas. Namun sebaliknya, jika jika kinerja produk lebih buruk dari ekspektasi dan harapan mereka maka konsumen akan berada pada titik *disconfirmation of expectation*. *Disconfirmation of expectation* ini dapat digolongkan menjadi dua hal yakni *positive* dan *negative disconfirmation expectation*.

5) *Discrepancy* (ketidaksesuaian)

Jika kinerja dari produk dan jasa yang sebelumnya dibeli tidak dapat memenuhi ekspektasinya maka konsumen akan mengalami rasa yang tidak puas. Kemudian hal ini akan berdampak pada sikap atau keputusan konsumen untuk tidak lagi melakukan pembelian pada produk atau jasa tertentu (Shondakh, 2014: 24-25).

d. Strategi Kepuasan Nasabah

Menurut Arif ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan dari nasabah, yakni sebagai berikut:

- 1) Strategi pemasaran berkelanjutan (*relationship marketing strategi*) yaitu suatu cara yang dilakukan untuk membangun suatu hubungan



yang baik dengan berkelanjutan atau konsisten dengan konsumen dalam jangka waktu yang panjang. Dengan strategi ini maka nasabah dapat menjadi loyal dan tingkat kepuasan dapat menjadi lebih optimal.

- 2) Strategi pelayanan prima adalah suatu cara yang dilakukan dengan memberikan tawaran pelayanan yang lebih baik jika dibandingkan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan pesaing. Namun untuk menawarkan jasa yang demikian akan membutuhkan biaya yang tinggi namun juga menjamin suatu pelayanan yang positif dan baik. Hal ini berlaku sebaliknya jika harga yang ditawarkan murah untuk sebuah pelayanan maka kepuasan yang didapatkan oleh konsumen juga rendah
- 3) Strategi *superior customer service*, yaitu sebuah metode yang menerapkan suatu strategi yang lebih baik dibandingkan dengan strategi kompetitor. Jika ingin mengaplikasikan strategi yang demikian maka sangat diperlukan biaya yang tinggi dan juga sumber daya manusia yang bagus.
- 4) Strategi *unconditional guarantees*, adalah sebuah strategi yang fokus pada komitmen untuk menjamin kepuasan konsumen yang akan bermuara pada dinamisme sempurna serta meningkatkan mutu dan kualitas dari produk.
- 5) Strategi peningkatan kinerja perusahaan, strategi ini adalah berorientasi pada terus untuk meningkatkan dan melakukan evaluasi pada kinerja perusahaan dengan cara banyak memberikan pelatihan pada staf perusahaan dan berorientasi pada setiap perubahan yang ada dalam sebuah industri.
- 6) Penerapan *quality function deployment (QFD)* adalah salah satu cara dengan melakukan praktek untuk membuat perancangan pada suatu kegiatan yang disesuaikan dengan kebutuhan para konsumen (Arif, 2010: 205).

e. Faktor-faktor Pendukung Kepuasan Nasabah

Ada lima hal yang bisa mendongkrak kepuasan dari nasabah yakni: Terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan nasabah, yaitu:

- 1) Suatu kualitas dari produk yang di dalamnya termasuk *performance*, *reliability*, *comformance*, *durability*, dan *consistency*. Seorang nasabah akan merasakan kepuasan jika hasil penilaian memperlihatkan bahwa jasa yang sejauh ini mereka gunakan adalah jasa dengan kualitas baik.
- 2) Suatu kualitas dari pelayanan adalah ketika nasabah merasakan kepuasan apabila pelayanan yang mereka dapatkan telah berdasarkan pada apa yang mereka ekspektasikan.
- 3) Faktor yang berhubungan dengan emosi seseorang, yaitu jika produk dan jasa yang mereka gunakan dapat memenuhi gaya hidupnya maka mereka akan merasakan kepuasan. Kepuasan ini dapat berupa perasaan bangga, percaya diri, serta bentuk dari kesuksesan seseorang.
- 4) Pada aspek ini yang digunakan adalah berapa banyak biaya yang akan digunakan untuk mendapatkan suatu produk dan jasa (Irwan, 2002: 2).

f. Faktor penunjang kepuasan nasabah

Berikut ini adalah beberapa faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen seperti:

- 1) Penampilan, kerapian dari seorang petugas yang ada di bagian *Customer Service* serta cara dan kemampuan komunikasi yang baik dan menarik.
- 2) Perilaku cepat tanggap serta ketepatan waktu dari *Customer Service* dalam hal memberikan pelayanan pada nasabah.
- 3) Mempersiapkan sarana dan fasilitas penunjang yang nyaman, aman, dan bersih dengan suasana dekorasi yang menarik

- 4) Brosur yang berisikan informasi tentang segala hal yang berhubungan dengan perusahaan serta dapat menjawab setiap pertanyaan dari konsumen (Ikatan Bankir Indonesia, 2014: 83).

g. Indikator Kepuasan Nasabah

Hawkins dan Lonney dalam Tjipto, ada beberapa hal yang dapat membentuk kepuasan dari diri konsumen, yaitu sebagai berikut:

- 1) Kesesuaian antara harapan atau ekpektasi dari nasabah saat mereka belum melakukan pembelian dengan kenyataan saat mereka telah melakukan suatu pembelian pada barang atau jasa tertentu yaitu sebagai berikut:
  - a) Kinerja dari barang atau jasa yang didapatkan sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapan yang diinginkan oleh konsumen.
  - b) Pelayanan yang diberikan oleh staf dan diberikan pada konsumen lebih dari apa yang ia harapkan sebelumnya.
  - c) Fasilitas sarana dan prasarana yang difasilitasi sesuai atau bahkan melebihi yang diharapkan oleh konsumen sebelumnya.
- 2) Keinginan untuk kembali berkunjung adalah suatu sikap sedia atau tidaknya konsumen untuk kembali pada produk atau jasa yang sebelumnya pernah dibeli, seperti:
  - a) Konsumen ingin untuk kembali berkunjung ke suatu bank karena layanan yang dianggap memuaskan.
  - b) Konsumen ingin kembali berkunjung karena nilai dan kepuasan yang didapatkan sangat bermanfaat setelah produk digunakan.
  - c) Konsumen mau kembali berkunjung karena ketersediaan sarana dan prasarana yang disediakan oleh bank sangat layak.
- 3) Mau atau tidaknya konsumen untuk kembali merekomendasikan suatu produk pada orang terdekatnya, seperti:
  - a) Mereka akan merekomendasikan pada orang terdekat untuk membeli suatu produk karena layanan yang diberikan tergolong memuaskan.

- b) Mereka bersedia untuk merekomendasikan suatu barang atau jasa pada orang terdekat karena sarana dan prasarana yang diberikan sangat layak
- c) Memberikan saran pada orang terdekat agar menggunakan suatu barang atau jasa tertentu karena nilai dan manfaat yang diperoleh dari penggunaan barang atau jasa tertentu (Tjipto, 2005: 101)

### **3. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)**

#### **a. Pengertian Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)**

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah satu dari banyaknya bank yang melakukan aktivitas usaha dengan berlandaskan pada ajaran syariah serta tidak menyediakan jasa untuk lalu lintas pembiayaan. Hukum yang mengatur bank jenis ini yaitu: Perseroan Terbatas/PT, Koperasi atau Perusahaan Daerah (Pasal 2 PBI No. 6/17/PBI/2004). Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 telah menegaskan bahwa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah Bank Syariah yang dalam aktivitasnya tidak melayani hasa lalu lintas pembiayaan. (Umam, 2009: 41). Maka berdasarkan aturan itu, sangat penting untuk dipertimbangkan bahwa BPRS adalah singkatan dari Bank Perkreditan Rakyat Syariah. Hal ini tentu saja bermaksud bahwa aturan undang-undang yang dikatakan BPR Syariah dengan Bank Perkreditan Rakyat sebaiknya dibaca menjadi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Hasan, 2009: 7).

Menurut penulis defenisi dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah kegiatan usaha yang beroperasi sesuai dengan landasan Al-qur'an yang tidak memberikan lalu lintas jasa keuangan.

#### **b. Ciri serta tujuan dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)**

Berikut ini adalah beberapa tujuan dari dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dalam ilmu ekonomi, yaitu:

- 1) Untuk membangun suatu semangat yang islamiah dengan melakukan berbagai aktivitas ekonomi untuk memberikan peningkatan pemasukan perkapita demi suatu kualitas hidup yang lebih layak.
- 2) Membuka lebih banyak lapangan pekerjaan, khususnya dalam tingkat kecamatan hal ini diharapkan dapat mengurangi sistem urbanisasi.
- 3) Membangun kesejahteraan yang lebih bagi umat Islam, khususnya bagi masyarakat yang masuk dalam golongan ekonomi kelas bawah dan wilayah desa khususnya (Sudarsono, 2003: 85).

Untuk melakukan berbagai kegiatan operasional dimana aturan nya adalah berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) tidak diperbolehkan untuk:

- 1) Membuat atau membuka suatu usaha yang bertentangan dengan ajaran Islam atau prinsip syariah.
- 2) Melakukan atau menerima tabungan dalam bentuk giro serta ikut serta dalam hal lintas pembayaran.
- 3) Melakukan aktivitas usaha dengan menggunakan valuta asing tanpa izin dari Bank Indoensia
- 4) Memberikan modal pada lembaga yang tidak sedang dalam kesulitan untuk menangani likuiditas pada Bank Pembiayaan Syariah.
- 5) Membuka fasilitas asuransi, kecuali jika hanya sebatas sebagai agen padahal memasarkan produk asuransi yang berdasar pada ajaran Islam atau syariah. Membuka suatu usaha yang diluar dari yang telah dijelaskan dalam peraturan perundang-undangan (Arif, 2012: 200).

c. Kegiatan Usaha Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Kegiatan usaha dari Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) secara umum tidak jauh berbeda dengan kegiatan pada Bank Umum Syariah, yang melakukan kegiatan penghimpunan dana, menyalurkan dana, serta berbagai bidang jasa lainnya. Namun yang menjadi pembeda hanyalah bank pembiayaan rakyat syariah tidak diperbolehkan untuk membuka jasa yang berhubungan dengan pembayaran, seperti aktivitas kliring, inkaso, serta menerbitkan giro (Umam, 2009:41). Maka dari itu,

penulis dapat menyimpulkan bahwa BPRS adalah suatu lembaga keuangan yang tidak mendapatkan izin untuk membuka kegiatan pada lalu lintas pembayaran.

Berdasarkan Undang-Undang no 21 tahun 2008 maka hal atau aktivitas yang boleh dilakukan oleh BPRS yaitu seperti yang dijelaskan di bawah ini:

- 1) Melakukan penghimpunan dana dari pihak masyarakat seperti:
  - a) Tabungan atau uang simpanan yang dilakukan dengan akad *wadi'ah* dan akan lainnya yang sesuai dengan ajaran Islam dan syariah.
  - b) Jasa investasi atau deposito serta tabungan dengan menggunakan akad *mudharabah* serta akad lainnya yang sesuai dengan ajaran Islam dan syariah.
- 2) Melakukan penyaluran dana pada masyarakat yang berupa:
  - a) Pembiayaan yang dilakukan dengan cara berbagi hasil sesuai dengan akad *mudharabah* atau *musyarakah*.
  - b) Pembiayaan dengan dasar akad *murabahah*, *salam*, atau *istishna'*.
  - c) Pembiayaan dengan dasar akad *qard*.
  - d) Pembiayaan penyewaan yang berlaku pada nasabah yang sesuai dengan akad *ijarah* atau sewa beli yang berupa akad *ijarah muntahiya bittamlik*.
  - e) Mengambil alih sebuah hutang yang sesuai dengan akad *hiwalah*
- 3) Menyimpan uang pada BPRS dengan dasar akad *wadi'ah* dan juga akan lainnya yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam dan syariah.
- 4) Menransfer sejumlah uang baik untuk kepentingan pribadi maupun untuk kepentingan orang lain dengan menggunakan jasa pada BPRS.
- 5) Mempersiapkan setiap produk serta menjalankan kegiatan usaha pada BPRS yang berdasar pada prinsip syariah dan atas izin dari Bank Indonesia

Pasal dua dan tiga undang-undang nomor 9/10/PBI/2007 adalah dasar hukum dari pelaksanaan kegiatan operasional sebuah BPRS.

Aturan undang-undang ini banyak mengandung dan mengatur hal-hal yang berhubungan dengan aktivitas bank Syariah yang sebelumnya adalah PBI No. 10/16/PBI/2008. Lebih teknis lagi mengacu SEBI No. 10/14/DPBS Jakarta, 17 Maret 2008 perihal pelaksanaan prinsip dalam kegiatan penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa Bank Syariah (Umam, 2009: 53-54).

Pada aturan ini telah dijelaskan bahwa semua orang tidak diperbolehkan untuk melakukan aktivitas yang menghimpun dalam berbentuk simpanan dan investasi sesuai dengan prinsip dana ajaran syariah jika tidak diizinkan oleh lembaga terkait yaitu Bank Indonesia. Namun hal ini bisa dilakukan jika ada peraturan undang-undang yang berubah sesuai dengan kebutuhan (Umam, 2009: 55).

d. Pembiayaan di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

Pembiayaan adalah satu dari banyaknya tugas utama dari sebuah bank, dimana fasilitas yang diberikan dalam memenuhi keinginan serta kebutuhan nasabah yang termasuk ke dalam *deficit unit* (Antonio, 2011: 160). Tidak hanya itu, pembiayaan juga disebut dengan suatu pemberian dana oleh satu pihak kepada pihak lainnya untuk memberikan dukungan dalam hal investasi yang sebelumnya direncanakan, yang dilakukan oleh individu ataupun sekelompok orang dalam sebuah organisasi.

Dalam peraturan perundang-undangan, nomor 21 tahun 2008 mengenai perbankan syariah, berikut ini adalah beberapa penyedia dana yaitu:

- 1) Kegiatan akutu aktivitas dengan cara berbagi hasil dengan dasar akad *mudharabah* dan *musyarakah*.
- 2) Kegiatan sewa yang bentuknya berupa *ijarah* dan sewa-beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*.
- 3) Kegiatan menjual dan membeli yang berbentuk pitang dengan akad *murabahah*, *salam*, dan *istishna*.
- 4) Kegiatan menjual dan membeli dengan dasar akad piutang *qardh*.

- 5) Kegiatan sewa dengan bentuk *ijarah* pada transaksi multi jasa, yang sesuai dengan persetujuan dan beberapa perjanjian pada Unit Usaha Syariah serta berbagai pihak yang memiliki wewenang untuk kemudian membiayai pengembalian dana tersebut (Muhammad, 2002: 17).

Berikut ini adalah beberapa hal yang harus dipenuhi oleh Bank Syariah dalam melakukan aktivitas pembiayaan, yaitu:

- 1) Aspek syariah, maksudnya ialah pada semua tindakan realisasi biaya pada semua nasabah haruslah berpegang dan berdasar pada syariah dan ajaran agama Islam yaitu tidak adanya aspek *maisir, gharar, riba* serta usahanya harus halal.
- 2) Aspek ekonomi, maksudnya adalah tidak hanya melihat dan memperhatikan aspek syariah namun juga memperhitungkan pendapatan serta profit untuk pihak bank dan juga pihak nasabah. (Muhammad, 2002: 16).

Berikut ini adalah beberapa tujuan dari aktivitas pembiayaan, yaitu:

- 1) Meningkatkan ekonomi masyarakat.
- 2) Membantu meningkatkan usaha kecil dengan memberikan bantuan dana.
- 3) Mendorong produktivitas agar lebih maksimal
- 4) Meningkatkan jumlah pekerjaan.
- 5) Terjadi pendistribusian pendapatan.

Jika dilihat secara umum, pembiayaan dapat dibagi menjadi dua hal, yakni sebagai berikut:

- 1) Pembiayaan konsumtif, adalah pembiayaan yang diberikan sebagai pendorong perilaku konsumtif, hal ini seperti untuk memenuhi kebutuhan keluarga, rumah, kendaraan motor, serta pembiayaan untuk mendukung pendidikan.
- 2) Pembiayaan produktif, adalah pembiayaan yang diberikan untuk menunjang hal produktif seperti untuk modal kerja, modal usaha, serta



untuk memperdayakan berbagai sektor *industry real* (Syahdeini, 2002: 20).

## B. Kajian Relevan

Dalam pembuatan proposal ini terdapat beberapa tinjauan pustaka penulis adalah beberapa skripsi yang dipublikasikan, diantaranya sebagai berikut:

1. **Ogastiana, Nim 216120192** (2020) dengan penelitiannya yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Cabang Mataram (Service Quality On Customer's Satisfaction On The Muamalat Bank, Matram Baranch)**. Adapun permasalahan yang dibahas pada penelitian ini yaitu mengenai kualitas pelayanan di Bank Muamalat Cabang Matarm serta berbagai faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan tersebut. Penelitian ini bertujuan agar dapat diketahui sejauh mana kualitas pelayanan serta apa saja faktor yang dapat berpengaruh pada kualitas pelayanan tersebut. Temuan pada penelitian ini mengemukakan bahwa pelayanan Bank Muamalat sudah tergolong memuaskan menurut para nasabah. Meskipun demikian adalah banyak hal yang masih bisa ditingkatkan seperti halnya perbaikan pada jaringan ATM yang tidak jarang dalam keadaan offline pada beberapa kantor muamalat serta kurangnya promise yang dilakukan. Namun, pihak Bank sendiri sebenarnya telah melakukan dan terus berusaha untuk memberikan yang terbaik bagi kepentingan nasabahnya. Mereka telah melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas tiap tahunnya khususnya untuk fasilitas mobile banking. Sedangkan faktor yang dapat memberikan pengaruh pada kualitas layanannya adalah sebagai berikut: kepatuhan (*compliance*), bukti langsung (*tangible*), Kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan terakhir empati (*empathy*). Penelitian ini tergolong ke dalam jenis penelitian deskriptif dengan data kuantitatif. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu Bank Muamalat Cabang Matarm. Dengan subjek penelitian semua nasabah dari Bank Muamalat Cabang Palangka Raya berjumlah 5 (lima)

orang dengan 1 (satu) orang informan dari pihak Bank Muamalat Cabang Mataram. Data dikumpulkan dengan menggunakan suatu cara yaitu observasi atau pengamatan, wawancara dan juga melakukan proses dokumentasi. Sedangkan keabsahan data dilakukan dengan langkah triangulasi pada sumber data yang digunakan. Teknik analisis data yang dipakai yaitu sebagai berikut: reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Persamaan dengan peneliti sebelumnya yaitu terdapat kesamaan dua variabel dengan peneliti terdahulu. Sedangkan perbedaannya dengan penulis terdahulu yaitu waktu dan tempat, teknis analisis datanya dan metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif (Ogastiana, 2020).

2. **Karina Halimah Asmar, NIM 51144027** (2019) dengan penelitiannya yang berjudul **Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Bank Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam**. Adapun masalah dalam penelitiannya ini yaitu mencari tahu tentang pengaruh dari pelayanan, promosi, lokasi, dan bagi hasil bank terhadap minat nasabah untuk menabung di PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif analisis dengan cara pengumpulan data memakai angket. Ada dua data yang digunakan yaitu data primer dan juga data sekunder dalam penelitian ini. Adapun temuan dari penelitian ini adalah pelayanan merupakan variabel yang sangat mempengaruhi keinginan nasabah untuk menabung di BRI Syariah KCP Sudirman. Nasabah merasa senang dan puas dengan pelayanan dari karyawan bank yang ramah, sopan, dan santun serta mereka berminat untuk meningkatkan transaksinya pada bank ini. Selain itu, bagi hasil juga merupakan variabel yang berdampak positif pada keinginan menabung nasabah. Namun lain halnya dengan lokasi dan juga promosi yang pengaruhnya tidak seperti pelayanan dan bagi hasil. Lokasi yang tidak strategis akhirnya memberikan dampak negatif pada variabel keinginan menabung. Sedangkan keinginan nasabah untuk

menabung juga dipengaruhi oleh sarana yang dilalui oleh angkutan umum. Hal ini sama dengan variabel promosi yang tidak mempengaruhi keinginan menabung pada nasabah. Perbandingan dengan masalah peneliti adalah fokus masalah, tempat penelitian waktu penelitian, dan metode penelitian yang digunakan penulis adalah metode kuantitatif (Asmar, 2019).

3. **Siti Holijah Siregar, Nim 53153017** (2019) dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan *Mudharabah* (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Tomang Elok Medan)**. Jenis dari penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan metode linear berganda. Dengan sampel yang digunakan adalah formula solvin. Besaran R square dari hasil penelitian ini adalah 51,6% yang dapat dimaknai bahwa kepuasan nasabah dalam hal tabungan *mudharabah* dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan sebesar 51,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. tidak hanya itu, variabel bebas yang mana kualitas layanan serta tingkat bagi hasil berhubungan secara signifikan dengan variabel terikat yaitu kepuasan nasabah pada tabungan *mudharabah*. Setelah uji parsial dilakukan maka kesimpulannya adalah kualitas layanan berpengaruh signifikan pada kepuasan nasabah untuk hal pelayanan di bank ini. sedangkan hasil pengujian siumultan, dapat dilihat bahwa variabel bebas memiliki pengaruh yang positif secara bersamaan dengan variabel terikat. Persamaan peneliti dengan peneliti sebelumnya yaitu menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Sedangkan perbedaannya peneliti dengan peneliti sebelumnya adalah menggunakan metode kuantitatif, instrument yang peneliti gunakan adalah kuesioner, tempat dan waktu penelitian juga berbeda dengan peneliti sebelumnya (Siregar, 2019).
4. **Kelvin Aditya Pratama, Nim 14311618** (2018) dengan judul **Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo**. Pembahasan pada penelitian ini adalah

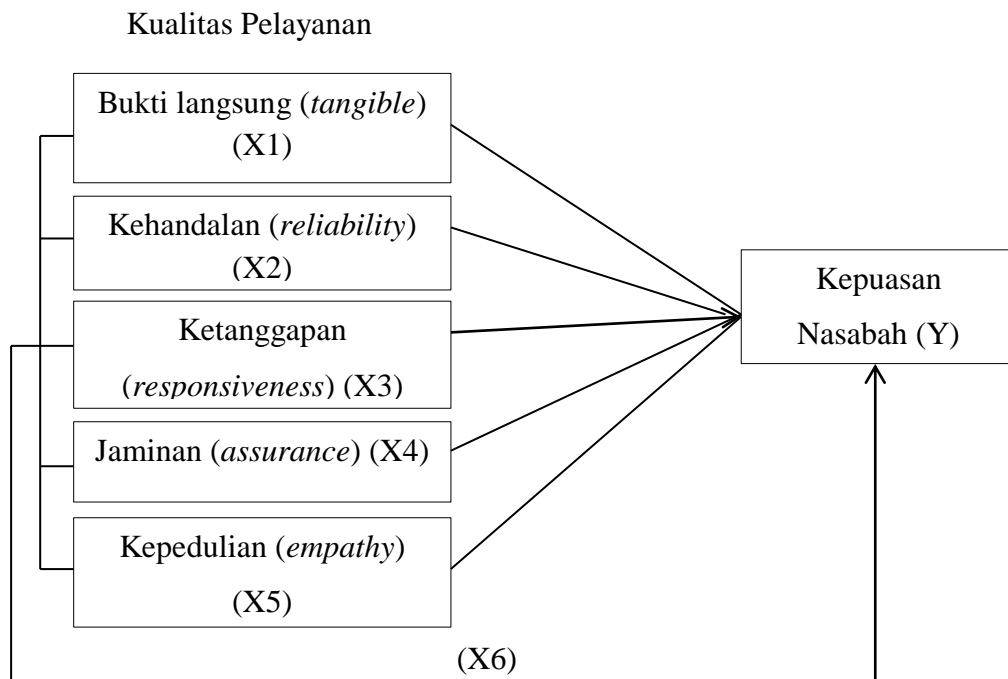
mengenai kualitas pekayanan dan pengaruhnya pada kepuasan nasabah pada BRI cabang Ponorogo. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan identifikasi pada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah di PT BRI. Sample dalam penelitian ini dilakukan dengan cara memaki angket dan disebarkan pada seratus orang yang menjadi responden yang mana mereka adalah nasabah dari BRI Cabang Ponorogo. Adapaun yang menjadi variable bebas adalah *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4) dan *Empathy* (X5) namun variable terikatnya adalah kepuasan nasabah (Y). pengujian pada penelitian ini menggunakan analisis bantuan SPSS 21 dengan model regresi linerar berganda. Adapun temuan dari penelitian ini adalah bahwa variable bebas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BRI. Persamaan dengan peneliti sebelumnya adalah instrument yang peneliti gunakan adalah kuesioner. Perbedaannya peneliti dengan peneliti sebelumnya adalah menggunakan metode kuantitatif, tempat dan waktu penelitian juga berbeda dengan peneliti sebelumnya (Pratama, 2018).

5. **Wirdayani Wahab** tahun 2017 dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru**. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu mengenai pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank terhadap kepuasan nasabah pada bank syariah di Kota Pekanbaru. Adapun yang menjadi dimensi dari kualitas pelayanan adalah *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *empathy* (empati), *assurance* (kepastian), *tangible* (keberwujudan). Data yang dipakai pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dengan analisis regresi linear berganda dengan pendekatan kuantitatif. Temuan penelitian ini menggambarkan bahwa kualitas pelayanan pada Bank Syariah di Pekanbaru sudah tergolong memuaskan, dan hal inilah yang menyebabkan nasabah kemudian membuat nasabah menjadi yakin tentang memakai produk dan jasa dari bank Syariah di Kota Pekanbaru. Persamaan dengan peneliti sebelumnya adalah

pendekatan yang dilakukan adalah kuantitatif, dan juga dengan analisis regresi linier berganda sedangkan perbedaan dengan peneliti sebelumnya adalah tempat dan waktu penelitiannya (Wahab, 2017).

### C. Kerangka Berfikir

Dengan demikian dapat dirumuskan kerangka berfikir pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan gambar sebagai berikut:



**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Berfikir**

### D. Hipotesis

$H_{01}$  = Bukti langsung (*tangible*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

$H_{a1}$  = Bukti langsung (*tangible*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

$H_{02}$  = Keandalan (*reliability*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

$H_{a2}$  = Keandalan (*reliability*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

$H_{03}$  = Ketanggapan (*responsiveness*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

$H_{a3}$  = Ketanggapan (*responsiveness*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

$H_{04}$  = Jaminan (*assurance*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

$H_{a4}$  = Jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

$H_{05}$  = Kepedulian (*empathy*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

$H_{a5}$  = Kepedulian (*empathy*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

$H_{06}$  = Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

$H_{a6}$  = Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk pada jenis penelitian sebab akibat atau *causal research* dengan melakukan uji pada setiap hipotesisnya. Pada penelitian ini nantinya akan dapat dilihat mengenai pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

Jadi metode penelitian kuantitatif yang penulis maksud adalah penelitian yang diawali dengan melakukan pengumpulan data yang sifatnya kuantitatif dan akan dilakukan penyusunan dengan cara yang rapi dan tersusun serta kemudian akan diolah dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS) 22.0 for windows*. Saat hasil sudah dapat diketahui maka gambaran serta berbagai penjelasan tentang pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian dilakukan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

## 2. Waktu Penelitian

No.	Keterangan	Feb				Mar				Apr				Jun				Jul				Agust					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1.	Bimbingan proposal skripsi		■	■	■	■																					
2.	Seminar proposal							■																			
3.	Perbaikan setelah seminar proposal										■	■															
4.	Penelitian														■												
5.	Pengolahan data penelitian															■	■										
6.	Bimbingan skripsi															■	■	■	■								
7.	Sidang Munaqasyah																							■			

**Gambar 3.1**  
**Jadwal Penelitian**

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Jadi dapat dikatakan bahwa yang tergolong ke dalam populasi bukanlah sekedar seseorang, namun termasuk di dalamnya suatu objek serta benda alam yang berhubungan dengan permasalahan penelitian. Selain itu, populasi tidak hanya sekedar total dari suatu objek yang akan dikaji lebih jauh namun juga termasuk di dalamnya berbagai karakteristik dan ciri yang termasuk pada objek atau subjek yang akan diteliti (Sugiyono, 2011: 61). Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat. Adapun total jumlah nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat yaitu 225 orang.

### 2. Sampel

Sampel ialah sesuatu bagian dari sebuah populasi dengan berbagai persamaan dan ciri yang ada dalam populasi tersebut (Reventiary, 2016: 4). Apabila suatu populasi berukuran sangat besar sehingga tidak dapat



dilakukan penelitian kepada seluruh populasi tersebut karena keterbatasan waktu, tenaga, dan dana maka peneliti dapat mengambil sample yang dapat mewakili populasi tertentu. (Sugiyono, 2013: 81).

Jadi defenisi sampel menurut pendapat penulis adalah sebagian dari jumlah nasabah di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

Adapun sampling teknik yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu *non-probability sampling* dengan teknik *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah suatu tekni untuk mengambil dan menentukan sampel sesuai dengan hal yang diperlukan oleh peneliti, yakni setiap orang atau nasabah bank yang secara kebetulan peneliti temui saat melakukan penelitian dan dianggap sesuai dengan karakteristik sample dari penelitian ini (Sugiyono, 2013: 85). Selain itu, sample juga dikenal dengan sebagian populasi yang memiliki karakteristik dan dapat mewakili beberapa populasi. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan pada sebuah penelitian maka dapat digunakan berbagai formula seperti salah satunya formula Slovin. Pada formula ini kesalahan yang ditoleransi hanya lah sebesar 5% saja, berikut ini adalah formula yang digunakan untuk menentukan jumlah sample pada penelitian ini, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot (e)^2)}$$

Keterangan:

n = total elemen/jumlah sampel

N = total elemen atau jumlah populasi

e = *error level* / tingkat kesalahan

Catatan: umumnya digunakan 5%, 10%, 25%. Error level yang dipakai dalam penelitian ini adalah 5%.

$$n = \frac{225}{1 + (225 \times 5\%^2)}$$

$$n = \frac{225}{1 + 0,5625}$$

$$n = \frac{225}{1,5625}$$

$$n = 144$$

Dengan toleransi kesalahan 5% didapatkan ukuran sampel sebanyak 144 orang.

#### D. Pengembangan Instrumen

Kuesioner atau angket merupakan instrument penelitian yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini. adapun yang disebut dengan kuesioner yaitu suatu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara menyebarkan berbagai pertanyaan dengan berbagai pilihan jawaban. Penggunaan kuesioner dinilai lebih efektif dan efisien untuk mencari tahu mengenai suatu variabel serta menggunakan berbagai ukuran mengenai jawaban dari setiap responden (Wahyuningtias, 2014: 59).

Instrumen yang peneliti gunakan bersumber dari skripsi yang dilakukan oleh Idris (tahun 2013) NIM 08202016 dengan judul “Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Pegawai PT. BPR Syariah Haji Miskin Pandai Sikek” dan oleh Syafni Sartika (tahun 2017) NIM 13202148 dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri KC Padang Pariaman.

**Tabel 3. 1**  
**Kisi-kisi Kuisisioner**

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir
Kepuasan Nasabah	Kualitas Pelayanan	1. Bukti langsung ( <i>tangible</i> )	1, 2, 3, 4, 5
		2. Keandalan ( <i>reliability</i> )	6, 7, 8, 9, 10
		3. Daya Tanggap ( <i>responsiveness</i> )	11, 12, 13, 14, 15
		4. Jaminan ( <i>assurance</i> )	16, 17, 18, 19, 20
		5. Kepedulian/Perhatian ( <i>empathy</i> )	21, 22, 23, 24, 25

Sumber : (Sunarti, 2017: 3).

## E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yaitu cara yang dilakukan agar suatu data dapat diperoleh. Tahap pengumpulan data adalah tahap dan langkah yang sangat penting dan sangat menentukan keberhasilan sebuah penelitian. Jika pengambilan data dilakukan dengan tepat maka data yang dihasilkan akan memiliki kredibilitas yang lebih tinggi (Sriyanti, 2019: 122).

Pada penelitian ini data yang diperlukan didapatkan dari berbagai sumber seperti data primer dan juga data sekunder. Berikut ini adalah langkah yang dilakukan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah:

### a. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu langkah atau cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan berbagai pertanyaan dan pernyataan pada responden dengan menggunakan lembaran kertas yang berisikan informasi mengenai permasalahan yang akan di bahas (Nurmalasari, 2014: 188-189).

Angket pada penelitian ini akan berpedoman pada suatu skala yaitu skala likert. Siregar dalam Imron mengatakan bahwa skala likert yaitu skala yang dipakai untuk melakukan pengukuran pada suatu sikap, perilaku, persepsi, ataupun kebiasaan dari seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu objek dan peristiwa pada suatu waktu (Imron, 2019: 22). Skala likert sangat erat kaitannya dengan berbagai pernyataan yang berhubungan dengan sikap dan perilaku seperti perasaan puas, sangat puas, kurang puas, tidak puas serta ragu-ragu. Responden akan mengisi dan memberikan jawaban dari setiap pernyataan atau pertanyaan yang diberikan sesuai dengan pilihan jawaban yang ada seperti di bawah ini:

**Tabel 3. 2**  
**Kategori Point Skala Likert**

No	Pilihan Jawaban	Kode	Skala/ Nilai
1	Sangat Puas	SP	5
2	Puas	P	4
3	Kurang Puas	KP	3
4	Tidak Puas	TP	2

5	Sangat Tidak Puas	STP	1
---	-------------------	-----	---

Sumber: (Imron, 2019: 22)

Jadi kuesioner yang penulis maksud di sini adalah daftar pertanyaan yang telah penulis susun dan akan diisi dengan skala ordinal yang akan diberikan kepada nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

#### b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan strategi mengumpulkan data pada suatu peninggalan yang telah diarsipkan baik berupa buku mengenai suatu teori dan pendapat ahli, dalil, serta berbagai hukum yang erat kaitannya dengan permasalahan pada penelitian ini (Yusuf, 2014: 11).

Jadi dokumentasi yang penulis maksud di sini adalah data jumlah nasabah dan arsip yang berhubungan dengan penelitian ini yang ada di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu suatu teknik yang dilakukan untuk dilakukan analisa pada nya dengan bantuan aplikasi SPSS 22. Berikut ini adalah langkah yang dilakukan untuk melakukan analisa data pada spsS 22 yaitu:

### 1. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Yang disebut dengan uji validitas adalah suatu uji yang dilakukan pada setiap item pertanyaan atau pernyataan yang ada pada angket untuk mencari tahu bagaimana sebuah item dapat melakukan pengukuran pada suatu yang diinginkan oleh peneliti. Uji validitas yang dilakukan adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS 22. Serta memakai cara *correted item total correlation* dengan taraf signifikan 5% dengan Uji 1 sisi. Apabila nilai R hitung lebih besar dari pada r tabel maka item pernyataan atau pertanyaan dapat dikatakan valid, begitupun sebaliknya,

jika nilai  $r$  hitung lebih kecil dari pada nilai  $r$  table maka item pada kuesioner dikatakan tidak valid (Priyatno, 2014: 51).

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat tepat atau tidaknya suatu item pernyataan dalam sebuah kuesioner. Tidak hanya itu, reliabel juga diartikan sebagai keakuratan dan ketepatan item dalam mengukur suatu permasalahan dalam sebuah angket. Hal ini berarti bahwa alat ukur atau kuesioner dapat mewakili atau akan memberikan jawaban yang sama jika penelitian dilakukan berulang kali. Adapun pilihan jawaban dalam sebuah kuesioner yaitu dengan menggunakan skala likert dengan pengukuran Alpha Cronbach. Uji reliabilitas adalah lanjutan dari uji validitas yang dilakukan, item yang akan dilakukan uji reliabilitas adalah item yang sebelumnya telah dinyatakan valid melalui uji validitas. Adapun dasar keputusan dari uji reliabilitas adalah data atau item dengan nilai alpha cronbach yang lebih besar dari 0,6. Sekaran menjelaskan bahwa reliabilitas yang tidak lebih dari 0,6 merupakan item yang kurang baik, dan item dengan nilai yang lebih dari 0,7 masih bisa diterima sedangkan yang bernilai di atas 0,8 adalah tergolong baik (Priyatno, 2014: 64).

## 2. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat residual dari suatu data tergolong normal atau tidak normal. Berikut ini adalah dasar keputusan dari uji normalitas yang dilakukan yaitu dengan melihat hasil dari P-Plot, yakni sebagai berikut:

- 1) Model regresi dapat disebut normal apabila titik yang menyebar berdekatan dengan garis yang membentang secara diagonal dan mendekati garis tersebut.

- 2) Namun jika suatu model regresi tidak dapat dikatakan normal jika pola titik menyebar ke berbagai arah dan tidak terpusat pada bagian garis diagonal saja.

Tidak hanya itu, untuk melihat normalitas lebih jelas lagi, peneliti memakai uji *Kolmogorov Smirnov* dengan dasar keputusan seperti di bawah ini:

- 1) Apabila nilai probabilitas  $>$  dari pada 0,05 dengan demikian dapat dikatakan bahwa hipotesis nol bisa diterima dan model regresi tergolong normal.
- 2) Namun apabila nilai probabilitas  $<$  dari 0,05 dengan demikian bisa dikatakan bahwa  $H_0$  tidak dapat diterima, dan juga model regresi ini tergolong tidak normal (Widyaningrum & Sepriani, 2015: 980).

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini dilakukan untuk melakukan pengujian pada model regresi apakah terjadi korelasi atau adanya hubungan serta pengaruh antara variable bebas dan variable terikat. Apabila nilai dari VIF (*Variance Inflation Factor*) dari setiap variable bebas tidak lebih dari 20 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak adanya multikolinieritas padanya. Begitupun sebaliknya, apabila nilai VIF lebih besar dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa terjadinya multikolinieritas pada model regresi tersebut (Widyaningrum & Sepriani, 2015: 980).

c. Uji Autokorelasi

Tujuan dilakukannya uji autokorelasi adalah untuk menguji apakah model linier mempunyai hubungan atau pengaruh antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  yang sekarang dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t$  yang sebelumnya. Cara untuk mendeteksi adanya data autokorelasi adalah dengan menggunakan Uji Runttest dengan melihat nilai *Asyptsig*. Jika hasil nilai *Asyptsig* yang didapatkan lebih besar dari 0,05 maka model regresi linier terbebas dari autokorelasi dan sebaliknya (Utari & Budiasih, 2014, 12).

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak adanya gejala heterokedastisitas pada model regresi tersebut. Adapun langkah yang bisa dilakukan untuk melakukan uji heterokedastisitas adalah dengan melakukan uji glejser dengan dasar keputusan apabila besaran signifikansi besar dari pada 0,05 (Priyatno, 2014: 186).

### 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan sebagai suatu pengukuran pada suatu model yang memberikan gambaran tentang variasi dan jenis dari suatu variabel independen. Adapun nilai dari suatu koefisien determinasi yaitu antara nol hingga satu. Jika nilai determinasi ( $R^2$ ) besar semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan sebaliknya jika nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin kecil nilai koefisien maka dapat dikatakan bahwa suatu variable terikat tidak bisa memberikan penjelasan pada suatu variabel bebas secara keseluruhan (Suprianto & Masyhuri, 2010: 63).

### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu bentuk persamaan regresi yang digunakan dua atau lebih variabel independen atau variabel bebas (Masyhuri, 2011: 108). Berikut ini adalah persamaan dari suatu analisis berganda yaitu (Suyanto, 2012: 126).

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

Keterangan:

Y	= Kepuasan Nasabah
b	= Konstanta perubahan variabel X terhadap Y
e	= Error (kesalahan)
X1	= Bukti langsung ( <i>tangible</i> )
X2	= Keandalan ( <i>reliability</i> )
X3	= Ketanggapan ( <i>responsiveness</i> )
X4	= Jaminan ( <i>assurance</i> )

X5 = Kepedulian (*empathy*)

## 5. Uji t

Uji t dimaksudkan untuk melihat pengaruh secara individu (parsial) dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk menentukan hasil dari Uji Parsial dapat ditentukan dengan melihat hasil signifikansi dari tabel *coefficient* (Purwanto, 2015: 134). Adapun kriteria penerimaan hipotesisnya adalah :

$H_0$  ditolak jika nilai signifikansi suatu variabel  $\geq 0,5$

$H_a$  diterima jika nilai signifikansi suatu variabel  $\leq 0,5$

## 6. Uji f

Suatu uji f dilakukan berguna untuk melihat pengaruh dari suatu variabel independen atau bebas terhadap variabel dependen atau terikat secara simultan. Adapun tingkat signifikansi dari pengaruh adalah 0,05 atau (5%) (Nachrowi, 2006: 16). Uji f dilakukan dengan cara melihat suatu tabel yang dikenal dengan tabel anova (*analysis of variance*). Pada tabel ini akan dilihat tingkat signifikansinya, yaitu jika signifikansinya lebih kecil dari pada 0,05 maka hipotesis nya dapat diterima namun jika tingkat signifikansinya lebih besar dari pada 0,05 maka hipotesis nol nya dapat diterima dan hipotesis a ditolak (Priyatno, 2014: 157).



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat**

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat adalah satu dari banyaknya bank yang melakukan setiap aktivitas nya berdasarkan dengan ajaran dan prinsip syariah. Tidak hanya itu, syariah juga berarti sesuai dengan ketentuan dan ajaran yang ada pada Al-Qur'an dan juga sunnah nabi. Maka dari itu PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat mempersiapkan dan menyediakan banyak produk dan jasa yang berdasarkan pada akad *mudharabah* dan produk tabungan *Al-Wadiah*, tabungan *mudharabah* qurban dan deposito *murabahah*.

##### **1. Sejarah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat**

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) beridir pada tahun 1999 dan adalah buah dari kejadian krisis ekonomi dan monetr yang berlangsung pada tahun 1997 hingga tahun 1998. Dimana krisis ini banyak menimbulkan berbagai hal negativ khususnya pada masyarakat di Indoensia. Ditahun 1996 Bank Indonesia mengeluarkan keputusan dan surat izin usaha yang SK nya bernomor 32/57/KEP/DIR tepatnya di tanggal 14 Mei 1999 menjadisuat bank yang berkegiatan dan aktivitas berlandaskan pada ajaran islam dan prinsip syariah yang bernama PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah atau (BPRS) Ampek Angkek Candung sesuai dengan yang tercatat dalam akta notaris H. Sofyan, S.H No. 1 tanggal 2 Februari 1998 (*Sumber* : Arsip PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat).

PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung telah memiliki 1 kantor pusat yang beralamat di Simpang Parit

Payakumbuh dengan No Telp (0752) 9345 serta dua Kantor Kas, antara lain:

- a. Kantor Kas Baso yang beralamat di depan Pasar Baso dengan No. Telp (0752) 426851.
- b. Kantor Kas yang beralamat di Simpang Biaro dengan No. Telp (0752) 426850.

Untuk sekarang, PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung telah menambah 2 kantor cabang lagi di Dharmasraya dan Pasaman Barat. PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung melayani pembukaan tabungan serta pembukaan deposito dengan berbagai cara dan mekanisme operasional yang menghimpun dana dan hendaknya berdasarkan pada prinsip ajaran islam dan syariah yakni akad *wadiah* dan *mudharabah*.

a. Ketentuan Dasar

1) Kebijakan pokok penghimpun dana yang sehat

Prosedur penghimpun dana yang dapat dikatakan baik apabila masing-masing calon nasabah bank dapat melalui berbagai proses evaluasi yang telah dilakukan dengan cara adil dan objektif dan pejabat bank harus yakin bahwa dana yang diberikan oleh nasabah bermula dari sumber yang dapat dipertanggung jawabkan dan halal serta di mata hukum dapat dilindungi.

2) Penghimpun dana dengan status dalam perhatian khusus

Penghimpun dana yang dengan status dalam perhatian khusus akan digolongkan dalam kategori sebagai transaksi keuangan dengan risiko tinggi dan sangat mencurigakan (Sumber: Arsip PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabnag Pasaman Barat).

3) Pengkinian data

Suatu usaha yang dilakukan agar data dapat lebih lengkap dan selalu dapat diperbaharui dengan langkah kembali melakukan

pembaruan pada data nasabah dengan berbagai informasi terkini mengenai nasabah tersebut.

4) Penyelesaian pengaduan

Nasabah yang memiliki permasalahan yang berat dalam hal keuangan maka diperlukan suatu cara yang sebelumnya telah disepakati oleh berbagai pihak atau petinggi dalam sebuah bank serta perlu untuk membuat laporan pada Bank Indonesia.

5) Penghimpun dana yang harus dihindari

Pada sebuah bank syariah dana yang harus sekali untuk dihindari adalah dana yang tidak berdasarkan pada prinsip Islam atau bertentangan dengan ajaran syariah suatu agama. Tidak hanya itu, dana juga yang bebas dari *money laundry*, bebas korupsi, perjudian, dan juga banyak lagi hal lainnya. Setiap hasil aturan dan kebijakan yang dikerluarka oleh direksi agar diikuti oleh seluruh karyawan tanpa terkecuali.

6) Tipe dan jenis penghimpunan dana sesuai dengan tujuannya, yaitu:

- a) Aman, dengan memakai jenias akad *Al-Wadiah* (titipan).
- b) Melakukan penginvestasian dengan memakai prinsip akad bagi hasil (*mudharabah muqayyadah*) dan (*mudharabah mutlaqah*).
- c) Aspek sosial dengan memberikan infaq dan juga zakat (Sumber: Arsip PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabnag Pasaman Barat).

b. Kabijakan menerima serta identitas dari nasabah

Mengambil berbagai informasi mengenai data diri nasabah seperti:

- 1) Identitas seperti nama, alamat, jenis kelamin, dan lain sebagainya
- 2) Menanyakan tujuan dan maksud dari kedatangan nasabah ke bank
- 3) Mencari tahu tentang informasi lainnya dari nasabah
- 4) Informasi lainnya jika bertingak atas nama nama orang lain

c. Informasi calon nasabah paling tidak informasi mengenai:

- 1) Nasabah perorangan, seperti:

- a) Nama, alat tempat tinggal tetap, tempat tanggal lahir, kewarganegaraan, nama gadis ibu kandung, status pernikahan yang dibuktikan dengan KTP, paspor dan lainnya yang masih berlaku khusus bagi pelajar hanya dibuktikan dengan pelajar atau ijazah rapor.
  - b) Informasi tentang pekerjaan serta alamat kantor pekerjaan
  - c) *Spesimen* tanda tangan.
  - d) Informasi tentang sumber dana serta tujuan dari dana.
  - e) Informasi mengenai ahli waris yang ditentukan.
- 2) Nasabah badan hukum, diantaranya:
- a) Surat tanda aktif pendirian usaha yang sebelumnya sudah disahkan oleh pihak atau lembaga berwenang.
  - b) Surat izin yang berhubungan dengan usaha seperti SIUP, SITU, TDP, NPWP.
  - c) Nama terang dan *spesiment* tanda tangan pengurus.
  - d) Informasi mengenai sumber dana dan juga tujuan dari penggunaan dana
  - e) Informasi mengenai identitas pejabat yang mewakili badan hukum atau lembaga seperti SIM, KTP atau paspor yang masih dalam masa berlaku.
  - f) Melakukan penelitian mengenai benar atau tidaknya dokumen yang diberikan oleh nasabah.
  - g) Pembukaan rekening harus dilakukan dengan cara tatap muka atau nasabah datang langsung ke bank (Sumber: Arsip PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabnag Pasaman Barat).
- 3) Dokumentasi dan administrasi
- a) Dokumen:
    - (1) Dana masuk sebaiknya dilengkapi dengan berbagai data yang dibutuhkan dengan benar dan tepat serta akurat

- (2) Dokumen yang dilampirkan oleh nasabah harus dicek ulang untuk memastikan kebenarannya..
- (3) Dokumen nasabah harus disimpan dalam dan diarsipkan pada suatu file yang telah disediakan.
- (4) Tetap menjaga file yang telah didokumentasikan sejak lima tahun terakhir paling tidak hal ini sesuai dengan aturan UU no.8 tahun 1997 mengenai dokumentasi perusahaan.
- (5) Mengambil setiap dokumen dengan izin petugas administrasi yang melakukan penghimpunan dana serta pejabat lainnya.

b) Administrasi:

- (1) Pekerjaan administrasi harus dijalankan dengan benar baik permohonan pembukaan maupun penutupan rekening. (file identifikasi nasabah) berdasarkan pada jenis dan tipe produk serta jasa dalam sebuah perusahaan.
- (2) Informasi dan database dari setiap nasabah harus mengandung informasi tentang pekerjaan, aktivitas, serta tujuan pembukaan rekening bank.
- (3) Dokumen nasabah yang ada di bank harus dijamin kerahasiaan dan keamanannya (Sumber: Arsip PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabnag Pasaman Barat).

d. Pengawas Penghimpun Dana

Pengawas aliran dana mencakup hal-hal sebagai berikut:

- 1) Pemantauan rekening, yaitu pemantauan mutasi rekening secara periodik untuk nasabah yang berisiko tinggi diperlukan pengawasan yang intensif.
- 2) Pemantauan transaksi, yaitu memantau setiap transaksi yang tidak sesuai dengan profil nasabah.
- 3) Pemantauan transaksi *walk in customer* (nasabah yang datang sendiri), yaitu:

- a) Pemantauan ini dilakukan atas dasar transaksi dengan nilai diatas Rp 10.000.000.
  - b) Beberapa transaksi dalam sehari berturut-turut dalam jumlah nominal yang cukup besar.
- 4) Evaluasi hasil pemantauan, yaitu:
- a) Evaluasi terhadap hasil pemantauan rekening dan transaksi nasabah untuk memastikan aliran dana. Untuk transaksi yang mencurigakan pejabat bank dapat melakukan analisis lanjutan guna menemukan adanya unsur mencurigakan kepada instansi yang berwenang.
  - b) Mendokumentasikan hasil evaluasi.

## **2. Visi dan Misi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat**

### **a. Visi**

Visi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat adalah menjadikan suatu lembaga syariah yang amanah professional guna meraih keberkahan dan kesuksesan bersama yang bermanfaat bagi masyarakat.

### **b. Misi**

Misi PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat:

- 1) Memberdayakan ekonomi umat terutama usaha mikro kecil dan mencegah.
- 2) Memberikan layanan terbaik dan memutuskan serta amanah bagi para mitra usaha.
- 3) Memiliki sistem dan tata kerja yang unggul dengan sumber daya instansi yang professional kompeten handal dan menjunjung tinggi *ukhuwah islamiyah*.
- 4) Memberikan manfaat optimal bagi para *stakeholder*.

- 5) Memberikan kontribusi nyata bagi Negara dan bangsa (Sumber: Arsip PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat).

### **3. Motto dan Slogan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat**

Berikut motto dan slogan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat:

a. Motto

Motto PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat adalah *“Menjaga Amanah Meraih Keberkahan Bersama”*.

b. Slogan

Slogan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat adalah *“Kami Ada dengan Ikhlas Memberi Kemudahan Bagi Anda”*

### **4. Struktur Kepengurusan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat**

Struktur kepengurusan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat adalah sebagai berikut (Arsip PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat, 5 Mei 2021).

a. RUPS

RUPS adalah suatu lembaga yang paling tinggi pada sebuah struktur organisasi khususnya PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat dengan segenap tanggung jawab dan wewenang sebagai berikut:

- 1) Membuat dan menetapkan kebijakan perusahaan.

2) Mengangkat dan memberhentikan dewan komisaris (Sumber: Arsip PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat).

b. Dewan Pengawas Syariah (DPS)

Dewan Pengawas Syariah (DPS) adalah suatu lembaga yang tugasnya mengawasi setiap hal dalam Bank Islam supaya proses organisasi sesuai dengan prinsip dan ajaran Islam yang sebenarnya. Proses operasionalnya juga harus sejalan dengan berbagai fatwa agar pada setiap produk dan jasa yang ditawarkan oleh PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat. Adapun fatwa yang dikeluarkan oleh DPS telah disampaikan dengan cara tertulis dengan berbagai sikap dan perilaku pada jabatan komisaris, dan secara bersama akan melakukan pada pengawasannya.

c. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat mempunyai berbagai tugas dan tanggung jawab yang perlu untuk dilakukan yakni: memberikan pertimbangan pada, melakukan penyempurnaan serta menjadi wakil dari semua pihak yang memiliki saham untuk mengeluarkan suatu aturan dan kebijakan yang saat itu diusulkan oleh dewan tertinggi yaitu dewan direksi untuk dijalankan pada masa selanjutnya.

d. Direksi

Direksi di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat adalah seorang direktur utama atau disingkat dengan istilah dirut. Dimana ia bertugas untuk melakukan pimpinan serta melakukan pengawasan pada setiap aktivitas pada bank setiap waktunya yang berdasar pada kebijakan yang ada.

e. Pimpinan Cabang

Adapun tugas dan tanggung jawab dari seorang pimpinan cabang adalah untuk melakukan proses koordinasi, bimbingan, pengawasan dan



juga melakukan penilalain dan evaluasi pekerjaan pada setiap bawahannya serta mengesahkan dan menandatangani setiap transaksi yang terjadi pada sebuah bank, laporan, serta surat menyurat yang berhubungan dengan perusahaan. Dimana PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat di Pimpin oleh Jupelno Ziharjo (Sumber: Arsip PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabnag Pasaman Barat).

f. Teller dan *Customer Service* (CS)

Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat bagian teller dan *Customer Service* (CS) diambil alih oleh satu orang karyawan yakni Febby Arini, yang memiliki tugas dan wewenang seperti menolong segala keperluan nasabah yang erat kaitannya dengan bank, menjelaskan mengenai produk yang disediakan oleh bank, menjelaskan setiap aturan dan prosedur yang telah ditentukan oleh bank serta melakukan pengawasan mengenai transaksi penarikan dan pembayaran yang dilakukan oleh nasabah.

g. Marketing Leanding

Marketing leanding merupakan salah satu pekerjaan pada sebuah bank, yang secara garis besar memiliki tugas untuk menyalurkan kembali dana yang telah dihimpun oleh marketing funding. Kemudian dana tersebut akan disalurkan kepada masyarakat, instansi maupun pihak swasta dalam bentuk pinjaman. Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat, marketing leanding diambil alih oleh Edi Susanto.

h. Marketing Funding

Marketing funding merupakan salah satu posisi yang pekerjaannya untuk mengumpulkan berbagai dana dari pihak masyarakat luas yang memiliki potensi untuk menyimpan uang nya pada suatu bank atau disebut dengan menabung. Marketing funding di PT. Bank Pembiayaan

Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat di pegang oleh Adi Kurniawan.

i. Legal dan Adm Pembiayaan

Staf bagian legal dan adm pembiayaan bertugas memeriksa lengkap atau tidaknya suatu dokumen dan sah atau tidaknya suatu dokumen yang berhubungan dengan pembiayaan yang sebelumnya disetujui oleh pihak bank. Tidak hanya itu, jabatan ini juga bertanggung jawab untuk menentukan kebijakan hukum apabila akad perjanjian yang telah disepakati mengenai suatu pembiayaan berhadapan pada suatu masalah serta melakukan standardisasi pada akan perjanjian tersebut. Bagian ini juga diambil alih oleh Jupelno Ziharjo di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

j. Office Boy (OB)

Office boy bertugas membersihkan dan merapikan meja, kursi computer, ruangan dan perlengkapan lainnya. Melayani permintaan karyawan dan memenuhi segala kebutuhan sehari-hari karyawan bank. Office boy di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat diambil alih oleh Yogi Putra Pratama.

## **5. Produk-produk PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat**

Produk-produk PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat terdiri atas empat produk dalam menjalankan kegiatannya, yaitu sebagai berikut: (Sumber: Arsip PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabnag Pasaman Barat).

a. Penghimpun Dana

1) Tabungan *Al-Wadiah*

Tabungan *Al-Wadiah* yaitu suatu jenis produk berupa tabungan yang diadakan sesuai dengan akad *wadiah* yang berarti penitipan dana dimana harus dilakukan penjagaan serta siap untuk mengembalikannya jika pemilik dana tersebut menginginkannya.

2) Tabungan *Mudhrabah* Qurban

Tabungan *Mudhrabah* Qurban yaitu suatu produk tabungan yang dikeluarkan untuk merealisasikan keinginan haji para nasabah dengan menggunakan akad *mudharabah mutlaqah*. Pada produk ini bank akan memberikan hasil yang sangat menguntungkan pihaknya dan juga pihak nasabah serta sangat kompetitif. Adapun keuntungan dari tabungan qurban ini adalah niat dan keinginan untuk berqurban dapat terealisasikan tanpa harus mengeluarkan biaya administrasi, bisa dipakai untuk zakat, infaq, shadaqoh, dan juga mendapatkan fasilitas untuk membeli dan menyalurkan hewan kurban terbaik dan berkualitas.

3) Deposito *Mudharabah*

Deposito *Mudharabah* merupakan suatu produk dengan menggunakan akad baik di memiliki dana yang disebut sebagai *shohibul maal* (nasabah) dengan bank sebagai pengelola (*mudharib*) dan memperoleh laba serta dibagi sesuai nisbah yang disepakati.

b. Penyaluran Dana

1) Pembiayaan *Murabahah* (Pembiayaan Modal Kerja)

Pembiayaan *Murabahah* (Pembiayaan Modal Kerja) yaitu suatu kesepakatan yang dilakukan anatar bank dengan nasabah dengan cara pihak bank melakukan pembelian untuk barang dan asset sesuai dengan kebutuhan nasabah dan bank juga akan membayar sesuai harga ditambahkan dengan nilai margin sesuai dengan tanggal jatuh tempo yang sebelumnya telah ditentukan.

2) Pembiayaan *Murabahah* (Pembiayaan Bagi Hasil)

Pembiayaan *Murabahah* (Pembiayaan Bagi Hasil) yaitu suatu kesepakatan anatar pihak bank dengan nasabah yang mana pihak bank

akan memberikan fasilitas pembiayaan pada seluruh kebutuhan yang dikelola oleh nasabah. Pada perjanjian ini bank tidak akan ikut serta dalam manajemen, pemasaran serta operasional usaha tersebut (Sumber: Arsip PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat).

## B. Pengujian Instrumen Data

### 1. Uji Validitas

Jika angket telah dikumpulkan kembali dari semua responden maka langkah berikutnya adalah untuk melakukan uji validitas dari data yang sebelumnya sudah terkumpul. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengukur kebenaran dan kevalidan dari angket yang disebarakan untuk mengukur ketepatan item pertanyaan yang mendukung setiap variabel.

Untuk pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Corrected Item Total Correlation*, dengan melihat nilai *Pearson Correlation* dan nilai signifikan 5% dengan menggunakan uji satu sisi. Untuk *Degree of Freedom* ( $df = n - k$ ). Dalam penelitian ini jumlah responden adalah 144, maka  $df = 144 - 2 = 142$  adalah 0,1376 dengan signifikan 5%. Jika  $r$  hitung  $> r$  tabel, maka pernyataan dapat dikatakan valid, jika  $r$  hitung  $< r$  tabel maka pernyataan dapat dikatakan tidak valid.

#### a. Kualitas Pelayanan (Variabel X)

Kualitas pelayanan adalah suatu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Nasabah akan merasa puas jika mendapatkan kualitas pelayanan yang maksimal. Oleh karena itu, untuk mengukur kualitas pelayanan digunakan 25 item pertanyaan. Berikut ini ringkasan item-item pertanyaan yang dapat dilihat pada tabel 4.5:

**Tabel 4.1**

#### **Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

<b>Variabel</b>	<b>Pernyataan</b>	<b><i>Pearson Correlation</i></b>	<b><math>r_{\text{tabel}}</math></b>	<b>Keterangan</b>

Kualitas Pelayanan	1	0,184	0,1367	Valid
	2	0,346	0,1367	Valid
	3	0,370	0,1367	Valid
	4	0,349	0,1367	Valid
	5	0,359	0,1367	Valid
	6	0,409	0,1367	Valid
	7	0,394	0,1367	Valid
	8	0,472	0,1367	Valid
	9	0,547	0,1367	Valid
	10	0,604	0,1367	Valid
	11	0,487	0,1367	Valid
	12	0,513	0,1367	Valid
	13	0,492	0,1367	Valid
	14	0,572	0,1367	Valid
	15	0,568	0,1367	Valid
	16	0,569	0,1367	Valid
	17	0,556	0,1367	Valid
	18	0,440	0,1367	Valid
	19	0,442	0,1367	Valid
	20	0,404	0,1367	Valid

	21	0,408	0,1367	Valid
	22	0,415	0,1367	Valid
	23	0,430	0,1367	Valid
	24	0,308	0,1367	Valid
	25	0,414	0,1367	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Pada tabel diatas terlihat bahwa semua item dalam variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid karena nilai *Pearson Correlation* >  $r_{tabel}$  0,1376 (df = 144-2) dengan nilai signifikansinya < 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat terus dikatakan valid.

b. Kepuasan Nasabah (Variabel Y)

Kepuasan nasabah merupakan variabel dependen yang pengukurannya sama dengan variabel independen. Pada penelitian ini menggunakan 5 item pertanyaan untuk menilai kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan membandingkan nilai *Pearson Correlation* dan  $r_{tabel}$ , diperoleh ringkasan item-item pertanyaan yang dapat dilihat pada tabel 4.6:

**Tabel 4.2**

**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah**

Variabel	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	$r_{tabel}$	Keterangan
Kepuasan Nasabah	1	0,640	0,1367	Valid
	2	0,644	0,1367	Valid
	3	0,565	0,1367	Valid

	4	0,631	0,1367	Valid
	5	0,647	0,1367	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Pada tabel diatas terlihat bahwa semua item dinyatakan valid karena nilai *Pearson Correlation* >  $r_{\text{tabel}}$  0,1376 (df = 144-2) dengan nilai signifikansinya < 0,05. Maka dengan demikian bisa disebutkan bahwa semua item dari pernyataan dalam kuesioner adalah valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini dengan memakai uji statistik yaitu *cronbach alpha* yang lebih besar dari 0,6 maka item pada pertanyaan bisa terkategori reliabel.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,825	25

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari hasil uji realibilitas variabel kualitas pelayanan pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha*-nya lebih besar dari 0,60. Ini menunjukkan bahwa instrumen yang di gunakan dalam penelitian ini realibel, *cronbach's alpha* yang didapatkan adalah 0,825. Dan ini bisa digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah.

Hasil uji realibilitas variabel kepuasan nasabah juga menunjukkan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* -nya juga di atas 0,60, yaitu 0,609. Hasil dari uji realibilitas variabel kepuasan nasabah dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,609	5

*Sumber : Data Olahan SPSS 22*

### C. Analisis Data

#### 1. Analisis Frekuensi

Setelah dilakukan penyebaran kuesioner kepada nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat, maka dapat dilihat kualitas pelayanan pada dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

- a. Pada dimensi *tangible* item 1 “kebersihan dan kerapian penampilan karyawan” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Tangible item 1**

		Tangible P1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak puas	0	,0	,0	,0
	Tidak Puas	13	9,0	9,0	9,0
	Kurang Puas	30	20,8	20,8	29,9
	Puas	88	61,1	61,1	91,0
	Sangat Puas	13	9,0	9,0	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

*Sumber : Data Olahan SPSS 22*

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan kebersihan dan kerapian penampilan karyawan adalah 0 atau persentase 0,0% dan tidak puas 13 orang atau persentase 9%, kemudian nasabah kurang puas 30 orang atau persentase 20,8%, untuk nasabah puas 88 orang atau 61,1% dan nasabah sangat puas 13 orang atau persentase 9%.



Maka dapat disimpulkan, bahwa persentase yang paling besar mengatakan puas dengan adanya kebersihan dan kerapian penampilan karyawan.

- b. Pada dimensi *tangible* item 2 “tersedianya fasilitas pendukung seperti TV” didapatkan ouput sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
***Tangible item 2***

		<b>Tangible P2</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak	0	,0	,0	,0
	Puas	11	7,6	7,6	7,6
	Tidak Puas				
	Kurang Puas	41	28,5	28,5	36,1
	Puas	85	59,0	59,0	95,1
	Sangat Puas	7	4,9	4,9	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari ouput diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan tersedianya fasilitas pendukung seperti TV adalah 0 atau 0,0% dan tidak puas sebanyak 11 orang atau persentase 7,6%, kemudian nasabah kurang puas 41 orang atau persentase 28,5%, untuk nasabah puas 85 orang atau 59% dan nasabah sangat puas 7 orang atau persentase 4,9%.

Maka dapat disimpulkan bahwa persentase tertinggi mengatkan puas dengan tersedianya fasilitas pendukung seperti TV.

- c. Pada dimensi *tangible* item 3 “tampilan fisik gedung tempat beroperasi” didapatkan ouput sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
***Tangible item 3***

		<b>Tangible P3</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	1	,7	,7	,7

Tidak Puas	17	11,8	11,8	12,5
Kurang Puas	60	41,7	41,7	54,2
Puas	59	41,0	41,0	95,1
Sangat Puas	7	4,9	4,9	100,0
Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas 1 orang atau persentase 0,7% kemudian tidak puas dengan tampilan fisik gedung tempat beroperasi sebanyak 17 orang atau persentase 11,8%, kemudian nasabah kurang puas 60 orang atau persentase 41,7%, untuk nasabah puas 59 orang atau 41% dan nasabah sangat puas 7 orang atau persentase 4,9%.

Maka dapat disimpulkan bahwa persentase tertinggi mengatakan kurang puas dengan tampilan fisik gedung tempat beroperasi.

- d. Pada dimensi *tangible* item 4 “karyawan sudah berpakaian sesuai syariat islam” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Tangible item 4**

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	0	,0	,0	,0
	Tidak Puas	9	6,3	6,3	6,3
	Kurang Puas	67	46,5	46,5	52,8
	Puas	61	42,4	42,4	95,1
	Sangat Puas	7	4,9	4,9	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas karyawan sudah berpakaian sesuai dengan syariat islam adalah 0 atau 0,0% kemudian nasabah tidak puas 9 orang atau persentase 6,3% kemudian kurang puas sebanyak 67 orang atau persentase 46,5%,

kemudian nasabah puas 61 orang atau persentase 42,4%, untuk nasabah sangat puas 7 orang atau persentase 4,9%.

Maka dapat disimpulkan persentase yang paling tinggi mengatakan kurang puas dengan karyawan sudah berpakaian sesuai dengan syariat islam.

- e. Pada dimensi *tangible* item 5 “kondisi lingkungan BPRS Ampek Angkek Candung Pasaman Barat bersih” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Tangible item 5**

		<b>Tangible P5</b>			
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	2	1,4	1,4	1,4
	Tidak Puas	15	10,4	10,4	11,8
	Kurang Puas	88	61,1	61,1	72,9
	Puas	35	24,3	24,3	97,2
	Sangat Puas	4	2,8	2,8	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas kondisi lingkungan BPRS Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat bersih 2 orang atau persentase 1,4% kemudian tidak puas sebanyak 15 orang atau persentase 10,4%, kemudian nasabah kurang puas 88 orang atau persentase 61,1%, untuk nasabah puas 35 orang atau persentase 24,3% kemudian sangat puas 4 orang atau persentase 2,8%.

Maka dapat disimpulkan persentase tertinggi menunjukkan kurang puas dengan kondisi lingkungan BPRS Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat bersih.

- f. Pada dimensi *reliability* item 1 “ keakuratan data administrasi pencatatan data keuangan” didapatkan output sebagai berikut”

**Tabel 4.10**  
**Reliability item 1**

**Reliability P1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	0	,0	,0	,0
	Tidak Puas	11	7,6	7,6	7,6
	Kurang Puas	91	63,2	63,2	70,8
	Puas	36	25,0	25,0	95,8
	Sangat Puas	6	4,2	4,2	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan keakuratan data administrasi data keuangan adalah 0 atau 0,0% kemudian yang tidak puas sebanyak 11 orang atau persentase 7,6%, kemudian nasabah kurang puas 91 orang atau persentase 63,2%, untuk nasabah puas 36 orang atau persentase 25% kemudian sangat puas 6 orang atau persentase 4,2%.

Maka dapat disimpulkan bahwa persentase yang tertinggi adalah kurang puas dengan keakuratan data administrasi pencatatan data keuangan.

- g. Pada dimensi *reliability* item 2 “kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan jadwal jam kerja” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Reliability item 2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	0	,0	,0	,0
	Tidak Puas	9	6,3	6,3	6,3
	Kurang Puas	83	57,6	57,6	63,9
	Puas	50	34,7	34,7	98,6
	Sangat Puas	2	1,4	1,4	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan jadwal jam

kerja adalah 0 atau 0,0% dan tidak puas sebanyak 9 orang atau persentase 6,3%, kemudian nasabah kurang puas 83 orang atau persentase 57,6%, untuk nasabah puas 50 orang atau persentase 34,7% kemudian sangat puas 2 orang atau persentase 1,4%.

Maka dapat disimpulkan bahwa persentase yang tertinggi adalah kurang puas dengan kesesuaian pelaksanaan pelayanan dengan jadwal jam kerja.

- h. Pada dimensi *reliability* item 3 “kemampuan karyawan dari segi keadilan dalam melayani nasabah” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Reliability item 3**

**Reliability P3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	1	,7	,7	,7
	Tidak Puas	15	10,4	10,4	11,1
	Kurang Puas	89	61,8	61,8	72,9
	Puas	36	25,0	25,0	97,9
	Sangat Puas	3	2,1	2,1	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan kemampuan karyawan dari segi keadilan dalam melayani nasabah 1 orang atau persentase 0,7% kemudian tidak puas sebanyak 15 orang atau persentase 10,4%, kemudian nasabah kurang puas 89 orang atau persentase 61,8%, untuk nasabah puas 36 orang atau persentase 25% kemudian sangat puas 3 orang atau persentase 2,1%.

Maka dapat disimpulkan bahwa persentase tertinggi yaitu kurang puas dengan kemampuan karyawan dari segi keadilan dalam melayani nasabah.

- i. Pada dimensi *reliability* item 4 “karyawan dapat memberikan informasi dengan jelas” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Reliability item 4**

**Reliability P4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	2	1,4	1,4	1,4
	Tidak Puas	17	11,8	11,8	13,2
	Kurang Puas	84	58,3	58,3	71,5
	Puas	37	25,7	25,7	97,2
	Sangat Puas	4	2,8	2,8	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan item pertanyaan karyawan dapat memberikan informasi dengan jelas 2 orang atau persentase 1,4% kemudian tidak puas sebanyak 17 orang atau persentase 11,8%, kemudian nasabah kurang puas 84 orang atau persentase 58,3%, untuk nasabah puas 37 orang atau persentase 25,7% kemudian sangat puas 4 orang atau persentase 2,8%.

Maka dapat dilihat persentase tertinggi adalah kurang puas dengan karyawan dapat memberikan informasi dengan jelas.

- j. Pada dimensi *reliability* item 5 “karyawan dapat menyelesaikan transaksi dengan jelas” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Reliability item 5**

**Reliability P5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	3	2,1	2,1	2,1
	Tidak Puas	18	12,5	12,5	14,6
	Kurang Puas	87	60,4	60,4	75,0
	Puas	34	23,6	23,6	98,6
	Sangat Puas	2	1,4	1,4	100,0

Total	144	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan karyawan dapat menyelesaikan transaksi dengan jelas 3 orang atau persentase 2,1% kemudian tidak puas sebanyak 18 orang atau persentase 12,5%, kemudian nasabah kurang puas 87 orang atau persentase 60,4%, untuk nasabah puas 34 orang atau persentase 23,6% kemudian sangat puas 2 orang atau persentase 1,4%.

Maka dapat disimpulkan persentase tertinggi menunjukkan kurang puas dengan karyawan dapat menyelesaikan transaksi dengan jelas.

- k. Pada dimensi *responsiveness* item 1 “kelengkapan informasi yang disampaikan oleh karyawan” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Responsiveness item 1**

		Responsiveness P1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	1	,7	,7	,7
	Tidak Puas	18	12,5	12,5	13,2
	Kurang Puas	84	58,3	58,3	71,5
	Puas	39	27,1	27,1	98,6
	Sangat Puas	2	1,4	1,4	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan kelengkapan informasi yang disampaikan oleh karyawan 1 orang atau persentase 0,7% kemudian tidak puas sebanyak 18 orang atau persentase 12,5%, kemudian nasabah kurang puas 84 orang atau persentase 58,3%, untuk nasabah puas 39 orang atau persentase 27,1% kemudian sangat puas 2 orang atau persentase 1,4%.

Maka dapat disimpulkan persentase tertinggi yaitu kurang puas dengan kelengkapan informasi yang disampaikan oleh karyawan.

1. Pada dimensi *responsiveness* item 2 ”pelayanan yang cepat dan tepat oleh karyawan” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
***Responsiveness item 2***

		<b>Responsiveness P2</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	0	,0	,0	,0
	Tidak Puas	15	10,4	10,4	10,4
	Kurang Puas	88	61,1	61,1	71,5
	Puas	38	26,4	26,4	97,9
	Sangat Puas	3	2,1	2,1	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan pelayanan yang cepat dan tepat oleh karyawan adalah 0 atau persentase 0,0% kemudian tidak puas sebanyak 15 orang atau persentase 10,4%, kemudian nasabah kurang puas 88 orang atau persentase 61,1%, untuk nasabah puas 38 orang atau persentase 26,4% kemudian sangat puas 3 orang atau persentase 2,1%.

Maka dapat disimpulkan persentase yang tertinggi yaitu kurang puas dengan pelayanan yang cepat dan tepat oleh karyawan.

- m. Pada dimensi *responsiveness* item 3 ”kemampuan karyawan dalam mengatasi keluhan nasabah” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.17**  
***Responsiveness item 3***

		<b>Responsiveness P3</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	0	,0	,0	,0
	Tidak Puas	7	4,9	4,9	4,9
	Kurang Puas	80	55,6	55,6	60,4
	Puas	52	36,1	36,1	96,5



Sangat Puas	5	3,5	3,5	100,0
Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari ouput diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan kemampuan karyawan dalam mengatasi keluhan nasabah adalah 0 atau persentase 0,0% kemudian tidak puas sebanyak 7 orang atau persentase 4,9%, kemudian nasabah kurang puas 80 orang atau persentase 55,6%, untuk nasabah puas 52 orang atau persentase 36,1% kemudian sangat puas 5 orang atau persentase 3,5%.

Maka dapat disimpulkan persentase tertinggi adalah kurang puas dengan kemampuan karyawan dalam mengatasi keluhan nasabah.

- n. Pada dimensi *responsiveness* item 4 ”karyawan dapat memberikan solusi yang tepat kepada nasabahnya” didapatkan ouput sebagai berikut:

**Tabel 4.18**  
**Responsiveness item 4**

		Responsiveness P4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	0	,0	,0	,0
	Tidak Puas	11	7,6	7,6	7,6
	Kurang Puas	80	55,6	55,6	63,2
	Puas	49	34,0	34,0	97,2
	Sangat Puas	4	2,8	2,8	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari ouput diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan karyawan dapat memberikan solusi yang tepat kepada nasabahnya adalah 0 atau persentase 0,0% kemudian tidak puas sebanyak 11 orang atau persentase 7,6%, kemudian nasabah kurang puas 80 orang atau persentase 55,6%, untuk nasabah puas 49 orang atau persentase 34% kemudian sangat puas 4 orang atau persentase 2,8%.

Maka dapat disimpulkan persentase tertinggi adalah kurang puas dengan karyawan dapat memberikan solusi yang tepat kepada nasabahnya.

- o. Pada dimensi *responsiveness* item 5 ”karyawan selalu menunjukkan kesabaran dalam melayani nasabah” didapatkan ouput sebagai berikut:

**Tabel 4.19**  
**Responsiveness item 5**

		Responsiveness P5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	1	,7	,7	,7
	Tidak Puas	17	11,8	11,8	12,5
	Kurang Puas	81	56,3	56,3	68,8
	Puas	39	27,1	27,1	95,8
	Sangat Puas	6	4,2	4,2	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari ouput diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan karyawan selalu menunjukkan kesabaran dalam melayani nasabah sebanyak 1 orang dan persentase 0,7%, kemudian nasabah tidak puas 17 orang atau persentase 11,8%, untuk kurang puas 81 orang atau persentase 56,3% kemudian puas 39 orang atau persentase 27,1% kemudian sangat puas 6 orang atau persentase 4,2%.

Maka dapat diambil kesimpulan persentase tertinggi adalah kurang puas dengan karyawan selalu menunjukkan kesabaran dalam melayani nasabah.

- p. Pada dimensi *assurance* item 1 ”perasaan aman selama berurusan dengan karyawan” didapatkan ouput sebagai berikut:

**Tabel 4.20**  
**Assurance item 1**

		Asurance P1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	2	1,4	1,4	1,4

Tidak Puas	16	11,1	11,1	12,5
Kurang Puas	82	56,9	56,9	69,4
Puas	38	26,4	26,4	95,8
Sangat Puas	6	4,2	4,2	100,0
Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari ouput diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan perasaan aman selama berurusan dengan karyawan sebanyak 1 orang atau persentase 1,4%, kemudian nasabah tidak puas 16 orang atau persentase 11,1%, untuk kurang puas 82 orang atau persentase 56,9% kemudian puas 38 orang atau persentase 26,4% kemudian sangat puas 6 orang d atau persentase 4,2%.

Maka dapat disimpulkan persentase tertinggi menunjukkan kurang puas dengan perasaan aman selama berurusan dengan karyawan.

- q. Pada dimensi *assurance* item 2 "kesabaran karyawan dalam memberi pelayanan" didapatkan ouput sebagai berikut:

**Tabel 4.21**  
**Assurance item 2**

		Asurance P2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	2	1,4	1,4	1,4
	Tidak Puas	16	11,1	11,1	12,5
	Kurang Puas	79	54,9	54,9	67,4
	Puas	44	30,6	30,6	97,9
	Sangat Puas	3	2,1	2,1	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari ouput diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan kesabaran karyawan dalam memberi pelayanan sebanyak 2 orang atau persentase 1,4%, kemudian nasabah tidak puas 16 orang atau persentase 11,1%, untuk kurang puas 79 orang atau persentase 54,9% kemudian puas 44 orang atau persentase 30,6% kemudian sangat puas 3 orang atau persentase 2,1%.

Maka dapat diambil kesimpulan persentase tertinggi yaitu kurang puas dengan kesabaran karyawan dalam memberikan pelayanan.

- r. Pada dimensi *assurance* item 3 “jaminan terhadap tabungan nasabah” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.22**  
**Assurance item 3**

		Assurance P3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	2	1,4	1,4	1,4
	Tidak Puas	15	10,4	10,4	11,8
	Kurang Puas	81	56,3	56,3	68,1
	Puas	37	25,7	25,7	93,8
	Sangat Puas	9	6,3	6,3	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan jaminan terhadap tabungan nasabah sebanyak 2 orang atau persentase 1,4%, kemudian nasabah tidak puas 15 orang atau persentase 10,4%, untuk kurang puas 81 orang atau persentase 56,3% kemudian puas 37 orang atau persentase 25,7% kemudian sangat puas 9 orang atau persentase 6,3%.

Maka dapat disimpulkan persentase tertinggi menunjukkan kurang puas dengan jaminan terhadap tabungan nasabah.

- s. Pada dimensi *assurance* item 4 “karyawan dapat melayani nasabah tanpa ada kesalahan” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.23**  
**Assurance item 4**

		Assurance P4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	2	1,4	1,4	1,4
	Tidak Puas	18	12,5	12,5	13,9
	Kurang Puas	87	60,4	60,4	74,3

Puas	28	19,4	19,4	93,8
Sangat Puas	9	6,3	6,3	100,0
Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari ouput diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan karyawan dapat melayani nasabah tanpa ada kesalahan sebanyak 2 orang atau persentase 1,4%, kemudian nasabah tidak puas 18 orang atau persentase 12,5%, untuk kurang puas 87 orang atau persentase 60,4% kemudian puas 28 orang atau persentase 19,4% kemudian sangat puas 9 orang atau persentase 6,3%.

Maka dapat disimpulkan persentase tertinggi adalah kurang puas dengan karyawan dapat melayani nasabah tanpa ada kesalahan.

- t. Pada dimensi *assurance* item 5 “karyawan menjamin kerahasiaan data nasabah” didapatkan ouput sebagai berikut:

**Tabel 4.24**  
**Assurance item 5**

		Asurance P5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	4	2,8	2,8	2,8
	Tidak Puas	19	13,2	13,2	16,0
	Kurang Puas	84	58,3	58,3	74,3
	Puas	29	20,1	20,1	94,4
	Sangat Puas	8	5,6	5,6	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari ouput diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan karyawan menjamin kerahasiaan data nasabah sebanyak 4 orang atau persentase 2,8%, kemudian nasabah tidak puas 19 orang atau persentase 13,2%, untuk kurang puas 84 orang atau persentase 58,3% kemudian puas 29 orang atau persentase 20,1% kemudian sangat puas 8 orang atau persentase 5,6%.

Maka dapat diambil kesimpulan persentase tertinggi adalah kurang puas dengan karyawan menjamin kerahasiaan data nasabah.

- u. Pada dimensi *empathy* item 1 “perhatian secara professional kepada nasabah oleh karyawan” didapatkan ouput sebagai berikut:

**Tabel 4.25**  
***Empathy item 1***

		Empathy P1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	2	1,4	1,4	1,4
	Tidak Puas	15	10,4	10,4	11,8
	Kurang Puas	83	57,6	57,6	69,4
	Puas	36	25,0	25,0	94,4
	Sangat Puas	8	5,6	5,6	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari ouput diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan perhatian secara professional kepada nasabah oleh karyawan sebanyak 2 orang atau persentase 1,4%, kemudian nasabah tidak puas 15 orang atau persentase 10,4%, untuk kurang puas 83 orang atau persentase 57,6% kemudian puas 36 orang atau persentase 25% kemudian sangat puas 8 orang atau persentase 5,6%.

Maka dapat diambil kesimpulan persentase tertinggi adalah kurang puas dengan perhatian secara professional kepada nasabah oleh karyawan.

- v. Pada dimensi *empathy* item 2 “pemahaman karyawan akan kebutuhan dan perasaan nasabah” didapatkan ouput sebagai berikut:

**Tabel 4.26**  
***Empathy item 2***

		Empathy P2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	2	1,4	1,4	1,4
	Tidak Puas	16	11,1	11,1	12,5

Kurang Puas	75	52,1	52,1	64,6
Puas	46	31,9	31,9	96,5
Sangat Puas	5	3,5	3,5	100,0
Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan pemahaman karyawan akan kebutuhan dan perasaan nasabah sebanyak 2 orang atau persentase 1,4%, kemudian nasabah tidak puas 16 orang atau persentase 11,1%, untuk kurang puas 75 orang atau persentase 52,1% kemudian puas 46 orang atau persentase 31,9% kemudian sangat puas 5 orang atau persentase 3,5%.

Maka dapat disimpulkan bahwa persentase tertinggi adalah kurang puas dengan pemahaman karyawan akan kebutuhan dan perasaan nasabah.

w. Pada dimensi *empathy* item 3 “kemampuan karyawan menciptakan hubungan baik dengan nasabah” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.27**  
***Empathy* item 3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Puas	4	2,8	2,8	2,8
Tidak Puas	11	7,6	7,6	10,4
Kurang Puas	91	63,2	63,2	73,6
Puas	35	24,3	24,3	97,9
Sangat Puas	3	2,1	2,1	100,0
Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan kemampuan karyawan menciptakan hubungan baik dengan nasabah sebanyak 4 orang atau persentase 2,8%, kemudian nasabah tidak puas 11 orang atau persentase 7,6%, untuk kurang puas 91

orang atau persentase 63,2% kemudian puas 35 orang atau persentase 24,3% kemudian sangat puas 3 orang atau persentase 2,1%.

Maka dapat disimpulkan persentase tertinggi adalah kurang puas dengan kemampuan karyawan menciptakan hubungan baik dengan nasabah.

- x. Pada dimensi *empathy* item 4 “karyawan memberikan kemudahan dalam melayani nasabah” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.28**  
***Empathy item 4***

		<b>Empathy P4</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	4	2,8	2,8	2,8
	Tidak Puas	19	13,2	13,2	16,0
	Kurang Puas	71	49,3	49,3	65,3
	Puas	43	29,9	29,9	95,1
	Sangat Puas	7	4,9	4,9	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan karyawan memberikan kemudahan dalam melayani nasabah sebanyak 4 orang atau persentase 2,8%, kemudian nasabah tidak puas 19 orang atau persentase 13,2%, untuk kurang puas 71 orang atau persentase 49,3% kemudian puas 43 orang atau persentase 29,9% kemudian sangat puas 7 orang atau persentase 4,9%.

Maka dapat disimpulkan persentase tertinggi adalah kurang puas dengan karyawan memberikan kemudahan dalam melayani nasabah.

- y. Pada dimensi *empathy* item 5 “karyawan memberikan perhatian secara individual terhadap permasalahan nasabah” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.29**  
***Empathy item 5***

**Empathy P5**



		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	8	5,6	5,6	5,6
	Tidak Puas	21	14,6	14,6	20,1
	Kurang Puas	78	54,2	54,2	74,3
	Puas	34	23,6	23,6	97,9
	Sangat Puas	3	2,1	2,1	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan karyawan memberikan perhatian secara individual terhadap permasalahan nasabah sebanyak 8 orang atau persentase 5,6%, kemudian nasabah tidak puas 21 orang atau persentase 14,6%, untuk kurang puas 78 orang atau persentase 54,2% kemudian puas 34 orang atau persentase 23,6% kemudian sangat puas 3 orang atau persentase 2,1%.

Maka dapat disimpulkan persentase tertinggi adalah kurang puas dengan karyawan memberikan kemudahan dalam melayani nasabah.

- z. Pada variabel (Y) kepuasan nasabah item 1 “kesigapan karyawan dalam menangani masalah nasabah telah memenuhi harapan” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.30**  
**Kepuasan Nasabah item 1**

**Kepuasan Nasabah P1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	0	,0	,0	,0
	Tidak Puas	15	10,4	10,4	10,4
	Kurang Puas	87	60,4	60,4	70,8
	Puas	35	24,3	24,3	95,1
	Sangat Puas	7	4,9	4,9	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan kesigapan karyawan dalam menangani masalah nasabah telah memenuhi harapan adalah 0 atau persentase 0,0% kemudian tidak puas sebanyak 15 orang atau persentase 10,4%, kemudian kurang puas 87 orang atau persentase 60,4% kemudian puas 35 orang atau persentase 24,3% kemudian sangat puas 7 orang atau persentase 4,9%.

Maka dapat disimpulkan persentase tertinggi yaitu kurang puas dengan kesigapan karyawan dalam menangani masalah nasabah telah memenuhi harapan.

- aa. Pada variabel (Y) kepuasan nasabah item 2 “kecepatan karyawan dalam melakukan transaksi telah memenuhi harapan nasabah” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.31**  
**Kepuasan Nasabah item 2**

		Kepuasan Nasabah P2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	1	,7	,7	,7
	Tidak Puas	20	13,9	13,9	14,6
	Kurang Puas	77	53,5	53,5	68,1
	Puas	40	27,8	27,8	95,8
	Sangat Puas	6	4,2	4,2	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan kecepatan karyawan dalam melakukan transaksi telah memenuhi harapan nasabah sebanyak 1 orang atau persentase 0,7%, kemudian tidak puas 20 orang atau persentase 13,9% kemudian kurang puas 77 orang atau persentase 53,5% kemudian puas 40 orang atau persentase 27,8% selanjutnya sangat puas 6 atau persentase 4,2%.

Maka dapat disimpulkan persentase tertinggi adalah kurang puas dengan kecepatan karyawan dalam melakukan transaksi telah memenuhi harapan nasabah.

- bb. Pada variabel (Y) kepuasan nasabah item 3 “nasabah merekomendasikan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat kepada orang lain agar menjadi nasabah di BPRS tersebut karena pelayanan sesuai dengan harapan” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.32**  
**Kepuasan Nasabah item 3**

		Kepuasan Nasabah P3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	0	,0	,0	,0
	Tidak Puas	16	11,1	11,1	11,1
	Kurang Puas	77	53,5	53,5	64,6
	Puas	43	29,9	29,9	94,4
	Sangat Puas	8	5,6	5,6	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan nasabah merekomendasikan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat kepada orang lain agar menjadi nasabah di BPRS tersebut karena pelayanan sesuai dengan harapan adalah 0 atau persentase 0,0% sedangkan yang tidak puas sebanyak 16 orang atau persentase 11,1%, kemudian kurang puas 77 orang atau persentase 53,5% kemudian puas 43 orang atau persentase 29,9% kemudian sangat puas 8 orang atau persentase 5,6%.

Maka dapat disimpulkan persentase tertinggi adalah kurang puas dengan nasabah merekomendasikan PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat kepada

orang lain agar menjadi nasabah di BPRS tersebut karena pelayanan sesuai dengan harapan.

- cc. Pada variabel (Y) kepuasan nasabah item 4 “nasabah selalu berminat untuk melakukan transaksi kembali di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat karena pelayanan sesuai harapan” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.33**  
**Kepuasan Nasabah item 4**

		Kepuasan Nasabah P4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	1	,7	,7	,7
	Tidak Puas	17	11,8	11,8	12,5
	Kurang Puas	82	56,9	56,9	69,4
	Puas	34	23,6	23,6	93,1
	Sangat Puas	10	6,9	6,9	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan nasabah selalu berminat untuk melakukan transaksi kembali di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat karena pelayanan sesuai harapan sebanyak 1 orang atau persentase 0,7%, kemudian tidak puas 17 orang atau persentase 11,8% kemudian kurang puas 82 orang atau persentase 56,9% kemudian puas 34 orang atau persentase 23,6% selanjutnya sangat puas 10 d atau persentase 6,9%.

Maka dapat ditarik kesimpulan persentase tertinggi yaitu kurang puas dengan nasabah selalu berminat untuk melakukan transaksi kembali di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

- dd. Pada variabel (Y) kepuasan nasabah item 5 “nasabah merasa pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah” didapatkan output sebagai berikut:

**Tabel 4.34**  
**Kepuasan Nasabah item 5**

		Kepuasan Nasabah P5			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Puas	5	3,5	3,5	3,5
	Tidak Puas	24	16,7	16,7	20,1
	Kurang Puas	67	46,5	46,5	66,7
	Puas	42	29,2	29,2	95,8
	Sangat Puas	6	4,2	4,2	100,0
	Total	144	100,0	100,0	

Sumber : Data Olahan SPSS 22

Dari output diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang sangat tidak puas dengan nasabah merasa pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah karena pelayanan sesuai harapan sebanyak 5 orang atau persentase 3,5%, kemudian tidak puas 24 orang atau persentase 16,7% kemudian kurang puas 67 orang atau persentase 46,5% kemudian puas 42 orang atau persentase 29,2% selanjutnya sangat puas 6 atau persentase 4,2%.

Maka dapat disimpulkan persentase tertinggi yaitu kurang puas dengan nasabah merasa layanan yang diberikan pada nasabah telah memenuhi keinginan dan ekspektasi dari nasabah.

## 2. Analisis Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus atau metode kolmogrov smirnov untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara normal atau tidak. Uji ini dilakukan dengan memakai bantuan dari SPSS 22. Berikut ini adalah output dari hasil uji normalitas yaitu:

**Tabel 4.35**  
**Tabel Kolmogorov-Smirnov Tes**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		144
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,04240299
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,062
	Negative	-,059
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Dalam pengambilan keputusan pada uji normalitas jika nilai signifikan dibawah 0,05 ( $< 0,05$ ) berarti data tidak berdistribusi normal dan sebaliknya jika data diatas 0,05 ( $> 0,05$ ) berarti data berdistribusi normal.

Dari data olahan, nilai Kolmogorov-Sminorv sebesar 0,062 dengan tingkat signifikasi diatas 0,05, yaitu 0,200. Tidak hanya itu, persentase nilai dari kolmogrov smirnov tidak signifikan maka dengan demikian residual terdistribusi dengan baik dan normal.

#### b. Uji Multikolineritas

Berdasarkan penjelasan peneliti di teori terdahulu untuk Uji Mutikolineritas, penguji menggunakan uji *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dan untuk dasar pengambila keputusan pada uji TOL, nilai TOL tidak ada dibawah 0,10 dan nilai VIF tidak melebihi 10. (Janie D. N., 2012, hal. 23)

**Tabel 4.36**  
**Tabel *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,933	1,935		2,550	,012		
Tangible (X1)	,213	,081	,224	2,633	,009	,786	1,273
Reliability (X2)	,026	,091	,026	,287	,775	,667	1,500
Responsiveness (X3)	,061	,108	,058	,563	,575	,535	1,868
Asurance (X4)	,248	,090	,272	2,759	,007	,585	1,711
Empathy (X5)	,135	,072	,157	1,868	,064	,803	1,245

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)  
Sumber: Data Olahan SPSS 22

Pada tabel *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) diatas dapat dilihat nilai TOL *tangible* yaitu 0,786, *reliability* yaitu 0,667, *responsiveness* yaitu 0,535, *assurance* yaitu 0,585, dan *empathy* yaitu 0,803. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas. Dilihat pada nilai VIF *tangible* yaitu 1,273, *reliability* yaitu 1,500, *responsiveness* yaitu 1,868, *assurance* yaitu 1,711, dan *empathy* yaitu 1,245. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai VIF dari data diatas kecil dari 10 maka tidak terdapat multikolineritas dan dapat dilanjutkan.

#### c. Uji Autokolerasi

Dalam uji autokolerasi ini, peneliti menggunakan uji *Run Test* dalam penelitian ini. Dengan pengambilan keputusan jika *Asymp.Sig (2-tailed)* kecil dari 0.05 maka data tersebut ada autokolerasi dan sebaliknya jika *Asymp.Sig (2-tailed)* besar dari 0.05 maka data tersebut tidak terdapat autokolerasi.

**Tabel 4.37**  
**Tabel *Run Test***

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-,08517
Cases < Test Value	71
Cases >= Test Value	72
Total Cases	143

Number of Runs	74
Z	,252
Asymp. Sig. (2-tailed)	,801

a. Median

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Dari data tabel *Run-Test* diatas dapat dilihat bahwa nilai dari *Asymp.Sig. (2-tailed)* adalah 0.801, lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat Autokolerasi dan penelitian ini layak untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

d. Uji Heteroskedastisitas

Dalam Uji Heteroskedastisitas peneliti menggunakan uji *Glejser*.

**Tabel 4.38**  
**Uji *Glejser***  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,965	1,197		,806	,422
	Tangible (X1)	,009	,050	,017	,175	,861
	Reliability (X2)	-,037	,056	-,069	-,659	,511
	Responsiveness (X3)	,043	,067	,075	,649	,517
	Asurance (X4)	,003	,056	,006	,055	,957
	Empathy (X5)	,017	,045	,037	,388	,699

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Dari tabel diatas, uji *Glejser* dapat diketahui bahwa nilai signifikan *tangible* adalah 0,861, *reliability* adalah 0,511, *responsiveness* adalah 0,517, *assurance* adalah 0,957, dan *empathy* adalah 0,699. Dalam pengambilan keputusan yang mana jika nilai signifikansi variabel independen lebih dari 0.05 dan dari data diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi melebihi dari 0.05. Maka dari itu dapat dipahami bahwa tidak ada gejala heterokastisitas dalam model regresi penelitian ini.



### 3. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinasi R square atau Koefisien determinasi biasanya dipakai untuk melakukan pengukuran mengenai seberapa mampu suatu model dapat menerangkan suatu variabel dependen secara bervariasi. Nilai atau hasil dari uji determinasi R square ini adalah berkisar antara nol hingga satu. Maka semakin tinggi nilai R square dapat dikatakan bahwa model regresi yang digunakan semakin baik, begitupun sebaliknya, semakin kecil nilai R square maka semakin tidak bagus suatu model regresi linear. Tidak hanya itu, nilai R square yang kecil berarti bahwa variabel independen tidak dapat menjelaskan variabel dependen dengan baik dan secara keseluruhan. (Suprianto & Masyhuri, 2010).

Menurut Sugiyono (2018) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien yaitu :

0,00 – 0,199 = pengaruh sangat rendah

0,20 – 0,399 = pengaruh rendah

0,40 – 0,599 = pengaruh sedang

0,60 – 0,799 = pengaruh kuat

0,80 – 1,000 = pengaruh sangat kuat

a. Pengaruh variabel *tangible* terhadap kepuasan nasabah

**Tabel 4.39**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,231 <sup>a</sup>	,053	,046	2,34651	1,359

a. Predictors: (Constant), Tangible (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Angka R didapat 0,231 artinya korelasi antara variabel independen *tangible* terhadap kepuasan nasabah terjadi pengaruh yang rendah karena nilai berkisar antara 0,20 – 0,399. Hasil yang diperoleh diperkuat dengan nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,053. Jika diubah ke dalam bentuk

persentase adalah sebesar 5,3%, maka kemampuan variabel *tangible* dalam menggambarkan variabel kepuasan nasabah sebesar 5,3%, sedangkan 94,7% di jelaskan oleh variabel independen lain yang tidak berkaitan dalam penelitian ini.

- b. Pengaruh variabel *reliability* terhadap kepuasan nasabah

**Tabel 4.40**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,215 <sup>a</sup>	,046	,039	2,35529	1,299

a. Predictors: (Constant), Reliability (X2)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Angka R didapat 0,215 artinya korelasi antara variabel independen *reliability* terhadap kepuasan nasabah terjadi pengaruh yang rendah karena nilai berkisar antara 0,20 – 0,399. Hasil yang diperoleh diperkuat dengan nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,046. Jika diubah ke dalam bentuk persentase adalah sebesar 4,6%, maka kemampuan variabel *reliability* dalam menggambarkan variabel kepuasan nasabah sebesar 4,6%, sedangkan 95,4% di jelaskan oleh variabel independen lain yang tidak berkaitan dalam penelitian ini.

- c. Pengaruh variabel *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah

**Tabel 4.41**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,310 <sup>a</sup>	,096	,090	2,29231	1,376

a. Predictors: (Constant), Responsiveness (X3)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Angka R didapat 0,310 artinya korelasi antara variabel independen *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah terjadi pengaruh yang rendah karena nilai berkisar antara 0,20 – 0,399. Hasil yang diperoleh diperkuat dengan nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,096. Jika diubah ke dalam bentuk persentase adalah sebesar 9,6%, maka kemampuan variabel *responsiveness* dalam menggambarkan variabel kepuasan nasabah sebesar 9,6%, sedangkan 90,4% di jelaskan oleh variabel independen lain yang tidak berkaitan dalam penelitian ini.

d. Pengaruh variabel *assurance* terhadap kepuasan nasabah

**Tabel 4.42**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,377 <sup>a</sup>	,142	,136	2,23361	1,462

a. Predictors: (Constant), Assurance (X4)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah  
Sumber: Data Olahan SPSS 22

Angka R didapat 0,377 artinya korelasi antara variabel independen *assurance* terhadap kepuasan nasabah terjadi pengaruh yang rendah karena nilai berkisar antara 0,20 – 0,399. Hasil yang diperoleh diperkuat dengan nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,142. Jika diubah ke dalam bentuk persentase adalah sebesar 14,2%, maka kemampuan variabel *assurance* dalam menggambarkan variabel kepuasan nasabah sebesar 14,2%, sedangkan 85,8% di jelaskan oleh variabel independen lain yang tidak berkaitan dalam penelitian ini.

e. Pengaruh variabel *empathy* terhadap kepuasan nasabah

**Tabel 4.43**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,252 <sup>a</sup>	,063	,057	2,33385	1,219

a. Predictors: (Constant), Empathy (X5)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Olahan SPSS 22

Angka R didapat 0,252 artinya korelasi antara variabel independen *empathy* terhadap kepuasan nasabah terjadi pengaruh yang rendah karena nilai berkisar antara 0,20 – 0,399. Hasil yang diperoleh diperkuat dengan nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,063. Jika diubah ke dalam bentuk persentase adalah sebesar 6,3%, maka kemampuan variabel *empathy* dalam menggambarkan variabel kepuasan nasabah sebesar 6,3%, sedangkan 93,7% di jelaskan oleh variabel independen lain yang tidak berkaitan dalam penelitian ini.

- f. Pengaruh Kualitas Pelayanan ( *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* ) terhadap Kepuasan Nasabah

**Tabel 4.44**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,466 <sup>a</sup>	,217	,189	2,164	1,547

a. Predictors: (Constant), Empathy (X5), Reliability (X2), Assurance (X4), Tangible (X1), Responsiveness (X3)

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)

Angka R didapat 0,466 artinya korelasi antara variabel independen kualitas pelayanan ( *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* ) terhadap kepuasan nasabah terjadi pengaruh yang sedang karena nilai berkisar antara 0,40 – 0,599. Hasil yang diperoleh diperkuat dengan nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,217. Jika diubah ke dalam bentuk persentase adalah sebesar 21,7%, maka kemampuan variabel kualitas pelayanan ( *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* )

dalam menggambarkan variabel kepuasan nasabah sebesar 21,7%, sedangkan 78,3% di jelaskan oleh variabel independen lain yang tidak berkaitan dalam penelitian ini.

#### 4. Analisis Linier Berganda

Dari persamaan Regresi Linier Berganda dapat dilihat data pada tabel, sebagai berikut:

**Tabel 4.45**  
**Tabel Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,933	1,935		2,550	,012
	Tangible (X1)	,213	,081	,224	2,633	,009
	Reliability (X2)	,026	,091	,026	,287	,775
	Responsiveness (X3)	,061	,108	,058	,563	,575
	Asurance (X4)	,248	,090	,272	2,759	,007
	Empathy (X5)	,135	,072	,157	1,868	,064

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)  
Sumber: Data Olahan SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas nilai dari *constant* sebesar 4,933 sedangkan nilai konstanta pada *tangible* adalah 0,213, *reliability* adalah 0,026, *responsiviness* adalah 0,061, *assurance* adalah 0,248, dan *empathy* adalah 0,135. Jika ditulis secara matematis, maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,933 + 0,213 X1 + 0,026 X2 + 0,061 X3 + 0,248 X4 + 0,135 X5$$

Dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar 4,933. Artinya jika nilai kualitas pelayanan adalah 0, maka besar nilai kepuasan nasabah akan sama dengan konstanta yaitu 4,933.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada penjelasan berikut ini:

- a. Setiap kenaikan 1 variabel X1 (*tangible*), maka akan menaikkan variabel Y (Kepuasan Nasabah) sebesar 0,213 dengan asumsi nilai variabel lain tetap.
- b. Setiap kenaikan 1 variabel X2 (*reliability*), maka akan menaikkan variabel Y (Kepuasan Nasabah) sebesar 0,026 dengan asumsi nilai variabel lain tetap.
- c. Setiap kenaikan 1 variabel X3 (*responsiveness*), maka akan menaikkan variabel Y (Kepuasan Nasabah) sebesar 0,061 dengan asumsi nilai variabel lain tetap.
- d. Setiap kenaikan 1 variabel X4 (*assurance*), maka akan menaikkan variabel Y (Kepuasan Nasabah) sebesar 0,248 dengan asumsi nilai variabel lain tetap.
- e. Setiap kenaikan 1 variabel X5 (*empathy*), maka akan menaikkan variabel Y (Kepuasan Nasabah) sebesar 0,135 dengan asumsi nilai variabel lain tetap.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan (*tangible*) terhadap kepuasan nasabah adalah 0,213, kualitas pelayanan (*reliability*) terhadap kepuasan nasabah adalah 0,026, kualitas pelayanan (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah adalah 0,061, kualitas pelayanan (*assurance*) terhadap kepuasan nasabah adalah 0,248, dan kualitas pelayanan (*empathy*) terhadap kepuasan nasabah adalah 0,135.

## 5. Uji t

Untuk melakukan pengujian pada satu variabel terikat atau dependen terhadap variabel bebas atau independen lainnya disebut juga dengan uji t atau uji parsial. Berikut ini adalah ketentuan atau pedoman dari pengambilan keputusan pada uji t atau parsial yaitu:

Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis nol tidak dapat diterima atau ditolak sedangkan hipotesis a dapat diterima

Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka Hipotesis nol tidak dapat diterima dan hipotesis a dapat diterima.

**Tabel 4.46**  
**Tabel Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,933	1,935		2,550	,012
Tangible (X1)	,213	,081	,224	2,633	,009
Reliability (X2)	,026	,091	,026	,287	,775
Responsiveness (X3)	,061	,108	,058	,563	,575
Asurance (X4)	,248	,090	,272	2,759	,007
Empathy (X5)	,135	,072	,157	1,868	,064

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)  
 Sumber: Data Olahan SPSS 22

Pada tabel diatas, variabel kualitas pelayanan (*tangible*) berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,633. Jika dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,97658 (0,025;142) maka nilai  $t_{hitung}$  2,633 >  $t_{tabel}$  1,97658. Sedangkan untuk nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (*tangible*) adalah 0,009 lebih kecil dari 0,05 (0,009 < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, artinya kualitas pelayanan (*tangible*) (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Variabel kualitas pelayanan (*reliability*) berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,287. Jika dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,97658 (0,025;142) maka nilai  $t_{hitung}$  0,287 <  $t_{tabel}$  1,97658. Sedangkan untuk nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (*reliability*) adalah 0,775 lebih besar dari 0,05 (0,775 > 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{02}$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak, artinya kualitas pelayanan (*reliability*) (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Variabel kualitas pelayanan (*responsiveness*) berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,563. Jika dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,97658 (0,025;142) maka nilai  $t_{hitung}$  0,563 <  $t_{tabel}$  1,97658. Sedangkan untuk nilai signifikan variabel kualitas pelayanan

(*responsiveness*) adalah 0,575 lebih besar dari 0,05 ( $0,575 > 0,05$ ) maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{03}$  diterima dan  $H_{a3}$  ditolak, artinya kualitas pelayanan (*responsiveness*) (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Variabel kualitas pelayanan (*assurance*) berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,759. Jika dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,97658 (0,025;142) maka nilai  $t_{hitung}$   $2,759 > t_{tabel}$  1,97658. Sedangkan untuk nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (*assurance*) adalah 0,007 lebih kecil dari 0,05 ( $0,007 < 0,05$ ). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima, maka kualitas pelayanan (*assurance*) (X4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Variabel kualitas pelayanan (*empathy*) berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,868. Jika dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  yaitu sebesar 1,97658 (0,025;142) maka nilai  $t_{hitung}$   $1,868 < t_{tabel}$  1,97658. Sedangkan untuk nilai signifikan variabel kualitas pelayanan (*empathy*) adalah 0,064 lebih besar dari 0,05 ( $0,064 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{05}$  diterima dan  $H_{a5}$  ditolak, maka kualitas pelayanan (*empathy*) (X5) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

## 6. Uji f

Uji f atau uji anova merupakan prosedur yang digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan pada variabel X terhadap variabel Y. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Uji f pada pengaruh simultan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

**Tabel 4.47**  
**Tabel Uji f**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	179,328	5	35,866	7,657	,000 <sup>b</sup>
	Residual	646,422	138	4,684		
	Total	825,750	143			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Y)



b. Predictors: (Constant), Empathy (X5), Reliability (X2), Assurance (X4), Tangible (X1), Responsiveness (X3)  
 Sumber: output spss 22 (data diolah)

Berdasarkan output SPSS.22 besar nilai dari  $f_{hitung}$  7,657 dan nilai dari  $f_{tabel}$  3,91, artinya  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dengan nilai signifikan dibawah 0.05 yaitu 0.000. Berdasarkan pengambilan keputusan uji secara simultan, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang mana variabel kualitas pelayanan pada *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* jika diuji secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

#### **D. Hasil dan Pembahasan**

##### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Tangible*) terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat**

Peneliti telah melakukan uji parsial atau dikenal dengan uji t dimana hasilnya memperlihatkan bahwa kualitas layanan khususnya *tangible* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dikatakan demikian karena nilai t hitung yang lebih besar jika dibandingkan dengan t table yaitu 2,633 serta nilai signifikansinya adalah 0,009 yang juga lebih rendah dari 0,05. Maka hasil temuan ini sejalan dengan hasil uji determinasi yakni senilai 5,3%. Maka dari itu, dapat dikatakan bahwa nasabah sangat peduli mengenai kualitas layanan yang diberikan khususnya *tangible*. Penelitian sebelumnya juga mengemukakan hal yang sama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nafsi, Rahmad, dan Sabri tahun 2020 dimana *tangible* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah suatu bank. Maka dari itu kualitas pelayanan (*tangible*) (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

## **2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Reliability*) terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat**

Dari hasil uji parsial atau uji t antara kualitas pelayanan (*reliability*) dengan kepuasan nasabah menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,287 dengan nilai signifikasinya 0,775. Dilihat dari nilai signifikansinya yang lebih besar dari 0,05, maka kualitas pelayanan (*reliability*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini diperkuat dalam uji determinasi yaitu 4,6%. Jadi dapat disimpulkan bahwa nasabah tidak mementingkan aspek pada kualitas pelayanan (*reliability*). Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulian tahun 2014 yang menyatakan bahwa *reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, kualitas pelayanan (*reliability*) (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

## **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Responsiveness*) terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat**

Dari hasil uji parsial atau uji t antara kualitas pelayanan (*responsiveness*) dengan kepuasan nasabah menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,563 dengan nilai signifikasinya 0,575. Dilihat dari nilai signifikansinya yang lebih besar dari 0,05, maka kualitas pelayanan (*responsiveness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini diperkuat dalam uji determinasi yaitu 9,6%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa nasabah tidak mementingkan aspek pada kualitas pelayanan (*responsiveness*). Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Sally, Edy, dan Kadarisman tahun 2018 yang menyatakan bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, kualitas pelayanan (*responsiveness*) (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

#### **4. Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Assurance*) terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat**

Dari hasil uji parsial atau uji t antara kualitas pelayanan (*assurance*) dengan kepuasan nasabah menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,759 dengan nilai signifikasinya 0,007. Dilihat dari nilai signifikansinya yang lebih kecil dari 0,05, maka kualitas pelayanan (*assurance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini diperkuat dalam uji determinasi yaitu 14,2%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa nasabah mementingkan dimensi pada kualitas pelayanan (*assurance*). Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Nafsi, Rahmad, dan Sabri tahun 2020 yang menyatakan bahwa *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, kualitas pelayanan (*assurance*) (X4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

#### **5. Pengaruh Kualitas Pelayanan (*Empathy*) terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat**

Uji parsial atau uji t yang telah dilakukan antara variabel kualitas pelayanan (*empathy*) dengan kepuasan nasabah, hasil uji memperlihatkan nilai  $t$  hitung senilai 1,868 dan skor signifikannya adalah 0,064. Karena terlihat bahwa nilai signifikansinya lebih besar dari pada 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan khususnya *empathy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel kualitas layanan. Hasil uji ini juga dipertegas dengan uji determinasi yakni senilai 6,3%. Maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa nasabah tidak begitu menganggap penting aspek kualitas pelayanan khususnya dengan dimensi *empathy*. Temuan ini sama dengan temuan dari sebuah penelitian oleh Erni Khairani tahun 2019 yang menjelaskan bahwa *empathy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan nasabah. Maka variabel kualitas layanan khususnya

*empathy* tidak memiliki hubungan atau pengaruh yang signifikan pada kepuasan nasabah.

#### **6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat**

Uji *f* yang sebelumnya telah dilakukan didapatkan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah memperlihatkan hasil *f* hitung sebesar 7,657 dengan nilai signifikansi 0,000 atau lebih kecil dari 0.05. Maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan pada variabel kepuasan nasabah. Sedangkan jika dilihat nilai *r square* nya, maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan pada kepuasan nasabah yang mana nilai *r square* yaitu *tangible* dan *assurance*, adalah senilai 5,3% dan 14,2%. Sedangkan untuk *reliability*, *responsiveness*, dan *empathy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Maka dapat dipahami bahwa variabel *assurance* pengaruhnya lebih besar terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Nafsi, Rahmad, dan Sabri tahun 2020 yang menyatakan bahwa *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, kualitas pelayanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *empathy*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat”, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangible*) berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,633 > t_{tabel}$   $1,97658$  dan nilai signifikansi (sig)  $0,009 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, maka kualitas pelayanan (*tangible*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2. Kualitas pelayanan yaitu keandalan (*reliability*) berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,287 < t_{tabel}$   $1,97658$  dan nilai signifikansi (sig)  $0,775 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{02}$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak, maka kualitas pelayanan (*reliability*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3. Kualitas pelayanan (*responsiviness*) berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,563 < t_{tabel}$   $1,97658$  dan nilai signifikansi (sig)  $0,575 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{03}$  diterima dan  $H_{a3}$  ditolak, maka kualitas pelayanan (*responsiviness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
4. Kualitas pelayanan (*assurance*) berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,759 > t_{tabel}$   $1,97658$  dan nilai signifikansi (sig)  $0,007 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, maka kualitas pelayanan (*assurance*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5. Kualitas pelayanan (*empathy*) berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,868 < t_{tabel}$   $1,97658$  dan nilai signifikansi (sig)  $0,064 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{04}$  diterima dan  $H_{a3}$  ditolak, maka kualitas

pelayanan (*empathy*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

6. Pengaruh kualitas pelayanan *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* dari uji f diperoleh signifikansi  $0.000 < 0,05$ . Berdasarkan uji secara simultan, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{06}$  diterima dan  $H_{a6}$  ditolak yang mana variabel kualitas pelayanan pada *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* diuji secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## B. Implikasi Praktisi Penelitian

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat terlihat bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh karyawan pada unsur *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* secara bersama sama atau simultan memberikan pengaruh yang signifikan pada kepuasan nasabah. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian dari Putri Saltia, yang mengatakan bahwa variabel kualitas pelayanan pada *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* secara simultan berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Nagari Cabang Syariah Payakumbuh dengan uji determinasi yang diperoleh 0,768 kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel di atas dan selebihnya di pengaruhi oleh faktor lain. Hal ini juga sejalan dengan teori Sunarti yang mengungkapkan bahwa ada lima dimensi yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu: bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), kepedulian/perhatian (*empathy*) (Sunarti, 2017: 3).

## C. Saran

Berikut ini adalah beberapa saran yang peneliti berikan kepada beberapa pihak berdasarkan hasil penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Saran penulis pada pihak PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Canduang Cabang Pasaman Barat agar dapat terus berusaha

untuk meningkatkan pelayanan yang diberikan oleh staf bank kepada nasabah. Hal ini bertujuan supaya nasabah merasa puas dan kemudian dapat bersikap loyal pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Ampek Angkek Candung Cabang Pasaman Barat.

2. Disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk agar dapat menggunakan variabel lainnya sebagai tambahan pada penelitiannya serta melakukan perluasan pada objek pembahasan dan penelitian dilakukan pada waktu serta lokasi yang berbeda dengan penelitian ini.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2011). *Bank Syariah Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Arif, N. R. (2012). *Lembaga Keuangan Syar'iah Suatu Kajian Teoritis Praktis*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Asnawi, N., & Masyhuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press.
- Asmar, Karina Halimah. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Lokasi dan Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Sudirman Lubuk Pakam. *Skripsi Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan*.
- Ambarwati, Y. B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Central Asia (BCA) Tbk Cabang Undaan Surabaya. *Jurnal Akuntansi Akrual 6 (1)*.
- Barata, A. A. (2006). *Dasar-dasar Pelayana Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Batinggi, A. (2013). *Manajemen Pelayanan Publik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Hadi, Irwan. (2017). *Manajemen Keselamatan Pasien*. Yogyakarta: Deepublish.
- Hasan, Z. (2009). *Undang-undang Perbankan Syariah Titik Temu Hukum Islam dan Hukum Nasional*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2014). *Mengelola Kualitas Layanan Bank*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Imron, I. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV Meubele Berkah Tangerang. *IJSE-Indonesian Journal On Software Engineering Vol. 5 No 1, 22*.
- Irwan, H. (2002). *Prinsip Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Elek Media Komposindo.
- Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan Edisi Revisi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.



- Khaliq, Restu. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan. *Journal Of Management and Bussines*. Vol. 2 No. 1. 177
- Muflih, M. (2006). *Prilaku Nasabah Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. (2002). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP YKPN.
- Murti, S. G., Yulianto, E., & Hidayat, K. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Survei pada Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan.
- Nachrowi, D. N., & Usman Hardius. (2006). *Pendekatan populer dan Praktis Ekonometrika Untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nafsi, Rahmad, & Sabri. (2020). Pengaruh Kualitas Pealayan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal of Economic Studies Vol. 4, No 1*.
- Nurmalasari. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayan dan Citra Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Akademi Kebidanan Aisyiyah Pontianak. *Jurnal Khatulistiwa Informatika, Vol. 2 No.2 Desember*, 188-189.
- Ogastiana. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Cabang Mataram (Service Quality On Customer Satisfaction On The Muamalat Bank, Mataram Branch). *Skripsi Konsentrasi Perbankan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Muhammadiyah Mataram*.
- Pontoh, M. B. (2014). Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Manado. *Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September*, 287.
- Pratama, Kelvin Aditya. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesi Cabang Ponorogo. *Skripsi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.

- Priyatno, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Studi Manajemen Vol 8 No 1*, 51.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolahan Data Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rahayu, E. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Kudus: Nora Media Enterprise.
- Ratna, Tri Sari & Salma, Fitri Solahika. (2015). Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalias di Surabaya. *JESTT, Vol. 2 No.4*, 327.
- Reventiary, M. P. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Costumade (Studi di Merek Dagang Costumade Indonesia). *Jurnal Manajemen Vol. 6 No 1 Juni*, 4.
- Rianto, M. N. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta.
- Rifa'i, A. (2017). Peran Bank Pembiayaan rakyat Syariah dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Melalui Pembiayaan UMKM. *HUMAN FALAH: Volume 4.No 2 juli-Desember 2017*, 201-202.
- Sangadji, Etta Mamang. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Seminari, N. P. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 5*, 1425.
- Sinambela, Lian Poltak. (2006). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Siregar, Siti Holijah. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Tonang Elok Medan. *Skripsi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Soemitra, Andri. (2009). *Bank Lembaga Keuangan Syraiah Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Sondakh, C. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah

- Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.3, No1*, 24.
- Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sudarsono, H. (2003). *Bank dan Lembaga Keuangan Syaria'ah Deskripsi dan Ilustrasi Cetakan Pertama*. Yogyakarta: EKONESIA.
- Sugiyono. (2011). *Statistik Untuk Penelitian Cet Ke-18*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarti, D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Bol. 51 No. 2 Oktober, 3*.
- Sumarwan, U. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Sumendar, I. &. (2011). *Strategi Pembelajaran Bahasa*. Bandung: Rosda.
- Suprianto, A. S., & Masyhury, M. (2010). *Metodologi Riset Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UIN- Maliki Press
- Syahdeini, Sutan Reni. (2002). *Perbankan Syariah dan Kedudukannya dalam Hukum Tata Perbankan*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Tanjung, Hendri & Hafidudin, Didin. (2003). *Manajemen Syaria'ah Dalam Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Tjipto, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Jatim: Bayumedia Publishing.
- Tjipto, F. (2007). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Tjipto, F. (2012). *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2003). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia

- Umam, K. (2009). *Trend Pembentukan Bank Umum Syariah Pasca Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 (Konsep, Regulasidan Implementasi)*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Umam, K. (2016). *Perbankan Syariah Dasar-dasar dan Dinamika Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Utari, M. D., & Budiasih, I. G. (2014). Pengaruh Konservatisme Laba dan Voluntary Disclosure terhadap Earnings Response Coefficient. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 7.1.
- Wahab, Wirdayani. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam. Volume 2, Nomor 1*.
- Wahyuningtias, D. (2014). Uji Kesukaan Hasil Jadi Kue Brownies Menggunakan Tepung Terigu Dan Tepung Gandum Utuh. *Binus Business Review Vol. 5 No 1*, 59.
- Widyaningrum, L., & Septiarini, D. F. (2015). Pengaruh CAR, NPF, FDR, dan OER terhadap ROA pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia Periode Januari 2009 hingga Mei 2014. *JESTT Vol 2, No 12*.
- Wijayanto, Kusuma. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya. Vol. 17, No. 41-43*.