

AG NO : 230
TGL TERIMA: 17-3-2016
PARAF : m



**PENGARUH LAYANAN JASA ATM (AUTOMATIC TELLER MACHINE)
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA BANK SYARIAH BUKOPIN CABANG BUKITTINGGI**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam
Sebagai Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh

FIKHIL HALDI
NIM: 11 202 029

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
BATUSANGKAR
1437 H / 2016 M**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Fikhil Haldi
Nim : 11 202 029
Tempat/Tanggal Lahir : Batusangkar, 12 Desember 1992
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Layanan Jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi”** adalah benar karya saya sendiri bukan plagiat kecuali yang dicantumkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya ilmiah ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Batusangkar, 19 Februari 2016

Saya yang Menyatakan


FIKHIL HALDI
NIM. 11 202 029

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi ini atas nama, **FIKHIL HALDI**, NIM 11 202 029 dengan judul: **"Pengaruh Layanan Jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi"**, memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan disetujui untuk dimunaqasyakan.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

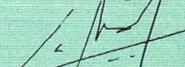
Batusangkar, 21 Februari 2016

Pembimbing I,



Yusri'al Efendi, S.Ag, M.Ag
Tgl. 21 Februari 2016

Pembimbing II,



Elfadhli, S.EI., M.Si
Tgl. 17 Februari 2016

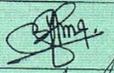
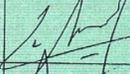
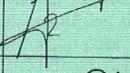
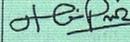
Mengetahui
Kepala Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN)
Batusangkar



Guspendri, SE., M.Si
Tgl. 21 Februari 2016

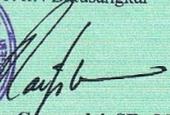
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi yang ditulis oleh **FIKHIL HALDI, NIM. 11 202 029** dengan judul: **"Pengaruh Layanan Jasa ATM (Automatic Teller Machine) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi"**, telah diujikan dalam sidang *Munaqasyah* Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar pada hari Kamis tanggal 3 Maret 2016 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy) Strata Satu (S.1) dalam Ilmu Perbankan Syariah.

No	NamaPenguji	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1	Yusrizal Efendi, M.Ag	Ketua		18/3-2016
2	Elfadhli, S.EI., M.Si	Sekretaris		17/3-2016
3	Dr. Asyari Hasan, SHI., M.Ag	Anggota		18/3/16
4	Dr. Himyar Pasrizal, SE., MM	Anggota		13/3-2016

Mengetahui
Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
STAIN Batusangkar




Nizar Guspendri, SE., M.Si

Tgl. 18 Maret 2016

ABSTRAK

FIKHIL HALDI, NIM. 11 202 029, dengan judul skripsi: **“Pengaruh Layanan Jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi”**. Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar, 71 halaman.

Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah pengaruh layanan jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi dalam kemudahan bertransaksi. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik membahas bagaimana sesungguhnya pengaruh layanan jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa besar pengaruh layanan jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

Penelitian yang penulis lakukan merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kuantitatif, dengan populasi adalah nasabah penabung/pengguna kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden, data diambil dengan angket. Kemudian penulis mengolah data dengan rumus statistik sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji T. tes, dan uji F.

Berdasarkan data yang diolah ditemukan hasil bahwa, variabel layanan jasa ATM yaitu *tangible* dan *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan, karena nasabah pengguna kartu ATM merasa “puas” dan “cukup puas” terhadap layanan jasa ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, dengan nilai $t_{hitung\ tangible} 4,399 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai $t_{hitung\ responsiveness} 3,466 > t_{tabel} 1,984$. Adapun variabel *reliability* dan *assurance* tidak berpengaruh signifikan karena nasabah pengguna kartu ATM merasa “kurang puas” terhadap layanan jasa ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, dengan nilai $t_{hitung\ reliability} 1,694 < t_{tabel} 1,984$ dan nilai $t_{hitung\ assurance} 0,074 < 1,984$. Sementara itu, layanan jasa ATM secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $(24,536 > 2,70)$.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين
والصلاة والسلام على أشرف
فالأنبياء والمرسلين
وعلى آله وأصحابه
أجمعين. أشهد أن لا إله إلا
الله وحده لا شريك له
وأشهد أن محمدا عبده
ورسوله. أما بعد

Segala puji dan syukur hanyalah milik Allah SWT, hanya berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Layanan Jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi”.

Selanjutnya shalawat dan salam penulis mohon kepada Allah SWT agar selalu dilimpahkan kepada junjungan umat yakni Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan ajaran agama islam kepada umat manusia. Skripsi ini ditulis untuk menyelesaikan kuliah penulis guna meraih gelar Sarjana Ekonomi Syariah pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih yang tulus buat yang tersayang Papa (Ramilus), Mama (Eliwanti), Adik (Jefri Aldi dan Dea Nurhaliza), dan keluarga besar yang selalu memberi semangat, motivasi, dan dorongan moril maupun materil kepada penulis dalam penyelesaian perkuliahan di Sekolah Tinggi Agama

Islam Negeri (STAIN) Batusangkar. Dan penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar.
2. Bapak Ketua beserta Sekretaris Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar.
3. Bapak Ketua beserta Staf Program Studi Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar.
4. Bapak Yusrizal Efendi, S.Ag, M.Ag selaku pembimbing I dan Bapak Elfadhli, S.El., M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu kepada penulis untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibuk dosen dan karyawan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar.
6. Bapak Imdibkri selaku Pimpinan Cabang Utama Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, dan para karyawan Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.
7. Teman-teman tersayang Harry, Syukri, Alfi, Andi, Rijal, Nandi, Welki, Budri, Sastra, Randi, Bang Mus, Diana, Dona, Dila, Diya, Aulia, Geta, Deri, Cintia, Tiara, Mery, Willi, Lisa, Ovie, dan teman-teman PERSYA' 11 yang selalu memberi semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang dengan sukarela telah memberikan bantuannya dalam penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT berkenan menerima jasa-jasa mereka sebagai amal kebaikan bagi yang bersangkutan. Amin ya rabbal'alamin. Terakhir penulis mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat kekhilafan dan kekeliruan, baik teknis maupun isinya. Kritik yang membangun dan baik sangat penulis harapkan demi sempurnanya skripsi ini.

Batusangkar, 19 Februari 2016

Penulis

FIKHIL HALDI
NIM. 11 202 029

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	
PENGESAHAN TIM PENGUJI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORITIK	
A. Jasa Perbankan Syariah	9
1. Jasa Produk	10
2. Jasa Operasional	15
3. Jasa Investasi	18
B. <i>Banking Card</i>	20
1. Jenis-jenis <i>Banking Card</i>	21
2. Manfaat ATM (<i>Automatic Teller Machine</i>)	25
3. Kegunaan ATM (<i>Automatic Teller Machine</i>)	26
C. Kepuasan Nasabah dan Kualitas Pelayanan	28
1. Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Jasa Perbankan	28

2. Model Pengukuran Kepuasan Nasabah	31
3. Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah	33
4. Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah	33
D. Penelitian Yang Relevan	38
E. Hipotesis	41
F. Defenisi Operasional	42
G. Kerangka Berfikir	44

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	45
B. Waktu dan Tempat Penelitian	45
C. Metode Penelitian	45
1. Populasi dan Sampel	45
2. Sumber Data	46
3. Teknik Pengumpulan Data	47
D. Uji Validitas dan Realibilitas	48
E. Analisis Data	49

BAB HASIL PENELITIAN

IV A. Sejarah Pendirian PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi	52
1. Visi dan Misi Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi	54
2. Produk-produk PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi	55
B. Uji Validitas Instrumen dan Realibilitas	60
C. Uji Hipotesis	63
1. Analisis Regresi Linear Berganda	63
2. <i>T-Test</i> Analisis	66
3. <i>F-Test</i> Analisis	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
1.1	Tabel Data Jumlah Pengguna Kartu ATM Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittingi Periode 2009-2013.....	5
2.1	Tabel Jasa Produk dan Akad.....	11
2.2	Tabel Jasa Operasional dan Akad.....	16
2.3	Tabel Jasa Investasi dan Akad.....	18
3.1	Tabel Skala Likert.....	47
4.1	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Layanan Jasa ATM....	61
4.2	Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah....	62
4.3	Tabel Hasil Uji Realibilitas Variabel Layanan Jasa ATM.	62
4.4	Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Melihat Pengaruh Layanan Jasa ATM Terhadap KepuasanNasabah.....	63
4.5	Tabel Hasil Pengujian Hipotesis T.Test.....	66
4.6	Tabel Hasil Pengujian Hipotesis F.Test.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Hal
2.1	Gambar Kerangka Berpikir.....	44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada prinsip syariah, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga.¹ Fungsi utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat, dan memberikan pelayanan dalam bentuk jasa (*service*) perbankan.² Menurut Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.³

Pada dasarnya aktifitas bank syariah tidak jauh berbeda dengan aktifitas bank-bank lainnya yang telah ada. Perbedaannya terletak pada orientasi konsep dan juga pada konsep dasar operasionalnya yang berlandaskan pada ketentuan-ketentuan Islam dalam menjalankan fungsi sebagai lembaga perantara keuangan. Jika bank konvensional melakukan kredit, maka bank syariah melakukan pembiayaan.⁴ Bank di suatu negara sebagai lembaga keuangan mempunyai peran penting dalam perekonomian suatu negara. Bank merupakan suatu lembaga intermediasi yang berarti memiliki fungsi menjembatani antara pihak yang mengalami kelebihan dana untuk disalurkan kepada pihak yang mengalami kekurangan dana.

¹Ismail, *Manajemen Perbankan dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal. 20

²Ismail, *Manajemen Perbankan dari Teori Menuju Aplikasi*, hal. 4

³Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bab 1, Pasal 1

⁴Hendi Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), hal.

Dana yang disalurkan itu adalah dana-dana yang berasal dari pihak ketiga, dan dana yang sudah tersalurkan itu dinamakan kredit bagi Bank Konvensional dan pembiayaan bagi Bank Syariah. Bank Syariah sebagai lembaga intermediasi keuangan (*Financial Intermediary Institution*) akan menghimpun dana, menyalurkan dana dan memberikan layanan jasa (*service*) kepada masyarakat berdasarkan prinsip syariah.⁵ Pada dasarnya promosi terhadap produk-produk layanan jasa (*service*) pada perbankan syariah merupakan kegiatan memberitahukan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, kemanfaatan, keunggulan, atribut-atribut yang dimiliki, harga, lokasi dan cara memperolehnya.⁶

Bank dalam memberikan layanan jasa keuangan kepada nasabahnya harus lebih intensif agar setiap waktu yang digunakan dalam bertransaksi dapat lebih efektif dan efisien bagi kelancaran kegiatan operasional bank. Dengan begitu, nantinya pendapatan profit atau keuntungan bagi sebuah bank dapat bertambah dengan adanya kemudahan bertransaksi di dunia perbankan.

Salah satu bentuk layanan jasa yang diberikan bank kepada nasabahnya untuk memperkenalkan produk andalan bank tersebut ialah kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) yaitu *card* yang dimiliki seorang nasabah yang diberikan oleh bank untuk menarik atau mentransfer uang ke rekening tertentu. Kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) memberikan manfaat yang sangat penting bagi kelancaran bertransaksi di bank. Dengan adanya kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) ini, kemudahan dalam bertransaksi tentu akan memanjakan penggunanya. Nasabah yang menggunakan kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) untuk kemudahan bertransaksi secara *e-banking* salah satunya ialah

⁵ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007), hal. 99

⁶ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hal. 133

karena layanan jasa yang tersedia pada ATM (*Automatic Teller Machine*) tersebut. Sebagai contoh, dengan menggunakan kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) yang saldonya diambil dari tabungan yang disimpan nasabah di bank dapat ia gunakan untuk membayar keperluan sehari-hari. Misalnya, membayar tagihan listrik, tagihan telepon, isi pulsa serta pembayaran online lainnya, dan bagi nasabah yang bekerja dibidang bisnis usaha makro dan mikro dapat terbantu dalam kegiatan transaksi bisnisnya.⁷

Untuk tercapainya tingkat kepuasan nasabah yang tinggi dan signifikan, setiap produk yang ditawarkan oleh bank harus ditunjang oleh setiap fasilitas dan infrastruktur yang memadai untuk menjalankan kegiatan operasional bank. Salah satunya dengan menyediakan fasilitas mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) bagi nasabah yang menggunakan kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) untuk kegiatan bertransaksi secara elektronik. Meskipun demikian, Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi hanya memiliki 1 mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) dan itu hanya terdapat di kantor Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi itu sendiri.

Survei awal yang penulis lakukan ditemukan mengapa pimpinan Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi hanya menyediakan 1 fasilitas mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) dikarenakan besarnya jumlah biaya yang harus dikeluarkan serta besarnya harga perawatan bagi setiap mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) dan izin tempat untuk meletakkan setiap mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) memakan waktu yang cukup lama untuk menyediakan fasilitas mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) tersebut. Meskipun demikian, bank telah mengantisipasi hal yang demikian dengan bekerja sama dengan perbankan lainnya, baik itu dengan bank konvensional maupun dengan bank syariah. Setiap nasabah Bank Syariah Bukopin yang memiliki kartu

⁷Arief (*Funding Officer*), *Wawancara*, Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, 13 Juli 2015, Jam 09.00 WIB

ATM (*Automatic Teller Machine*) bisa menarik uang atau kegiatan elektronik lainnya di mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) yang memiliki logo ATM Bersama, Prima, dan di ATM BCA.⁸

Nasabah Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi yang memakai fasilitas kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) yang berada jauh dari pusat kantor Bank Syariah Bukopin akan terbantu dengan adanya kemudahan yang diberikan. Oleh sebab itu, penulis ingin mengukur atau mengetahui sudah sejauh mana layanan jasa pada kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) dapat memuaskan keperluan nasabah terhadap layanan jasa yang diberikan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi untuk kemudahan bertransaksi.

Untuk terciptanya suatu kepuasan bagi seorang nasabah, bank harus memperhatikan berbagai aspek yang dapat dijadikan pedoman dalam pelayanan jasa yang diberikan. Dalam hal ini, terdapat beberapa dimensi kualitas pelayanan yang dijadikan acuan untuk penilaian tercapainya kepuasan nasabah dengan melihat bukti langsung (*tangible*) seperti fasilitas pendukung, kehandalan (*reliability*) kemampuan memberikan pelayanan yang tepat waktu dan dapat segera memuaskan nasabah, daya tanggap (*responsiveness*) respon atau kesigapan untuk membantu konsumen, jaminan (*assurance*) rasa aman yang diberikan atas kesalahan yang diberikan bank.⁹

Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, jumlah penabung atau pengguna kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) dihitung semenjak tahun 2009 mengalami peningkatan setiap tahunnya sampai akhir tahun 2013, dimana peningkatan tersebut untuk beberapa tahun ke depan berpotensi untuk menambah pendanaan untuk kegiatan operasional Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi tersebut. Dari hasil data yang

⁸ Arief (*Funding Officer*), *Wawancara*, Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, 13 Juli 2015, Jam 09.00 WIB

⁹Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, (Jakarta : Salemba Empat, 2006), hal. 6-8

penulis dapatkan, terlihat bahwasanya peningkatan jumlah penabung atau pengguna kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) terus meningkat dari tahun 2009 hingga tahun 2013, dari data tersebut dapat dilihat bahwasanya apabila peningkatan yang terjadi untuk beberapa tahun ke depan terus meningkat, maka akan berpotensi untuk menambah sumber dana bagi bank tersebut. Untuk keterangan lebih jelasnya digambarkan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Data Jumlah Pengguna Kartu ATM (*Automatic Teller Machine*)
Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi
Periode 2009-2013¹⁰

No	Tahun	Jumlah Pengguna ATM	Tingkat Kenaikan Pertahun (%)
1	2009	22.356 Nasabah	9,6%
2	2010	25.379 Nasabah	13,52%
3	2011	27.995 Nasabah	10,31%
4	2012	31.881 Nasabah	13,88%
5	2013	39.600 Nasabah	24,21%

Sumber: Data Pengguna Kartu ATM Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi

Berdasarkan dari tabel di atas dapat terlihat bahwasanya peningkatan pengguna kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) terus bertambah setiap tahunnya, meskipun peningkatannya tidak terlalu tinggi, namun peningkatan yang secara terus menerus tiap tahunnya akan berpotensi menambah pendanaan yang ada pada bank dan menunjang kegiatan operasional Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, dikarenakan pada saat ini kesadaran nasabah mulai tinggi mengenai pentingnya menabung untuk keperluan masa depan serta adanya kemudahan yang diberikan oleh bank untuk kemudahan bertransaksi dimana pun nasabah berada untuk bertransaksi secara online dengan menggunakan fasilitas kartu ATM (*Automatic Teller Machine*).

¹⁰Arief (*Funding Officer*), *Wawancara*, Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, 13 Juli 2015, Jam 09.00 WIB

Hal inilah yang melatar belakangi penulis untuk meneliti dan mengangkat permasalahan tersebut dan menuangkannya dalam sebuah karya ilmiah dengan judul ***“Pengaruh Layanan Jasa ATM (Automatic Teller Machine) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi”***.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, dapat penulis identifikasi masalahnya sebagai berikut :

1. Kenapa terjadi peningkatan pengguna kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) dalam kemudahan bertransaksi pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.
2. Pengaruh layanan jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah dalam kemudahan bertransaksi pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi pada dimensi bukti fisik (*tangible*).
3. Pengaruh layanan jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah dalam kemudahan bertransaksi pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi pada dimensi kehandalan (*reliability*).
4. Pengaruh layanan jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah dalam kemudahan bertransaksi pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi pada dimensi ketanggapan (*responsiveness*).
5. Pengaruh layanan jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah dalam kemudahan bertransaksi pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi pada dimensi keamanan bertransaksi (*assurance*).

C. Batasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya pembahasan pada penelitian ini, penulis membatasi penelitian ini berdasarkan Latar belakang dan identifikasi masalah di atas yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimanakah terjadi peningkatan pengguna kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) dalam kemudahan bertransaksi pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.
2. Bagaimanakah pengaruh layanan jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah dalam kemudahan bertransaksi pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi pada dimensi bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), dan keamanan bertransaksi (*assurance*).

D. Rumusan Masalah

Dari batasan masalah yang penulis paparkan, maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian ini, yaitu: “Bagaimana Pengaruh Layanan Jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Kemudahan Bertransaksi pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi ?”.

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui berpengaruh signifikan atau tidak layanan jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah dalam kemudahan bertransaksi pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi pada dimensi bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), dan keamanan bertransaksi (*assurance*).
2. Manfaat Penelitian
 - a. Sebagai wujud pembinaan dan pengembangan disiplin ilmu ekonomi Islam.

- b. Dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah wawasan keilmuan penulis.
- c. Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Batusangkar.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Jasa Perbankan Syariah

Jasa Perbankan atau Jasa Bank adalah semua aktivitas bank, baik yang secara langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan tugas dan fungsi bank sebagai lembaga intermediasi, yaitu lembaga yang memperlancar terjadinya transaksi perdagangan, sebagai lembaga yang memperlancar peredaran uang serta sebagai lembaga yang memberikan jaminan kepada nasabahnya.¹¹

Salah satu fungsi utama bank ialah memberikan pelayanan jasa kepada pihak yang memerlukannya baik nasabah atau bukan nasabah. Pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syariah dengan berbagai produk jasa bank dan dibagi sesuai jenis akadnya.¹² Adapun produk perbankan syariah di bidang jasa didasarkan pada akad-akad yang sudah dikenal dalam Islam, antara lain *hiwalah*, *wakalah*, *kafalah*, *sharf*, dan sebagainya.¹³

Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk dan jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank, maka bank akan memperoleh pendapatan. Pendapatan yang diperoleh bank yang berasal dari pendapatan atas produk jasa disebut dengan *fee based income*.

Tujuan pemberian jasa-jasa bank ini adalah untuk mendukung dan memperlancar kedua kegiatan utamanya, yaitu kegiatan usaha menghimpun dan menyalurkan dana dari dan kepada masyarakat. Semakin lengkap jasa bank yang diberikan, maka semakin baik, hal ini disebabkan

¹¹ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), hal: 193

¹² Ismail, *Perbankan Syariah*, hal. 193

¹³ Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2007), hal. 146

jika nasabah hendak melakukan suatu transaksi perbankan, cukup berhenti disatu bank saja. Demikian pula sebaliknya jika jasa bank yang diberikan kurang lengkap, maka nasabah terpaksa untuk mencari bank lain yang menyediakan jasa yang mereka butuhkan.

Semakin ketatnya persaingan antar bank, membuat bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Pelayanan jasa yang umum diberikan oleh bank syariah menggunakan berbagai jenis akad sesuai dengan karakteristik masing-masing jasa bank syariah.¹⁴

Adapun produk perbankan syariah di bidang jasa diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Jasa Produk

Jasa produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah cukup banyak dan bervariasi untuk memenuhi kebutuhan usaha maupun pribadi, baik untuk urusan dalam negeri maupun luar negeri. Jasa produk yang ditawarkan perbankan syariah di Indonesia pada dasarnya tidak berbeda dengan jasa produk yang ditawarkan perbankan konvensional, tetapi dengan menggunakan akad-akad syariah.

Akad yang digunakan oleh jasa produk ini sebagian besar menggunakan akad *ujr*, *wakalah*, dan *kafalah*. Jasa produk dan akad yang digunakan perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat pada tabel di bawah ini :¹⁵

¹⁴ Ismail, *Perbankan Syariah*, hal. 194

¹⁵ Ascarya, *Akad & Produk Perbankan Syariah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 245

Tabel 2.1
Jasa Produk dan Akad

Produk/Jasa	Akad
Kartu ATM	<i>Ujr</i>
Kartu Talangan (Syariah Charge Card)	<i>Kafalah wal Ijarah (pembelian barang), Al-Qardh wal Ijarah (penarikan tunai)</i>
Kartu Haji/Umrah	<i>Ujr, kafalah wal Ijarah (pembelian barang), Al-Qardh wal Ijarah (penarikan tunai)</i>
SMS Banking	<i>Ujr</i>
Pembayaran Tagihan	<i>Ujr</i>
Pembayaran Gaji Elektronik	<i>Ujr</i>
Jual Beli Valuta Asing	<i>Sharf</i>
Bank Garansi	<i>Kafalah</i>
L/C Dalam Negri	<i>Wakalah</i>
L/C	<i>Wakalah</i>

Sumber: Ascarya, *Akad & Produk Perbankan Syariah*

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa jasa produk yang digunakan perbankan syariah ialah:

a. Kartu ATM

Adalah *card* yang dimiliki seorang nasabah yang diberikan oleh bank untuk menarik atau mentransfer uang ke rekening tertentu, pada sebuah mesin elektronik yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan secara otomatis selama 24 jam dalam 7 hari termasuk hari libur.¹⁶

Pada umumnya nasabah yang menggunakan fasilitas ATM akan dikenakan biaya administrasi pengelolaan rekening dan biaya bulanan kartu ATM. Biasanya besar biaya pengelolaan dan biaya bulanan kartu ATM diterapkan oleh masing-masing bank.

b. Kartu Talangan (Syariah Charge Card)

Ialah memberikan hak kepada orang lain atas hartanya dengan ikatan kepercayaan, sehingga orang tersebut tidak bertanggung jawab

¹⁶Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), edisi keenam, hal. 327

kecuali bila dia melakukan keteledoran atau pelanggaran. Menurut fatwa DSN no. 42/DSN-MUI/V/2004, syariah charge card adalah fasilitas kartu talangan yang dipergunakan oleh pemegang kartu sebagai alat bayar atau pengambilan uang tunai pada tempat-tempat tertentu yang harus dibayar lunas kepada pihak yang memberikan talangan pada waktu yang telah ditetapkan.¹⁷

c. Kartu Haji/Umroh

Adalah produk bank syariah yang terafiliasi dengan rekening tabungan haji dan umroh. Ini merupakan bentuk layanan dan fasilitas dari pihak bank kepada nasabah di era modern sehingga nasabah dapat beribadah dengan tenang di tanah suci. Kartu ini berfungsi sebagai penyedia fasilitas transaksi *cashless*, jadi penggunaanya bisa lebih tenang dan nyaman saat beribadah haji dan umroh karena terjaga dari resiko kehilangan atau pencurian uang tunai. Penarikannya dapat dilakukan pada jaringan MasterCard diseluruh dunia.¹⁸

d. SMS *Banking*

Adalah layanan perbankan 24 jam yang disediakan oleh pihak bank kepada nasabahnya, transaksi perbankan dapat dilakukan melalui handphone, semudah melakukan SMS ke rekan atau mitra bisnis nasabah. Layanan ini merupakan layanan perbankan dengan menggunakan fasilitas *mobile banking* SMS dan menggunakan *internet banking*. *Mobile banking* adalah layanan perbankan berbasis teknologi seluler yang bisa di akses melalui ponsel dengan fasilitas ini nasabah dapat bertransaksi melalui ponsel dengan mengirimkan SMS dan semua transaksi dilindungi dengan PIN pribadi yang diberikan kepada nasabah. *Internet banking* adalah

¹⁷<http://syariahbukopin.co.id>, diakses pada hari kamis 10/03/2016 jam 09.00/Pengertian charge card

¹⁸<http://syariahbukopin.co.id>, diakses pada hari kamis 10/03/2016 jam 09.00/Pengertian Kartu Haji/umroh

layanan perbankan melalui internet yang dapat diakses dimana saja tanpa batas waktu dan negara.¹⁹

Layanan SMS *banking* memiliki banyak fitur dan memberikan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan bagi nasabah. Transaksi melalui SMS *banking* aman karena untuk melakukan transaksi keuangan, rekening tujuan transfer harus didaftarkan terlebih dahulu di kantor bank tertentu. Mudah untuk mendapatkan fasilitas SMS *banking* karena nasabah cukup melakukan registrasi melalui ATM (khusus transaksi non keuangan) atau datang ke kantor bank tertentu untuk penggunaan transaksi keuangan.²⁰

e. Pembayaran Tagihan (*Bill Payment*)

Layanan payment merupakan jasa yang diberikan oleh bank dalam melaksanakan pembayaran untuk kepentingan nasabahnya. Bank akan mendapatkan *fee* atas pelayanan jasa yang diberikan. Beberapa pelayanan jasa (*payment*) yang diberikan oleh bank kepada nasabahnya antara lain:

- 1) Pembayaran telepon
- 2) Pembayaran rekening listrik
- 3) Pembayaran pajak
- 4) Pembayaran uang kuliah
- 5) Pembayaran gaji²¹

f. Jual Beli Valuta Asing (*Valas*)

Istilah lain dari perdagangan valuta asing adalah pasar valuta asing (*foreign exchange dealing*), yaitu pertukaran suatu mata uang dengan mata uang lainnya. Bukan sebatas *money changer*, lebih luas dari itu. Pasar valuta asing adalah suatu pasar dimana surat-surat berharga jangka pendek (umumnya kurang dari satu tahun) diperdagangkan.

¹⁹ Djoni S. Gozali, *Hukum Perbankan*, (Jakarta: Sinar Grapika, 2010), hal. 383

²⁰ <http://syariahbukopin.co.id>, diakses pada hari kamis 10/03/2016 jam 09.00/Pengertian SMS Banking

²¹ Djoni S. Gozali, *Hukum Perbankan*, hal. 389

Surat-surat berharga tersebut tidak selalu dalam valuta yang sama. Valuta yang diperdagangkan adalah valuta yang berbeda satu sama lainnya. Adapun jenis-jenis transaksi dalam perdagangan valuta asing adalah sebagai berikut:

- 1) Transaksi *spot* (transaksi tunai)
- 2) Transaksi *forward* (transaksi berjangka/tunggak)
- 3) Transaksi *swap* (transaksi barter)²²

g. Bank Garansi

Bank Garansi adalah janji tertulis yang diberikan oleh bank kepada pihak ketiga dimana bank menyatakan sanggup memenuhi kewajiban-kewajiban kepada pihak ketiga dimaksud apabila pada suatu waktu tertentu yang telah ditetapkan pihak yang dijamin (nasabah) tidak memenuhi kewajibannya.²³ Layanan bank garansi merupakan jaminan bank yang diberikan kepada nasabah dalam rangka membiayai suatu usaha dan lainnya. Dengan jaminan bank ini si pengelola usaha memperoleh fasilitas untuk melaksanakan kegiatannya dengan pihak lain. Tentunya sebelum jaminan bank dikeluarkan bank terlebih dahulu mempelajari kredibilitas nasabahnya. Bank garansi merupakan salah satu bentuk peminjaman utang dalam bisnis perbankan, yang merupakan salah satu bentuk layanan jasa bank kepada masyarakat yang menjadi nasabahnya. Dalam bank garansi ini, bank mengikat diri untuk kepentingan orang guna menjamin atau menjadi penjamin bagi nasabahnya.²⁴

²² Djoni S. Gozali, *Hukum Perbankan*, hal. 392

²³ Dicki Hartanto, *Bank dan Keuangan lain*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2012), hal.

²⁴ Djoni S. Gozali, *Hukum Perbankan*, hal. 404

h. *Letter of Credit (L/C)*

Layanan *Letter of Credit* atau dalam bahasa Indonesia disebut Surat Kredit Berdokumen merupakan salah satu jasa yang ditawarkan bank dalam rangka pembelian barang, berupa penangguhan pembayaran pembelian oleh pembeli sejak LC dibuka sampai dengan jangka waktu tertentu sesuai perjanjian. Berdasarkan pengertian tersebut, tipe perjanjian yang dapat difasilitasi LC terbatas hanya pada perjanjian jual beli, sedangkan fasilitas yang diberikan adalah berupa penangguhan pembayaran. Risiko atas transaksi perdagangan luar negeri bisa diminimalkan dengan menggunakan cara pembayaran yang tepat, yang risikonya sangat kecil. Cara pembayaran tersebut dengan *letter of credit*. Cara pembayaran ini akan menjamin pembayaran yang diinginkan penjual atas pengiriman barang serta menjamin pembeli bahwa pembeli akan menerima barang sesuai dengan pesanan baik jumlah maupun kualitas barang yang diinginkan.²⁵

2. Jasa Operasional

Jasa operasional yang ditawarkan perbankan syariah di Indonesia cukup banyak dan bervariasi untuk memenuhi kebutuhan usaha maupun pribadi. Akad yang digunakan oleh produk-produk pembiayaan ini sebagian besar menggunakan akad *wakalah*. Jasa operasional dan akad perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat pada tabel di bawah ini :²⁶

²⁵Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, (Jakarta: Kencana, 2014), hal. 437

²⁶ Ascarya, *Akad & Produk Perbankan Syariah*, hal. 246

Tabel 2.2
Jasa Operasional dan Akad

Produk/Jasa	Akad
Setoran Kliring	<i>Wakalah</i>
Kliring Antar Kota	<i>Wakalah</i>
RTGS	<i>Wakalah</i>
Inkaso	<i>Wakalah</i>
Transfer	<i>Wakalah</i>
Transfer Valuta Asing	<i>Wakalah</i>
Pajak Online	<i>Wakalah</i>
Pajak Impor	<i>Wakalah</i>
Referensi Bank	Surat Keterangan
<i>Standing Order</i>	

Sumber: Ascarya, *Akad & Produk Perbankan Syariah*

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa jasa operasional yang digunakan perbankan syariah ialah:

a. Kliring

Layanan kliring merupakan jasa perbankan yang diberikan dalam rangka penagihan warkat antar bank yang berasal dari wilayah kliring yang sama. kliring merupakan sarana atau cara perhitungan utang piutang dalam bentuk surat berharga atau surat dagang dari suatu bank peserta yang diselenggarakan oleh bank indonesia atau pihak lain yang di tunjuk. Warkat adalah alat pembayaran bukan tunai yang diperhitungkan melalui kliring atas beban atau untung rekening nasabah atau bank yang digunakan dalam penyelenggaraan kliring. dalam ketentuan pasal 14 peraturan Bank Indonesia Nomor 7/18/PBI/2005 tentang warkat yang dapat dilakukan dalam transaksi kliring antara lain: cek, bilyet giro, wesel, nota debet dan lainnya. Proses penagihan warkat melalui kliring ini pada umumnya memakan waktu satu hari.²⁷

²⁷Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, hal. 438

b. Inkaso

Inkaso adalah pemberian kuasa pada bank oleh nasabah (baik perusahaan maupun perorangan) untuk melakukan penagihan terhadap surat-surat berharga (baik yang berdokumen maupun yang tidak berdokumen) yang harus dibayar setelah pihak yang bersangkutan (pembayar atau tertarik) berada ditempat lain (dalam atau luar negeri) menyetujui pembayarannya. Dalam arti lain, Inkaso merupakan kegiatan jasa bank untuk melakukan amanat dari pihak ke tiga berupa penagihan sejumlah uang kepada seseorang atau badan tertentu di kota lain yang telah ditunjuk oleh pemberi amanat. Warkat yang diinkasokan sama halnya dengan warkat kliring antara lain: cek, bilyet giro, dan warkat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Hasil inkaso atau tagihan yang dilakukan oleh bank dengan menggunakan jasa inkaso memakan waktu yang kurang lebih lima hari kerja.²⁸

c. RTGS (*Real Time Gross Settlement*)

Adalah jasa transfer uang valuta rupiah antar bank baik dalam satu kota maupun dalam kota yang berbeda secara real time. Hasil transfer efektif dalam hitungan menit. RTGS dapat juga diartikan sebagai suatu sistem transfer dana dalam mata uang rupiah yang penyelesaiannya dilakukan secara online antar peserta per transaksi secara individual, dimana sistem RTGS diselenggarakan Bank Indonesia.²⁹

d. Transfer (Jasa Pengiriman Uang)

Transfer adalah suatu kegiatan jasa bank untuk memindahkan sejumlah dana tertentu sesuai dengan perintah si pemberi amanat yang ditujukan untuk keuntungan seseorang yang ditunjuk sebagai penerima transfer. Dalam arti lain, transfer adalah kiriman uang yang

²⁸ Ismail, *Perbankan Syariah*, hal. 199

²⁹ <http://syariahbukopin.co.id>, diakses pada hari kamis 10/03/2016 jam 09.00/Pengertian RTGS

diterima bank termasuk hasil inkaso yang ditagih melalui bank tersebut yang akan diteruskan kepada bank lain untuk dibayarkan kepada nasabah (transfer). Baik transfer uang keluar atau masuk akan mengakibatkan adanya hubungan antar cabang yang bersifat timbal balik, artinya bila satu cabang mendebet cabang lain mengkredit. Pengiriman uang atau transfer lewat bank akan memberikan keuntungan bagi nasabah, jika dibandingkan dengan jasa pengiriman lainnya. Seperti pengiriman uang lebih cepat, aman sampai tujuan, pengiriman dapat dilakukan lewat ebanking melalui pembayaran rekening dan prosedur mudah dan cepat.³⁰

3. Jasa Investasi

Jasa investasi merupakan bentuk pelayanan khas yang ditawarkan bank syariah. Jasa investasi yang ditawarkan oleh perbankan syariah Indonesia baru ada dua, yaitu investasi khusus dan reksadana. Akad yang digunakan oleh jasa investasi semuanya menggunakan akad *mudharabah muqayyadah*. Jasa investasi dan akad yang digunakan perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2.3

Jasa Investasi dan Akad

Produk/ Jasa	Akad
Investasi Khusus	<i>Mudharabah Muqayyadah</i>
Reksadana	<i>Mudharabah Muqayyadah</i>

Sumber: Ascarya, *Akad & Produk Perbankan Syariah*

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa jasa Investasi yang digunakan perbankan syariah ialah:

a. Investasi Khusus

Adalah suatu bentuk investasi nasabah yang disalurkan langsung kepada pembiayaan tertentu yang ingin menginvestasikan dananya langsung dalam proyek yang disukainya yang dilaksanakan bank dengan prinsip *mudharabah muqayyadah*, yang diinvestasikan oleh nasabah dalam bentuk tabungan, dan deposito. Perbandingan atau

³⁰ Ismail, *Perbankan Syariah*, hal. 200

nisbah bagi hasil yang ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara bank dan nasabah, dana akan diinvestasikan kepada sektor riil yang menguntungkan sesuai keinginan nasabah. Investasi khusus ini sering disebut investasi terikat, rekening investasi khusus ini biasanya ditujukan kepada nasabah/investor besar dan institusi. Jangka waktu investasi dan bagi hasil disepakati bersama dan hasilnya langsung berkaitan dengan keberhasilan proyek investasi yang dipilih.³¹

b. Reksadana

Adalah wadah dan pola pengelolaan dana/modal bagi sekumpulan investor untuk berinvestasi dalam instrumen-instrumen investasi yang tersedia di pasar dengan cara membeli unit penyertaan reksadana. Dana ini kemudian dikelola oleh manajer investasi ke dalam portofolio investasi, baik berupa saham, obligasi, pasar uang atau pun efek/sekuriti lainnya.³² Reksadana syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang dapat dijadikan alternatif berinvestasi bagi masyarakat yang menginginkan return dari sumber yang bersih dan dapat dipertanggung jawabkan secara syariah. Tujuan utama reksadana syariah bukan semata-mata hanya mencari keuntungan, tetapi juga memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan, komitmen pada nilai-nilai religius meskipun tanpa harus mengabaikan kepentingan para investor. Hasil keuntungan investasi tersebut dibagi hasilkan diantara para investor dan manajer investasi sesuai dengan proporsi modal yang dimiliki.

³¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 146

³² Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), hal. 201

B. *Banking Cards*

Defenisi dari *banking Cards* ialah instrumen-instrumen dengan nama *bithagah Iqradh*, atau kartu layanan perbankan, dan atau *banking cards*, atau *bithagah cek madhmun*, atau *bithagah sahab mubasir*, atau istilah lain yang diterbitkan secara resmi ataupun tidak resmi oleh penerbitnya.³³ Tujuannya adalah untuk dipergunakan oleh orang yang membawanya dalam rangka tujuan-tujuan berikut :

1. Mendapatkan uang kontan, barang, jasa atau sesuatu yang bernilai lainya secara kredit.
2. Alat bukti, atau jaminan kepada seseorang atau lembaga, untuk memungkinkan pemiliknya mendapatkan kredit/pinjaman, baik sama atau lebih tinggi dari limit yang diperbolehkan untuk dipakai untuk pembelian barang dan jasa oleh orang yang membawanya, baik secara individu maupun lembaga.
3. Memungkinkan *card holder* (pemilik/pemegang kartu kredit)mendapatkan kredit untuk mendapatkan sejumlah dana kredit, atau tulisan/naskah cek dan lain-lain.³⁴

Pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian dalam *Banking Cards* ialah *issuer bank* (penerbit kartu), *card holder* (pemilik/pemegang kartu kredit)yaitu pemakai kartu kredit yang dinamakan dengan *muqtaridh (borrower)*, *merchant* (pedagang) yaitu pihak yang menyediakan barang dan jasa.³⁵ Prosedur yang dilakukan *Banking Cards* ialah *issuer bank* (penerbit kartu) bekerja sama dengan ratusan ribu dan bahkan jutaan nasabah *card holder* (pemilik/pemegang kartu kredit) dan *merchant* (pedagang). Jumlah ini semakin bertambah tiap tahunnya. Dengan kondisi seperti itu, mustahil *card holder* (pemilik/pemegang kartu kredit) dan *merchant* (pedagang)hanya

³³ Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah*,(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal.17

³⁴ Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah*, hal. 18

³⁵ Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah*, hal. 19

mementingkan kepentingannya sendiri-sendiri. Hal itu mendorong adanya satu bentuk tertentu untuk menyatukan kepentingan di antara pihak-pihak tersebut di atas.

Penggunaan *financial transactions cards* (kartu layanan perbankan) membutuhkan cara yang legal dari sisi pelaksanaan fungsinya secara umum. Terdapat tiga akad dalam hal ini, dua akad di antaranya menggambarkan fase persiapan proses untuk pemenuhan tanggung jawab pihak-pihak yang terlibat. Adapun akad yang ketiga merupakan penjelasan kredibilitas serta efektifitasnya.³⁶

1. Jenis-jenis *Banking Cards*

Sekarang ini banyak terdapat berbagai bentuk *banking cards*, di antaranya ada yang berlaku secara lokal dan ada juga yang berlaku secara internasional. Perbankan dan lembaga keuangan membuat kategorisasi *banking cards* ini ke dalam kartu kredit dan kartu non kredit. Pembahasan ini bertujuan untuk mengetahui hakikat, karakteristik, persyaratan, hubungan serta tanggung jawab pihak yang terlibat pada semua kartu tersebut. Barangkali pembagian *banking cards* yang berlaku di masyarakat sekarang sesuai dengan karakter dan sifatnya dapat dibedakan ke dalam beberapa kelompok :

a. Kartu Kredit (*Credit Card*)

Adalah jenis kartu yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran transaksi jual beli barang atau jasa dimana pelunasan atau pembayarannya kembali dapat dilakukan dengan sekaligus atau dengan cara mencicil sejumlah minimum tertentu. Yang pembayarannya dilakukan paling lambat pada tanggal jatuh tempo setiap bulan yang ditetapkan oleh penerbit kartu. Kartu kredit dibagi ke dalam kartu kredit temporal tanpa bunga dan kartu pembelian eceran. Kartu ini bisa berbentuk kartu kredit biasa atau *silver* dan kartu *muntazah (premium)* atau *gold*. Namun

³⁶ Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah*, hal. 28

pada hakikatnya kedua kartu ini ialah perjanjian antara kreditor dan *borrower* (pemilik/pemegang kartu kredit).³⁷

Karakteristik kartu ini dari kacamata hukum memiliki sejumlah karakteristik sendiri, antara lain : kartu kredit terdiri dari dua akad, yaitu akad transaksi finansial dan kredit. Ms. De. Muth mengatakan, “defenisi yang menunjukkan karakter kartu kredit adalah bahwa dalam kartu ini terdapat sifat-sifat akad transaksi dan sifat-sifat kredit”.³⁸

b. Charge Card

chargecard adalah fasilitas kartu talangan yang dipergunakan oleh pemegang kartu sebagai alat bayar atau pengambilan uang tunai pada tempat-tempat tertentu yang harus dibayar lunas kepada pihak yang memberikan talangan pada waktu yang telah ditetapkan. Kartu ini merupakan kartu yang diterbitkan oleh *issuer bank* (penerbit kartu) kepada *card holder* (pemilik/pemegang kartu) untuk memperoleh kredit pada masa tertentu sesuai dengan kualifikasinya apakah *silver* atau *gold* dan semuanya harus dilunasi pada masa yang telah ditentukan atau disepakati sebelumnya.³⁹

c. Cash Card

Cash Card pada dasarnya adalah kartu yang memungkinkan pemegang kartu untuk menarik uang tunai baik langsung pada kasir bank maupun melalui ATM bank tertentu yang biasanya tersebar di tempat-tempat strategis misalnya di hotel, pusat-pusat perbelanjaan, dan wilayah perkantoran. Dengan melakukan perjanjian kerja sama terlebih dahulu, pemegang *cash card* salah satu bank dapat pula menggunakannya pada bank lainnya. Jadi berbeda dengan kartu lainnya, *cash card* tidak dapat digunakan

³⁷ Sunaryo, *Hukum Lembaga Pembiayaan*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2015), hal. 115

³⁸ Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah*, hal. 29

³⁹ Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah*, hal. 31

sebagai alat pembayaran dalam melakukan transaksi jual beli barang dan jasa sebagaimana yang bisa digunakan oleh kartu jenis lainnya.

Penerbitan jenis kartu ini bertujuan untuk penarikan uang tunai dari bank ini pada dasarnya hanya untuk mempermudah dan mempercepat pelayanan kepada nasabah yang sebelumnya telah memiliki simpanan di bank yang bersangkutan. Beberapa bank telah memberikan pelayanan 24 jam, bank biasanya menentuka limit uang tunai yang dapat ditarik atau ditransfer melalui ATM misalnya, secara harian atau mingguan. Tergantung bagaimana perjanjian bank dengan nasabah pemegang kartu.⁴⁰

d. Kartu Debit / ATM (*Automatic Teller Machine*)

Istilah yang dipakai kartu ini langsung menunjukkan maknanya. Penerbitan kartu ini mengharuskan adanya tabungan *card holder* di bank, sehingga memberikan kesempatan pada *issuer bank* untuk menarik (*debit*) dana *card holder* secara langsung dari tabungannya senilai barang dan jasa yang didapkannya lewat penggunaan kartu dan dokumen yang telah ditandatangani sebelumnya.⁴¹

Kartu ini memiliki fungsi yang sama dengan jenis-jenis kartu sebelumnya, yaitu memperoleh barang dan jasa yang dibutuhkan serta menarik uang tunai. Perbedaanya adalah dalam jenis kartu ini nilai barang dan jasa yang didapat *card holder* selama pemakaiannya akan langsung dikurangi oleh pihak bank dari rekeningnya, kemudian dibayarkan kepada *merchan* atau tempat ia *card holder* memperoleh barang dan jasa tersebut.⁴²

⁴⁰ Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah*, hal. 32

⁴¹ Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah*, hal. 55

⁴² Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah*, hal. 58

Debit card ini dibahas dalam undang-undang konsumen yang terbit tahun 1974 di Inggris, dalam bab 89, Pasal 187 (3A). Di dalamnya telah dijelaskan bahwa kartu debit tidak termasuk dalam jenis kartu kredit, karena tidak lebih sebagai instrumen yang murni untuk meminta bank membayarkan nilai transaksi *card holder* langsung dari rekeningnya yang ada di bank tersebut. Adapun hubungan antara *issuer cards* dengan *merchan* tidak mengandung aturan apapun dalam nilai transaksi yang diminta seperti halnya dalam kartu-kartu lainnya.⁴³

Ketika kartu ini dipakai dengan sistem otomatis (*on-line*), nilai pembelian dan transaksi di transfer langsung dari rekening *card holder* ke dalam rekening *merchan* pada waktu pembelian tersebut. Namun, apabila kartu itu dipakai dengan sistem non otomatis (*off-line*), maka nilai pembelian dan transaksi dikurangi dari rekeningnya setelah beberapa waktu, sesuai dengan sistem dan teknologi yang ada.

Manfaat yang didapat dari *debit card*, yaitu dimungkinkan pemiliknya untuk memperoleh uang tunai, barang, jasa, dan lain sebagainya dengan cara yang mudah, dan tanpa kesulitan dalam membawa uang. Namun, ia tidak boleh mendapatkan barang tersebut secara kredit, karena *card holder* tidak diperkenankan memakai jenis kartu ini melebihi batas uang yang dimiliki di rekeningnya.⁴⁴

Karakteristik *debit card* ialah kartu ini diterbitkan bagi nasabah yang memiliki rekening di bank yang menerbitkan kartu tersebut, setiap nasabah yang ingin membuat *debit card* akan dilayani oleh *customer service* tanpa dikenakan biaya, nasabah hanya perlu menabung di rekeningnya agar saat melakukan transaksi dengan *debit card* uang yang ada di rekening nasabah

⁴³ Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah*, hal. 60

⁴⁴ Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah*, hal. 60

mencukupi untuk keperluan yang dibutuhkan oleh setiap nasabah pengguna *debit card*.

Debit card ini dipakai untuk menarik uang tunai dari instrumen-instrumen perbankan yang *on line*, atau untuk mendapatkan jasa yang diberikan oleh bank, seperti nilai mata uang, atau pembelian tiket perjalanan, berdasarkan kepada pengetahuan terhadap laporan atau meminta daftar rekening, baik ringkasannya, maupun uraian panjangnya, atau transfer antara rekening nasabah. Di antara kartu ini adalah kartu *Arab Card Elektronik*, yang diterbitkan oleh bank negara Arab di Saudi Arabia. Kartu ini bisa dipakai secara regional maupun internasional.⁴⁵

Perbedaan antara *credit card* dengan *debit card* di antaranya pada *credit card* bank harus membayarkan nilai yang tercantum dalam nota/dokumen yang diberikan oleh *merchan*. Adapun dalam *debit card* bank tidak memiliki hubungan dengan pinjaman, tetapi langsung mendebit nilai barang yang dibeli *card holder* dari rekeningnya dan dimasukkan ke dalam rekening *merchan* tanpa melalui proses yang lain.⁴⁶

2. Manfaat ATM (*Automatic Teller Machine*)

Ada banyak manfaat ATM bagi nasabah, perkembangan teknologi juga memberikan kesempatan bagi teknologi perbankan untuk menambah fitur-fitur baru bagi produk ATMnya. Adapun manfaat ATM adalah sebagai berikut:

- a. Dapat menarik uang tunai dalam 24 jam. Nasabah tidak lagi tergantung jam pelayanan bank atau hari libur untuk mengambil uang tunai.
- b. Dapat digunakan sebagai kartu debit.
- c. Bebas dari antrian yang panjang.

⁴⁵ Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah*, hal. 62

⁴⁶ Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah*, hal. 63

- d. Menghemat waktu, karena tidak lagi mengikuti prosedur administrasi.
- e. Selain menarik uang tunai juga dapat melihat saldo dan melakukan pemindah bukuan.
- f. Lebih gampang dicapai karena mesin ATM tersedia di berbagai lokasi strategis.
- g. Inquiry (informasi) saldo.
- h. Pembelian voucher isi ulang.
- i. Pembayaran kartu kredit.
- j. Pembayaran telepon (telkom dan telepon seluler).
- k. Pembayaran PAM.
- l. Pembelian tiket pesawat.⁴⁷

3. Kegunaan ATM (*Automatic Teller Machine*)

Adapun kegunaan *Debit Card* / ATM (*Automatic Teller Machine*) adalah sebagai berikut:

a. Diterima sebagai Kartu Belanja

Nasabah dapat menggunakan *Debit Card* / ATM (*Automatic Teller Machine*) untuk transaksi belanja di jaringan toko / merchant yang memasang logo MasterCard, ATM Bersama, Prima dan lain-lainnya, dengan otorisasi tanda tangan (Signature Based) tanpa dikenakan biaya apapun.

b. Diterima sebagai Kartu ATM

Nasabah juga dapat menggunakan *Debit Card* / ATM (*Automatic Teller Machine*) untuk tarik tunai di mesin ATM, yang menggunakan jaringan ATM Link, Prima dan jaringan ATM Bersama yang tersebar di seluruh Indonesia serta jaringan ATM berlogo Cirrus di seluruh dunia. Keterangan : Atas penarikan ATM Bank lain, nasabah akan dikenakan sejumlah biaya transaksi.

⁴⁷<http://syariahbukopin.co.id>, diakses pada hari kamis 10/03/2016 jam 09.00/Manfaat Fasilitas ATM

c. Kemudahan Bertransaksi

Debit Card / ATM (Automatic Teller Machine) memiliki fitur-fitur yang bisa dinikmati oleh seluruh nasabahnya. Dengan fitur-fitur ini, pihak perbankan berusaha meningkatkan pelayanan mereka agar nasabah memperoleh kepuasan dalam bertransaksi menggunakan kartu ATM (*Automatic Teller Machine*).⁴⁸

Fitur-fitur yang tersedia dalam mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) sebagai berikut:

1. Informasi saldo dan penarikan tunai.
2. Ganti PIN.
3. Transfer antar rekening bank lainnya.
4. Pembayaran tagihan (*bill payment*).
5. Pembayaran biaya pendidikan.
6. Pembayaran tiket pesawat, untuk pembelian voucher hotel dan keperluan perjalanan lainnya.
7. Isi ulang pulsa hand phone.
8. Pembayaran zakat, infaq, shadaqah dan kurban.

d. Layanan Perbankan 24 Jam

Sebagai Pemegang *Debit Card / ATM (Automatic Teller Machine)*, nasabah mempunyai keleluasaan menggunakan fasilitas kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) untuk keperluan transaksi perbankan melalui Layanan Perbankan 24 Jam di setiap mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) yang tersedia di tempat-tempat tertentu.⁴⁹

⁴⁸<http://syariahbukopin.co.id>, diakses pada hari kamis 10/03/2016 jam 09.00/Kegunaan Fasilitas ATM

⁴⁹<http://syariahbukopin.co.id>, diakses pada hari kamis 10/03/2016 jam 09.00/Kegunaan Fasilitas ATM

C. Kepuasan Nasabah dan Kualitas Pelayanan

1. Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Jasa Perbankan

Menurut Kotler, kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.⁵⁰ Dengan terciptanya kepuasan nasabah, maka akan dapat memberikan beberapa manfaat di antaranya yaitu, hubungan antara perusahaan dan nasabahnya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik, dan terciptanya loyalitas nasabah.⁵¹

Menurut para akademisi, kepuasan nasabah merupakan konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan. Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas nasabah secara langsung dan mempengaruhi loyalitas nasabah secara tidak langsung melalui kepuasan. Kualitas layanan mendorong nasabah untuk komitmen kepada produk dan layanan jasa suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk.

Kualitas layanan jasa sangat krusial dalam mempertahankan nasabah dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan jasa yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan.⁵² Dalam konteks pelanggan, pada umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan nasabah tentang apa yang akan diterimanya. Harapan nasabah diyakini mempunyai peranan besar dalam menentukan kualitas jasa dan kepuasan nasabah terhadap layanan jasa yang diberikan.⁵³ Faktor-faktor yang mempengaruhi harapan nasabah meliputi:

⁵⁰ Philip Kotler, *Dasar-dasar Manajemen*, terjemahan Buku Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), Edisi Indonesia, hal. 24

⁵¹ Philip Kotler, *Dasar-dasar Manajemen*, terjemahan Buku Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, hal. 25

⁵² Dwi Aryani, Febrina Rosinta, "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Volume 17, Nomor 2 (Mei-Agustus 2010), hal. 114-115

⁵³ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hal. 160

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan nasabah ketika dia sedang mencoba melakukan transaksi dengan lembaga perbankan. Jika pada saat itu, kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi nasabah akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
- b. Pengalaman masa lampau ketika nasabah mengkonsumsi layanan jasa dari lembaga perbankan atau pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman dimana mereka akan menceritakan kualitas layanan jasa yang telah dibeli oleh nasabah tersebut. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi konsumen terutama jasa-jasa yang dirasakan beresiko tinggi.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran mempengaruhi persepsi nasabah. Orang-orang di bagian penjualan dan periklanan seharusnya tidak membuat kampanye yang berlebihan, secara aktual tidak mampu memenuhi ekspektasi nasabah karena akan memberikan dampak negatif terhadap persepsi nasabah tentang layanan jasa tersebut.⁵⁴

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah:

- a. Kualitas produk, nasabah akan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas layanan jasa produknya baik.
- b. Harga, untuk nasabah yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting, karena nasabah akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
- c. *Service Quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan *driver* yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah *ServQual*.

⁵⁴ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, hal. 161

- d. Biaya dan Kemudahan, nasabah akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk dan pelayanan jasa yang diberikan.
- e. *Emotional Factor*, nasabah akan merasa puas (bangga) karena adanya *emotional value* yang diberikan oleh *brand* produk tersebut.⁵⁵

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan yang menyediakan fasilitas layanan jasa, memuaskan nasabahnya adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat yang luas, sehingga pelayanan jasa yang bermutu bagi nasabah merupakan hal yang penting.⁵⁶ Kepuasan nasabah dalam menggunakan setiap layanan jasa seperti layanan jasa pada kartu ATM, SMS *banking*, pembayaran tagihan, *letter of credit*, kliring, inkaso dan lain-lainnya yang diberikan oleh bank merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap produk layanan jasa yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabahnya. Dengan peningkatan mutu pelayanan jasa oleh perusahaan perbankan merupakan suatu cara yang nyata dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan nasabah.

Kepuasan nasabah dalam bidang jasa merupakan elemen yang penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan di bidang layanan jasa perbankan. Kualitas pelayanan jasa yang baik akan memberikan dampak positif bagi setiap nasabah. Nasabah yang mengalami kepuasan dalam bertransaksi dengan perbankan akan melakukan transaksi ulang sehingga menimbulkan loyalitas nasabah, sebaliknya nasabah yang

⁵⁵ Hendy Irawan, Juwandi, *Kepuasan Pelayanan Jasa*, (Jakarta: Erlangga, 2004), hal. 37

⁵⁶ Hendy Irawan, Juwandi, *Kepuasan Pelayanan Jasa*, hal. 39

tidak puas terhadap layanan jasa yang diberikan akan meninggalkan dan beralih menjadi nasabah bank pesaing.⁵⁷

2. Model Pengukuran Kepuasan Nasabah

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan nasabah. Terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu:

- a. Sistem keluhan dan saran, setiap perusahaan yang berorientasi pada nasabah (*Customer-Oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para nasabahnya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati nasabah), menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus (*customer hot line*), dan lain-lain.⁵⁸
- b. Survei kepuasan nasabah, melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari nasabah dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap nasabah.⁵⁹ Pengukuran kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai cara:

1) *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung, melalui pertanyaan dengan skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.

2) *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan nasabah terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasakan.

⁵⁷Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, hal. 146

⁵⁸Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, hal. 148

⁵⁹Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, hal. 148

3) *Problem analysis*

Nasabah yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

4) *Importance-performance analysis*

Dalam teknik ini, responden diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu, responden juga diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/atribut tersebut.⁶⁰

c. *Ghost shopping*, metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.⁶¹

d. *Lost customer analysis*, Perusahaan berusaha menghubungi nasabahnya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih produk, sehingga diharapkan nantinya akan diperoleh informasi penyebab terjadinya kenapa pelanggan berhenti membeli. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.⁶²

⁶⁰ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, hal. 149

⁶¹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, hal. 149

⁶² Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, hal. 149

3. Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah

Mudie dan Cottam dalam Tjiptono menyatakan bahwa kepuasan nasabah total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu. Untuk itu, perlu diupayakan perbaikan dan penyempurnaan kepuasan yang dapat dirangkum dalam berbagai strategi.⁶³ Strategi tersebut antara lain:

a. Strategi *Relationship Marketing*

Dalam strategi ini, hubungan transaksi antara penyedia jasa dan nasabah berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai.

b. Strategi *Superior Customer Service*

Perusahaan berusaha menawarkan pelayanan yang lebih unggul dari pada pesaing. Dalam strategi ini dibutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia dan usaha yang gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan superior.

c. Strategi *Unconditional Guarantees (Ekstra Ordinary Guarantees)*

Perusahaan mengembangkan pelayanan tambahan terhadap layanan pokoknya, misalnya memberikan garansi tertentu atau memberikan pelayanan purna jual yang baik.

d. Strategi Penanganan Keluhan yang Efektif

Penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seseorang yang puas.⁶⁴

4. Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah

Berdasarkan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa produk, menurut Parasuraman sebagaimana dikutip oleh Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani dalam buku Manajemen Pemasaran Bank terdapat lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu :

⁶³ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, hal. 159

⁶⁴ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, hal. 161

a. Bukti Langsung (*Tangibles*)

Meliputi penampilan fisik gedung, tersedianya fasilitas pendukung (tempat parkir dan ruang tunggu), penampilan karyawan rapi, peralatan yang canggih dan kebersihan kantor.⁶⁵

1) Penampilan Fisik Gedung

Nasabah akan mempunyai persepsi bahwa perusahaan mempunyai pelayanan yang baik, apabila *lobby* nya terlihat mewah dengan keramik dan dindingnya di cat dengan rapi dan bersih.

2) Tersedianya Fasilitas Pendukung (Tempat Parkir dan Ruang Tunggu)

Dengan adanya fasilitas pendukung seperti tempat parkir dan ruang tunggu, maka nasabah akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, sehingga nasabah akan memberikan penilaian yang baik terhadap pelayanan yang diberikan tersebut.

3) Penampilan Karyawan yang Rapi

Selain gedung dan fasilitas pendukung lainnya, nasabah juga akan menilai penampilan fisik dari karyawan. Perbankan yang memiliki karyawan yang berpenampilan rapi dan khas, akan memberikan kekuatan yang besar dalam mempengaruhi persepsi para nasabah bahwa mereka mempunyai kualitas pelayanan yang baik. Dengan penampilan yang rapi, sebuah perbankan akan mampu memberikan dorongan yang positif, dan juga memberikan kenikmatan untuk penglihatan nasabah.⁶⁶

Industri perbankan yang menitikberatkan pada faktor kepercayaan nasabah perlu memberikan kesan yang bermanfaat melalui hal-hal yang bersifat keterwujudan fisik seperti kebersihan, dekorasi fasilitas, dan lingkungan yang menyenangkan. Beberapa

⁶⁵ Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, (Jakarta : Salemba Empat, 2006), hal. 6

⁶⁶ Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, hal. 6

penelitian membuktikan bahwa dimensi *tangible* atau keterwujudan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.⁶⁷

b. Keandalan (*Reliability*)

Yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Keandalan meliputi penanganan pelanggan, penyediaan pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan, dan penyediaan pelayanan tepat waktu. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan juga ditentukan oleh dimensi *reliability*, yaitu dimensi yang mengukur keandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Dibandingkan empat dimensi kualitas pelayanan lainnya, dimensi ini sering dipersepsikan paling penting bagi pelanggan dari berbagai industri jasa.⁶⁸ Ada tiga hal yang dapat dilakukan perbankan dalam upaya meningkatkan tingkat keandalan (*reliability*):

- 1) Pembentukan budaya kerja, menejer bank perlu meyakinkan kepada semua bawahannya bahwa mereka harus melakukan pekerjaannya secara total, dan meminimalisasi terjadinya kesalahan dalam bekerja agar profitabilitas bank dapat meningkat.
- 2) Perusahaan perlu mempersiapkan infrastruktur yang memungkinkan perusahaan memberikan pelayanan yang baik. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan secara terus-menerus dan menekankan kerja *teamwork*, dengan kerja *teamwork* koordinasi antar bagian menjadi lebih baik.
- 3) Diperlukan tes sebelum suatu layanan benar-benar diluncurkan ke nasabah. Sebelum bank meluncurkan fitur baru, maka diperlukan kesabaran untuk melakukan tes seberapa jauh tingkat *reliability* dari layanan ini. Apabila belum 100%, dapat dicoba kepada

⁶⁷ Juzan Tri Hartanto, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah*, (Tesis, Universitas Gunadarma, 2010), hal. 18

⁶⁸ Juzan Tri Hartanto, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah*, hal. 19

nasabah yang terbatas dan dikomunikasikan bahwa hal ini merupakan layanan baru yang sedang dicoba. Dengan melalui tahap ini, kemungkinan terjadinya kesalahan akan sangat lebih kecil.⁶⁹

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Yaitu keinginan, respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, meliputi: kesigapan karyawan dalam melayani konsumen, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan penanganan keluhan konsumen, siap sedia menanggapi pertanyaan konsumen, penyampaian informasi saat pelayanan, dan kemauan untuk membantu konsumen.⁷⁰

Sama seperti dimensi pelayanan lainnya, maka kepuasan terhadap dimensi *responsiveness* adalah berdasarkan persepsi dan bukan aktualnya. Karena persepsi mengandung aspek psikologi lain, maka faktor komunikasi dan situasi fisik di sekeliling pelanggan yang menerima pelayanan merupakan hal yang penting dalam mempengaruhi penilaian pelanggan. Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas.⁷¹

d. Jaminan (*Assurance*)

Meliputi pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan menimbulkan rasa aman pada pelanggan serta tanggung jawab atas kesalahan yang dilakukan. Dimensi ini merupakan dimensi kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku

⁶⁹ Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, hal. 7-8

⁷⁰ Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, hal. 8

⁷¹ Juzan Tri Hartanto, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah*, hal. 19

front-line staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggan. Berdasarkan banyak riset yang dilakukan, ada empat aspek dari dimensi ini, yaitu keramahan, kompetensi, reputasi, dan *security* (keamanan).⁷²

Aspek pertama adalah keramahan, yaitu salah satu aspek kualitas layanan yang paling mudah diukur. Tak mengherankan banyak manajer yang paling cepat menaruh perhatian terhadap hal ini, terutama manajer-manajer *costumer service* akan memasukan sebagai program pertama untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Aspek kedua adalah kompetensi, apabila petugas *costumer service* melayani nasabah dengan ramah, ini adalah kesan pertama yang baik. Setelah itu, apabila nasabah mengajukan beberapa pertanyaan dan kemudian tidak dapat menjawab dengan baik, nasabah mulai kehilangan kepercayaannya. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan terhadap kualitas pelayanan.

Aspek ketiga adalah reputasi, secarik kertas yang diberi nama polis, adalah produk yang dijual oleh perusahaan asuransi kepada nasabahnya. Dengan polis ini, pelanggan diyakinkan bahwa mereka akan dapat melakukan klaim apabila suatu saat mobilnya mendapat kecelakaan. Keyakinan pelanggan terhadap polis akan banyak dipengaruhi oleh kredibilitas atau reputasi dari perusahaan asuransi tersebut.

Aspek keempat dari dimensi ini adalah keamanan, pelanggan mempunyai rasa aman dalam melakukan transaksi, aman karena perusahaan jujur dalam bertransaksi. Rasa aman ini sangat penting dalam dunia perbankan, cukup banyak orang yang mengeluh terhadap keamanan dalam menggunakan ATM (*Automatic Teller Machine*). Mereka merasa bahwa kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) mereka dapat digunakan oleh orang lain. Mereka merasa

⁷² Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, hal. 9

bahwa jumlah uang yang diambil dari bank belum tentu sama dengan yang akan didebet nantinya. Oleh karena itu, bank perlu menjelaskan berulang-ulang kepada nasabah, bahwa transaksi melalui ATM (*Automatic Teller Machine*) adalah aman.⁷³

e. Empati (*Empathy*)

Yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen seperti kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan konsumen dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumennya. Pelayanan yang empati, memang sangat memerlukan sentuhan pribadi. Akan tetapi perlu dicatat, sentuhan pribadi ini hanya menjadi maksimal kalau perusahaan mempunyai database yang efektif. Tanpa hal ini, sungguh sulit untuk menerapkan pelayanan yang empati.⁷⁴

D. Penelitian yang Relevan

Adapun mengenai penelitian yang penulis bahas ini, dari hasil peninjauan terhadap beberapa penelitian dan karya ilmiah lainnya, penulis menemukan beberapa pembahasan yang ada kaitannya dan searah dengan masalah yang penulis bahas.

Septiana DwiExmawati, skripsi dengan judul “Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulung Agung”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulung Agung. Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh selain menerapkan pelayanan yang terbaik, Bank Muamalat Tulung Agung selalu berupaya untuk memberikan

⁷³ Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, hal. 9

⁷⁴ Juzan Tri Hartanto, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah*, hal. 19

produk yang berkualitas dan unggul dibandingkan produk yang dimiliki bank-bank lain sebagai pesaingnya.⁷⁵

Penelitian ini menggunakan uji normalitas data, uji regresi berganda dan uji hipotesis. Dari hasil analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa, variabel pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulung Agung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, selanjutnya variabel keunggulan produk mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulung Agung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,02. Sedangkan dari hasil uji F ternyata Faktor pelayanan merupakan faktor yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulung Agung dibandingkan keunggulan produk. Penelitian ini juga menjelaskan tentang pelayanan ATM (*Automatic Teller Machine*) di Bank Muamalat Tulung Agung, menjelaskan apa saja keunggulan produk ATM (*Automatic Teller Machine*) ini serta bagaimana kepuasan nasabah terhadap ATM (*Automatic Teller Machine*) tersebut.⁷⁶

Lia Nurlita, skripsi dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UMS)”, Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan penggunaan ATM dan mengetahui faktor yang paling berpengaruh pada keputusan penggunaan ATM.⁷⁷

⁷⁵ Septiana Dwi Exmawati, “Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulung Agung”, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, IAIN Tulung Agung, Tahun 2010)

⁷⁶ Septiana Dwi Exmawati, “Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulung Agung”, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, IAIN Tulung Agung, Tahun 2010)

⁷⁷ Lia Nurlita, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UMS)”, (Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Tahun 2012)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap bank agar dapat memberikan pelayanan yang lebih memuaskan kepada pengguna ATM dan membuat orang lain yang belum menggunakan tertarik untuk menggunakan ATM. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sampel penelitian yang diambil sebanyak 200 responden yang menggunakan ATM. Teknik pengambilan sampel ditentukan dengan Purposive Convenience Sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dan teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kepuasan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi teknologi dalam keputusan penggunaan ATM. Persepsi risiko dan persepsi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan ATM. Persepsi teknologi merupakan variabel yang paling berpengaruh dibandingkan dengan variabel lainnya.

Satria Hendra Sahputra, skripsi dengan judul “Peranan Pelayanan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk Wilayah Kecamatan Medan Sunggal”, Fakultas Ekonomi, Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Sumatera Utara. Penelitian ini, membahas tentang kepuasan masyarakat yang menjadi nasabah suatu bank atas penggunaan produk perbankan berbasis e-banking yaitu layanan ATM, disamping itu penelitian ini juga membahas fitur layanan ATM yang paling sering digunakan.⁷⁸

Penelitian ini menggunakan suatu metode analisis deskriptif melalui pengumpulan data primer berupa kuesioner dengan model skala likert, kuesioner disampaikan kepada nasabah pengguna ATM dengan

⁷⁸Satria Hendra Sahputra, “Peranan Pelayanan ATM Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk Wilayah Kecamatan Medan Sunggal”, (Fakultas Ekonomi, Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Sumatera Utara, Tahun 2011)

pengambilan sampel sebanyak 50 orang. Sebelum hasil kuesioner di analisis, dilakukan suatu uji validatif dan reliabilitif dengan tujuan memberikan pernyataan bahwa soal-soal yang di ajukan adalah sah dan handal. Dari hasil analisis diambil kesimpulan bahwa penggunaan ATM dapat memberikan kepuasan kepada nasabah perbankan terutama dalam hal pelayanan, jaminan kepastian, pemahaman kebutuhan dan kondisi, disamping itu diketahui bahwa pelayanan ATM yang paling sering digunakan ialah penarikan tunai dan transfer.

Berbeda dengan beberapa penelitian tersebut, penulis ingin meneliti tentang pengaruh layanan jasa pada ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Penulis ingin melihat seberapa besar pengaruh yang dapat ditimbulkan dari layanan jasa pada ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah dalam kemudahan bertransaksi.

Dalam penelitian ini, penulis lebih memfokuskan kepada pelayanan yang diberikan kepada para nasabah penabung yang mempunyai kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) untuk memudahkan nasabah untuk bertransaksi dimana saja dia berada. Untuk mewujudkan hal tersebut, tentunya bank yang bersangkutan harus bisa memberikan pelayanan yang baik dengan menyediakan fasilitas pendukung seperti adanya mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) yang digunakan untuk bertransaksi dimana saja.

E. Hipotesis

Berdasarkan paparan teoritik di atas, rumusan hipotesis yaitu:

H_{01} : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh layanan jasa pada ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

H_{a1} : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh layanan jasa pada ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

F. Defenisi Operasional

Pengaruh ialah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang.⁷⁹ Sebuah indikasi yang akan menimbulkan suatu ketertarikan atau kesukaan terhadap sesuatu yang dianggap memiliki peran penting bagi tercapainya suatu tujuan.

Layanan Jasa merupakan pemberian jasa kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhannya. Jasa dapat didefinisikan sebagai kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.⁸⁰ Untuk terciptanya suatu pelayanan yang memuaskan bagi para nasabah sebuah perusahaan, harus diperlukan pelayanan yang optimal untuk tercapainya sebuah tujuan perusahaan karena itu akan berpengaruh terhadap kinerja dari sebuah perusahaan itu sendiri dalam memperoleh profit atau keuntungan bagi perusahaannya.

ATM (*Automatic Teller Machine*) merupakan alat elektronik yang diberikan oleh bank kepada pemilik rekening yang dapat digunakan untuk bertransaksi secara elektronik seperti mengecek saldo, mentransfer uang dan juga mengambil uang dari mesin ATM (*Automatic Teller Machine*) tanpa perlu dilayani seorang teller. Setiap pemegang kartu diberikan PIN (*Personal Identification Number*), atau nomor pribadi yang bersifat rahasia untuk keamanan dalam penggunaan ATM (*Automatic Teller Machine*). Adapun **Kepuasan Nasabah** ialah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, pembelinya tidak puas, dan sebaliknya.⁸¹

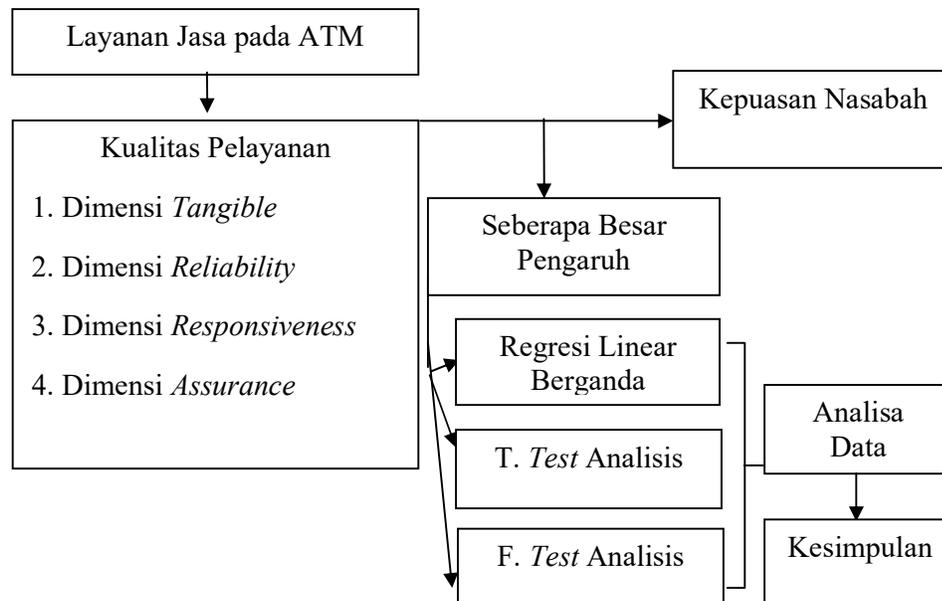
⁷⁹ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008), hal. 1168

⁸⁰ Philip Kotler, *Dasar-dasar Manajemen*, hal. 8

⁸¹ Philip Kotler, *Dasar-dasar Manajemen*, hal. 10

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dinyatakan bahwa secara operasional judul penelitian ini berarti daya yang ditimbulkan dari suatu layanan jasa yang diberikan kepada pelanggan atau nasabah oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi berupa fasilitas kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) yang dapat digunakan oleh setiap nasabah untuk memudahkan setiap transaksi perbankan yang dilakukannya, agar dapat memberikan suatu kepuasan yang optimal bagi para nasabah bank tersebut.

G. Kerangka Berpikir



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

Keterangan: untuk mengetahui sejauh mana layanan jasa ATM yang diberikan oleh sebuah bank kepada nasabahnya dapat memberikan suatu kepuasan bagi para nasabah bank tersebut, maka itu dapat dinilai dari segi kualitas pelayanan yang diberikan baik dari dimensi *Tangible*, dimensi *Reliability*, dimensi *Responsiveness*, dan dimensi *Assurance*. Kemudian, barulah dapat diketahui seberapa besar pengaruh dari keempat dimensi kualitas pelayanan tersebut dengan menganalisis data menggunakan pengujian Regresi Linear Berganda, *T. Test Analisis* dan *F. Test Analisis*. Barulah nantinya diperoleh hasil dari penelitian tersebut, apakah layanan jasa yang diberikan berpengaruh signifikan atau tidak terhadap kepuasan nasabah di bank tersebut.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan untuk menjelaskan tingkat kepuasan nasabah penabung (*saving*) terhadap pelayanan jasa pada ATM (*Automatic Teller Machine*) pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini memakan waktu selama 1 bulan, yaitu pada bulan Februari 2016 dengan lokasi di Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

C. Metode Penelitian

1. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang kepadanya diberlakukan generalisasi hasil penelitian.⁸² Pada penelitian ini populasinya adalah Nasabah Penabung (*saving*) Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Adapun jumlah nasabah penabungnya sebanyak 39.600.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian populasi yang diambil dengan cara-cara yang representatif (dapat dipertanggung jawabkan).⁸³ Untuk

⁸²Purwanto, *Instrumen Penelitian Sosial dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hal. 127

⁸³ Purwanto, *Instrumen Penelitian Sosial dan Penelitian*, hal. 127

kemudahan, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Sampel terpilih ditetapkan adalah 100 orang nasabah penabung(*saving*) Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, ditetapkan berdasarkan teknik *purposive random sampling*, yaitu pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang dilakukan. Secara sederhana, *purposive random sampling* dapat dikatakan secara sengaja mengambil sampel tertentu (jika orang, maka berarti orang-orang tertentu) sesuai persyaratan sampel.⁸⁴ Dalam hal ini, sampel diambil dari nasabah penabung yang menggunakan kartu ATM (*Automatic Teller Machine*) sebanyak 100 responden dari 40.408 nasabah. Ukuran sampling dapat dihitung dengan rumus:⁸⁵

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} n = \frac{39.600}{1 + 39.600(0,1)^2} = 99,9 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Standar Deviasi (10%)

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Sumber data primer merupakan sumber data utama, asli atau diperoleh langsung dari lapangan obyek penelitian secara khusus.⁸⁶ Dalam penelitian ini, data primer didapat langsung dari responden yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah penabung(*saving*) Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

⁸⁴Purwanto, *Instrumen Penelitian Sosial dan Penelitian*, hal. 128

⁸⁵Taro Yamane, *dikutip oleh*, Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), hal. 115

⁸⁶Istijianto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2005), hal. 45

3. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner yaitu kumpulan pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang (dalam hal ini disebut responden) dan cara menjawab juga dilakukan secara tertulis.⁸⁷ Guna mengukur sikap dan persepsi mereka, penulis menggunakan Skala Likert yang mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata yaitu:⁸⁸

Tabel 3.1
Skala Likert

No	Jawaban	Nilai
A	Sangat Puas	5
B	Puas	4
C	Cukup Puas	3
D	Kurang Puas	2
E	Tidak Puas	1

Sumber: Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*

Aspek-aspek yang ada dalam layanan jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) (X) untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah (Y) :Pengaruh layanan jasa ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap kepuasan nasabah dalam kemudahan bertransaksi pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi pada dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*.

⁸⁷Rensis Likert, *dikutip oleh*, Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hal. 101

⁸⁸Rensis Likert, *dikutip oleh*, Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, hal. 101

D. Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Validitas data merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen. Instrumen yang sah memiliki validitas tinggi. Instrumen dikatakan sah apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat, tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran validitas yang dimaksud. Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah teknik korelasi *product moment* dari Pearson dengan rumus:⁸⁹

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi Product Moment Pearson Item

x = Total nilai keseluruhan subyek per item

y = Total nilai per subyek

n = Jumlah subyek

Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, jika koefisien korelasi *product moment* atau nilai $r \geq 0,3$.⁹⁰

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur semua kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

⁸⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hal. 144

⁹⁰Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), hal. 162

Dalam SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*), ada fasilitas yang dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas yaitu melalui uji statistik *cronbach alpha* dan variabel di katakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0.60.⁹¹

Rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{1 - \sum \partial^2 b}{\partial^2 t} \right)$$

Keterangan:

r₁₁ = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \partial^2 b$ = Jumlah varian butir

$\partial^2 t$ = Varian total

E. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Digunakan untuk melihat pengaruh antarlayanan jasa pada ATM (*Automatic Teller Machine*) terhadap tingkat kepuasan nasabah penabung (*saving*) Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

Rumus yang digunakan adalah:⁹²

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4$$

Keterangan:

Y = Tingkat Kepuasan Nasabah

X₁ = Layanan Jasa ATM pada dimensi *Tangible*

X₂ = Layanan Jasa ATM pada dimensi *Reliability*

X₃ = Layanan Jasa ATM pada dimensi *Responsiveness*

X₄ = Layanan Jasa ATM pada dimensi *Assurance*

a = Nilai Konstanta

⁹¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, hal. 171

⁹²Suad Husnan dan Suarono Muhammad, *Studi Kelayakan Proyek*, (Yogyakarta: Unit Penerbit Percetakan, 2000), hal. 55

b = Koefisien Regresi

2. T-Test Analisis

Uji T-test yaitu untuk melakukan suatu pengujian terhadap koefisien korelasi antara X dan Y yang telah didapatkan atau untuk melihat kebenaran hipotesis. Jika terdapat T_{hitung} layanan jasa pada ATM < T_{tabel} sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh signifikan antara layanan jasa pada ATM dengan tingkat kepuasan nasabah penabung (*saving*) pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Sebaliknya, jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara layanan jasa pada ATM dengan tingkat kepuasan nasabah penabung (*saving*) pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Maka penulis menggunakan rumus:⁹³

$$t_o = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai t

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah data

3. F-Test Analisis

Uji F ini digunakan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel Dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Nilai F hitung diperoleh dengan menggunakan rumus:⁹⁴

⁹³Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana, 2006), hal. 146

⁹⁴Cristianus Sigit, *SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 18*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hal. 141

$$F = \frac{\sum(Y-Y_1)^2/k}{\sum(Y-Y_2)^2 / (N-k-1)} = \frac{MS_{regresi}}{MS_{residual}}$$

Keterangan:

Y = nilai pengamatan

Y1 = nilai Y yang ditaksir dengan menggunakan model regresi

Y2 = nilai rata-rata pengamatan

N = jumlah pengamatan/sampel

k = jumlah variabel independen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Pendirian PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi

Keberadaan PT. Bank Syariah Bukopin sebagai bank yang beroperasi dengan prinsip syariah bermula dari di akuisisinya PT. Bank Persyarikatan Indonesia (Sebuah Bank Umum Konvensional) oleh PT. Bank Bukopin, Tbk. Proses akuisisi tersebut berlangsung secara bertahap sejak 2005 hingga 2008. PT. Bank Persyarikatan Indonesia sebagai cikal bakal PT. Bank Syariah Bukopin, Tbk. sebelumnya bernama PT. Bank Swansarindo Internasional, didirikan berdasarkan Akta Nomor 102, tanggal 29 Juli 1990, dihadapan Notaris Dr. Widjojo Wilami, SH, di Samarinda, Kalimantan Timur.

Pendirian PT. Bank Swansarindo Internasional sebagai Bank Umum tersebut sesuai dengan Surat Keputusan Menteri Keuangan Nomor 1659/KMK.013/1990 tanggal 31 Desember 1990 tentang pemberian izin peleburan usaha 2 Bank pasar dan peningkatan status menjadi Bank Umum. Selanjutnya, PT. Bank Swansarindo Internasional memperoleh izin nasional berdasarkan surat Bank Indonesia Nomor 24/1/UPBD/PBD2/smr tanggal 1 Mei 1991 tentang pemberian izin usaha Bank Umum dan pemindahan alamat kantor bank. Setelah diakuisisi oleh organisasi Muhamadiyah pada akhir 2002, PT. Bank Swansarindo Internasional mengalami perubahan nama menjadi PT. Bank Persyarikatan Indonesia sesuai dengan surat Bank Indonesia nomor 5/4/KEP.DGS/2003 tanggal 24 Januari 2003 yang dituangkan kedalam Akta Nomor 109 tanggal 31 Januari 2003.

Pada perkembangannya kemudian, dalam proses penyehatan PT. Bank Persyarikatan Indonesia (2005-2008), PT. Bank Bukopin, Tbk. melakukan akuisisi dengan memberikan tambahan modal dan Eksistensi kepada PT. Bank Persyarikatan Indonesia. Selanjutnya, pada 2008, PT. Bank Persyarikatan Indonesia berubah nama menjadi PT. Bank Syariah Bukopin.

Perubahan nama tersebut sekaligus menjadi penanda perubahan kegiatan usaha bank, dari Bank Konvensional menjadi Bank Syariah. Secara legal dan formal, perubahan kegiatan usaha bank tersebut berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 10/69/KEP.GBI/DPG/2008 tanggal 27 Oktober 2008. Secara efektif, PT. Bank Syariah Bukopin, Tbk. baru menjalankan kegiatan usaha sebagai bank dengan Prinsip Syariah pada tanggal 9 Desember 2008. Selanjutnya, kegiatan operasional PT. Bank Syariah Bukopin, Tbk. secara resmi dibuka oleh M. Jusuf Kalla, Wakil Presiden Republik Indonesia (periode 2004-2009) pada 11 Desember 2008.⁹⁵

Komitmen penuh dari PT. Bank Bukopin, Tbk. sebagai pemegang saham mayoritas diwujudkan dengan menambah setoran modal dalam rangka untuk menjadikan PT. Bank Syariah Bukopin sebagai syariah dengan pelayanan terbaik. Pada tanggal 10 Juli 2009 melalui surat persetujuan Bank Indonesia, PT. Bank Bukopin, Tbk. telah mengalihkan hak dan kewajiban usaha syariahnya kepada PT. Bank Syariah Bukopin. Bank syariah bukopin cabang bukittinggi beroperasi pada 9 Juli 2009. Bank Syariah Bukopin cabang Bukittinggi dipimpin oleh Bapak Imdibkri dan Irwan selaku manager pelayanan dan operasi. Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi saat ini telah memiliki dua cabang pembantu yaitu Kantor Cabang Pembantu (KCP) UPI Padang dan KCP Payakumbuh.⁹⁶

⁹⁵ Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, *Company Profile* (Bukittinggi, 2016)

⁹⁶ Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, *Company Profile* (Bukittinggi, 2016)

Tujuan pendirian Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi yaitu segmentasi bisnis digarap oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi adalah industry kecil dan menengah, peternakan (khusus ayam petelur atau pedaging), *property*, *Trading retail*, pariwisata, *consumer* (MPR, MPM) dan amal usaha Muhamadiyah pada pendidikan, rumah sakit, Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). Strategi untuk menggarap seluruh segmentasi bisnis dengan menginventaris prospektif nasabah sesuai segmentasinya.⁹⁷

1. Visi dan Misi Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi

a. Visi

Bank Syariah Bukopin memiliki visi “Menjadi Bank Syariah Pilihan Dengan Pelayanan Terbaik”.

b. Misi

- 1) Memberikan pelayanan terbaik pada nasabah.
- 2) Membentuk sumber daya insani yang profesional.
- 3) Memfokuskan pengembangan usaha pada sector UMKM.
- 4) Meningkatkan nilai tambah pada *stakeholder*.

Untuk mencapai visi dan misi sesuai dengan arah kebijakan, PT. Bank Syariah Bukopin menetapkan langkah strategi sebagai berikut:

- 1) Pengembangan usaha dengan focus pada sector UMKM.
- 2) Mengembangkan usaha komersial.
- 3) Mengembangkan usaha *consumer*.
- 4) Penyediaan jasa-jasa fee-based pada nasabah.
- 5) Memperkuat teknologi dan jaringan pelayanan.
- 6) Memperkuat SDI.
- 7) Peningkatan kualitas pengelolaan resiko dan kepatuhan.

⁹⁷ Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, *Company Profile* (Bukittinggi, 2016)

Nilai budaya perusahaan Bank Syariah Bukopin Yaitu:

- 1) Amanah.
- 2) Integritas.
- 3) Peduli.
- 4) Kerjasama.
- 5) Kualitas.⁹⁸

2. Produk-produk PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi

Bank Syariah Bukopin memiliki produk-produk pendanaan, penyaluran dan jasa.

a. Produk-produk Penghimpun dana (*Funding*) Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi

1) Produk Tabungan

Simpanan dana pihak ketiga pada bank berdasarkan prinsip *wadiah* dan *mudharabah* untuk perorangan, badan usaha / hukum yang penarikannya hanya dapat menurut syarat tertentu yang disepakati, namun tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro/ alat pembayar menurut syarat tertentu yang disepakati. Adapun jenis-jenis produk tabungan yang ada pada Bank Syariah Bukopin adalah:⁹⁹

(a) TabunganKu iB

TabunganKu merupakan tabungan untuk perorangan dengan persyaratan yang murah dan ringan yang diterbitkan secara bersama-sama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. TabunganKu menggunakan akad *wadi'ah yad dhamanah*, dimana bank dapat menggunakan dana tersebut untuk diproduksi

⁹⁸ Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, *Profil Perusahaan*, (Bukittinggi, 2016)

⁹⁹ Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, *Profil Perusahaan*, (Bukittinggi, 2016)

dan menjamin bahwa dana yang disalurkan tersebut dapat ditarik setiap saat oleh nasabah.

(b) Tabungan iB Siaga

Tabungan iB Siaga merupakan simpanan untuk perorangan dan badan usaha, yang dikelola dengan menggunakan prinsip bagi hasil, dengan berbagai fasilitas dan manfaat untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis.

(c) Tabungan iB Rencana

Tabungan iB Rencana merupakan simpanan berjangka yang dikelola dengan prinsip bagi hasil untuk memenuhi perencanaan pendidikan dan multiguna dimasa yang akan datang, sekaligus memberikan manfaat proteksi asuransi jiwa secara cuma-cuma. Tabungan iB rencana ada dua:

(1) Tabungan iB Pendidikan

Tabungan iB Pendidikan merupakan tabungan berjangka yang hadir sebagai pilihan investasi yang aman dan menguntungkan dalam merencanakan masa depan putra-putri nasabah untuk membantu mewujudkan cita-cita mereka.

(2) Tabungan iB Multiguna

Tabungan iB Multiguna Bank Syariah Bukopin merupakan tabungan dengan menggunakan prinsip *mudharabah mutlaqah* yang hadir sebagai pilihan investasi yang aman dan menguntungkan dalam merencanakan masa depan nasabah seperti perjalanan ibadah, wisata, pernikahan, hingga persiapan untuk pensiun.

(d) Tabungan iB Haji

Tabungan iB Haji merupakan simpanan yang dikelola dengan prinsip *wadi'ah*, dengan beragam fasilitas dan manfaat untuk persiapan ibadah haji ke tanah suci.

2) Deposito iB

Deposito iB merupakan yang dikelola dengan prinsip bagi hasil sesuai nisbah yang disepakati yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara bank dengan nasabah.

3) Giro iB

Giro iB merupakan simpanan dengan prinsip *wadi'ah yad dhamanah* yang penarikannya dapat dilakukan dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah lainnya atau melalui pemindahbukuan.¹⁰⁰

b. Produk penyaluran dana (*Lending*) Bank Syariah Bukopin

Produk penyaluran dana yang ditawarkan oleh Bank Syariah Bukopin kepada nasabah yaitu berupa pembiayaan antara lain:

1) Pembiayaan iB Jual Beli (*Murabahah*)

Merupakan fasilitas pembiayaan jual beli dengan harga perolehan ditambah dengan margin yang telah disepakati untuk memenuhi kebutuhan konsumsi maupun modal kerja investasi.

2) Pembiayaan iB Kepemilikan Mobil

Merupakan fasilitas pembiayaan kepemilikan mobil dengan prinsip jual beli *murabahah*, yaitu jual beli dengan harga perolehan ditambah dengan margin yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

3) Pembiayaan iB Kepemilikan Rumah

Merupakan pembiayaan kepemilikan rumah tinggal, ruko, rukan, apartemen atau rumah peristirahatan baik kondisi baru maupun lama dengan prinsip jual beli *murabahah*, yaitu jual

¹⁰⁰ Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, *Profil Perusahaan*, (Bukittinggi, 2016)

beli dengan harga perolehan ditambah dengan margin yang disepakati oleh kedua belah pihak.

4) Pembiayaan iB Bagi Hasil (*Mudharabah*)

Merupakan fasilitas pembiayaan dari bank untuk memenuhi kebutuhan usaha nasabah dengan prinsip bagi hasil usaha sesuai nisbah yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

5) Pembiayaan iB Bagi Hasil (*Musarakah*)

Merupakan kerjasama penanaman dana atau keahlian oleh kedua belah pihak untuk menjalankan usaha tertentu dengan prinsip bagi hasil usaha sesuai nisbah yang telah disepakati.

6) Pembiayaan iB K3A

Merupakan fasilitas pembiayaan kepada Koperasi Karyawan (KopKar), Koperasi Pegawai, Koperasi Pegawai Negeri (KPN), atau koperasi jenis lainnya yang diteruskan kepada anggotanya untuk memenuhi berbagai kebutuhan.¹⁰¹

c. Produk Jasa Syariah (*Service*) Bank Syariah Bukopin

Jasa-jasa yang diberikan oleh Bank Syariah Bukopin kepada nasabah, yaitu:

1) *Cash Management*

Merupakan layanan perbankan elektronik yang memudahkan nasabah dalam melakukan *inquiry* akses saldo dan transaksi secara *real time on-line* melalui *terminal computer* dari lokasi usaha masing-masing sehingga pengelolaan keuangan menjadi lebih efektif, efisien dan tersentralisasi.

2) Wakaf Uang

Merupakan wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang yang dapat

¹⁰¹ Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, *Profil Perusahaan*, (Bukittinggi, 2016)

dikelola secara produktif dan hasilnya dimanfaatkan untuk kesejahteraan ekonomi umat.

3) *Safe Deposit Box*

Yaitu fasilitas jasa bagi nasabah untuk menyimpan barang-barang berharga dan dokumen pribadi yang rahasia dengan sistem pengamannan berteknologi modern.

4) *SMS Banking*

Yaitu fasilitas layanan kepada nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dengan berbasis teknologi seluler.

5) *Internet Banking*

Internet banking merupakan fasilitas layanan yang diberikan kepada nasabah Bank Syariah Bukopin untuk melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, kapan saja, dimana saja, yang mempermudah penggunaannya memperoleh info rekening, transfer, pembayaran tagihan dan pembelian voucher prabayar yang dilengkapi dengan fitur SMS Token yang dapat meningkatkan keamanan transaksi melalui *internet banking*.

6) Kartu iB Siaga *Visa Electron*

Yaitu jasa yang diberikan kepada nasabah untuk dapat melakukan transaksi belanja dan transaksi lainnya di merchant atau ATM yang berlogo VISA atau VISA Electron.

7) ATM iB Siaga

Merupakan fasilitas layanan kepada nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dengan perangkat mesin ATM yang dimiliki atau ditunjuk oleh PT. Bank Syariah Bukopin. Nasabah yang dapat memakai fasilitas layanan ini adalah setiap nasabah penabung yang ingin mempunyai kartu ATM untuk menggunakan fasilitas ATM dari Bank Syariah Bukopin, transaksi dapat dilakukan disetiap mesin ATM Bank Bukopin

Konvensional, Bank Bukopin Syariah dan yang memiliki logo Prima, dan ATM BCA.

8) PPOB (*Payment Point Online Bank*)

Merupakan kerjasama Bank Syariah Bukopin dengan provider rekanan dalam sistem layanan pembayaran online, sehingga masyarakat umum dapat dengan leluasa membuka loket pembayaran PLN, TELKOM, PDAM dan lain-lain. Dengan adanya sistem ini dapat memberi peluang usaha baru untuk masyarakat guna membantu menekan angka pengangguran dan pemberdayaan ekonomi kecil di daerah.

9) *Virtual Account*

Merupakan layanan berbasis system teknologi yang berisi rincian transaksi-transaksi secara terperinci (nomor sub rekening bayangan dari satu rekening yang bertujuan untuk mengakomodir keinginan nasabah dalam identifikasi transaksi setoran yang masuk ke rekening).¹⁰²

B. Uji Validitas Instrumen dan Uji Realibilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas kuesioner dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pernyataan-pernyataan yang diajukan kepada nasabah benar-benar bisa untuk mengukur pengaruh layanan jasa ATM terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

Instrument penelitian dikatakan valid, jika koefisien korelasi *product moment* atau nilai $r \geq 0,195$. Setelah penulis melakukan uji validitas dengan menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) 16, pernyataan dari variabel layanan jasa ATM terdapat 8 pernyataan tidak valid, dikarenakan r_{hitung} lebih kecil dari nilai *product moment* / nilai batas 0,195 yaitu pada pernyataan

¹⁰² Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, *Profil Perusahaan*, (Bukittinggi, 2016)

nomor P6 $0,059 < 0,195$, P7 $-0,027 < 0,195$, P8 $0,080 < 0,195$, P9 $0,131 < 0,195$, P11 $0,192 < 0,195$, P12 $0,085 < 0,195$, P14 $0,036 < 0,195$, P15 $0,007 < 0,195$, dan pernyataan ini tidak bisa dipakai untuk mengukur pengaruh layanan jasa ATM terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

Hasil yang penulis dapatkan dari perhitungan SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) adalah:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Variabel Layanan Jasa ATM

No	Kode Item	R	Nilai Batas /Product Moment	Keterangan
1	P1	1	0,195	Valid
2	P2	0,287	0,195	Valid
3	P3	0,543	0,195	Valid
4	P4	0,198	0,195	Valid
5	P5	0,354	0,195	Valid
6	P6	0,059	0,195	Tidak Valid
7	P7	-0,027	0,195	Tidak Valid
8	P8	0,080	0,195	Tidak Valid
9	P9	0,131	0,195	Tidak Valid
10	P10	0,207	0,195	Valid
11	P11	0,192	0,195	Tidak Valid
12	P12	0,085	0,195	Tidak Valid
13	P13	0,219	0,195	Valid
14	P14	0,036	0,195	Tidak Valid
15	P15	0,007	0,195	Tidak Valid
16	P16	0,223	0,195	Valid

Sumber: Data Olahan Melalui SPSS 16

Sedangkan pernyataan dari variabel kepuasan nasabah dapat dikatakan valid karena r hitung $>$ dari pada nilai *product moment* / nilai batas 0,195 ($P1\ 1 > 0,195$, $P2\ 0,424 > 0,195$, $P3\ 0,314 > 0,195$). Hasil yang penulis peroleh terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

No	Kode Item	R	Nilai Batas	Keterangan
1	P1	1	0,195	Valid
2	P2	0,424	0,195	Valid
3	P3	0,314	0,195	Valid

Sumber: Data Olahan Melalui SPSS 16

2. Uji Realibilitas

Setelah melakukan uji validitas instrument untuk mengukur kepuasan nasabah, selanjutnya penulis melakukan uji realibilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Uji realibilitas ini menggunakan metode *alpha cronbach*, suatu variabel dikatakan realibel jika variabelnya memiliki nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0,60. Hasil uji realibilitas dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.3
Hasil Uji Realibilitas Variabel Layanan Jasa ATM

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	19

Sumber: Data Olahan Melalui SPSS 16

Dari hasil uji realibilitas variabel layanan jasa ATM pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *alpha cronbach* nya lebih besar dari 0,60, yaitu sebesar 0,892. Ini menunjukkan bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian ini realibel, *alpha*

cronbach yang didapatkan adalah 0,892. Pendekatan ini bisa digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah.

C. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil dari regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Untuk Melihat Pengaruh Layanan Jasa ATM
Terhadap Kepuasan Nasabah
Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.364	1.316		1.036	.303
	total tangible	.331	.075	.365	4.399	.000
	total reliability	.122	.072	.159	1.694	.094
	total responsiveness	.220	.063	.348	3.466	.001
	total assurance	.007	.092	.008	.074	.941

a. Dependent Variable: total kepuasan nasabah

Sumber: Data Olahan Melalui SPSS 16

Model dari regresi ini adalah:

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

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa persamaan regresinya yaitu:

$$Y = 1,364 + 0,331X_1 + 0,122X_2 + 0,220X_3 + 0,007X_4$$

Interpretasi dari regresi di atas adalah sebagai berikut:

a = Nilai konstanta adalah sebesar 1,364 artinya jika variabel *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4) adalah nol, maka nilai variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 1,364.

b_1 = *Tangible* (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Nilai koefisien *Tangible* untuk variabel X_1 sebesar 0,331. Hal ini mengandung arti bahwa jika variabel *Tangible* ditingkatkan satu satuan, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi (Y) sebesar 0,331 satu satuan. Kesimpulannya yaitu, jika nilai $t_{hitung} 4,399 > t_{tabel} 1,984$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan ini menunjukkan nasabah pengguna kartu ATM “puas” terhadap layanan jasa ATM yang diberikan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

b_2 = *Reliability* (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Nilai koefisien *Reliability* untuk variabel X_2 sebesar 0,122. Hal ini mengandung arti bahwa jika variabel *Reliability* ditingkatkan satu satuan, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi (Y) sebesar 0,122 satu satuan. Kesimpulannya yaitu, jika nilai $t_{hitung} 1,694 < t_{tabel} 1,984$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan ini menunjukkan nasabah pengguna kartu ATM “kurang puas” terhadap layanan jasa ATM yang diberikan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

$b_3 = \text{Responsiveness } (X_3)$ terhadap kepuasan nasabah (Y)

Nilai koefisien *Responsiveness* untuk variabel X_3 sebesar 0,220. Hal ini mengandung arti bahwa jika variabel *Responsiveness* meningkat satu satuan, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi (Y) sebesar 0,220 satu satuan. Kesimpulannya yaitu, jika nilai $t_{hitung} 3,466 > t_{tabel} 1,984$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan ini menunjukkan nasabah pengguna kartu ATM “cukup puas” terhadap layanan jasa ATM yang diberikan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

$b_4 = \text{Assurance } (X_4)$ terhadap kepuasan nasabah (Y)

Nilai koefisien *Assurance* untuk variabel X_4 sebesar 0,007. Hal ini mengandung arti bahwa jika variabel *Assurance* ditingkatkan satu satuan, maka akan menyebabkan kenaikan kepuasan nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi (Y) sebesar 0,007 satu satuan. Kesimpulannya yaitu, jika nilai $t_{hitung} 0,074 < t_{tabel} 1,984$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan ini menunjukkan nasabah pengguna kartu ATM “kurang puas” terhadap layanan jasa ATM yang diberikan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

2. T-Test Analisis

Tabel 4.5
Hasil Pengujian Hipotesis T.Test

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.364	1.316		1.036	.303
	total tangible	.331	.075	.365	4.399	.000
	total reliability	.122	.072	.159	1.694	.094
	total responsiveness	.220	.063	.348	3.466	.001
	total assurance	.007	.092	.008	.074	.941

a. Dependent Variable: total kepuasan nasabah

Sumber: Data Olahan Melalui SPSS 16

a. *Tangible*

Dari tabel 4.5 diketahui bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel *Tangible* adalah sebesar 4.399, sedangkan t_{tabel} ($\alpha/2; n-2$) pada taraf signifikansinya 5% adalah sebesar 1,984. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *Tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Artinya, jika dilihat dari items kepuasan ini menunjukkan bahwa nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi merasa “puas” terhadap layanan jasa ATM yang diberikan.

b. *Reliability*

Dari hasil perhitungan diperoleh t_{hitung} untuk variabel *Reliability* adalah sebesar 1,694, sedangkan t_{tabel} sebesar 1,984. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a

ditolak. Artinya variabel *Reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Artinya, jika dilihat dari items kepuasan ini menunjukkan bahwa nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi merasa “kurang puas” terhadap layanan jasa ATM yang diberikan.

c. *Responsiveness*

Dari hasil perhitungan diperoleh t_{hitung} untuk variabel *Responsiveness* adalah sebesar 3,466, sedangkan t_{tabel} sebesar 1,984. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Artinya, jika dilihat dari items kepuasan ini menunjukkan bahwa nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi merasa “cukup puas” terhadap layanan jasa ATM yang diberikan.

d. *Assurance*

Dari hasil perhitungan diperoleh t_{hitung} untuk variabel *Assurance* adalah sebesar 0,074, sedangkan t_{tabel} sebesar 1,984. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel *Assurance* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Artinya, jika dilihat dari items kepuasan ini menunjukkan bahwa nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi merasa “kurang puas” terhadap layanan jasa ATM yang diberikan.

3. F-Test Analisis

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Hipotesis F.Test

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	135.674	4	33.919	24.536	.000 ^a
	Residual	131.326	95	1.382		
	Total	267.000	99			

a. Predictors: (Constant), total assurance, total tangible, total reliability, total responsiveness

b. Dependent Variable: total kepuasan nasabah

Sumber: Data Olahan Melalui SPSS 16

Dari tabel di atas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 24.536, sedangkan untuk F_{tabel} ($df_1; df_2$; nilai sig α) = $F(5; 95; 0,05) = 2,70$ (tabel distribusi F dengan taraf signifikansi 5%). Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa layanan jasa ATM (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance*) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Artinya, jika dilihat dari items kepuasan ini menunjukkan bahwa nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi sebagian nasabah ada yang mengatakan “puas”, dan sebagiannya lagi mengatakan “kurang puas” terhadap layanan jasa ATM yang diberikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan jasa ATM terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Data-data yang menyangkut penelitian ini diperoleh dari *Funding Officer* (data nasabah pengguna ATM), dan kuesioner yang dibagikan pada nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Untuk aspek dimensi bukti fisik atau *Tangible* (X_1), layanan jasa ATM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu ATM (Y), karena nasabah pengguna kartu ATM “puas” terhadap layanan jasa ATM yang diberikan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Hal ini di dukung oleh hasil analisis yang diperoleh bahwa variabel *Tangible* (X_1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,331 (bertanda positif) terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu ATM (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar 4,399, sedangkan t_{tabel} 1,984, yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$.
2. Untuk aspek dimensi kehandalan atau *Reliability* (X_2), layanan jasa ATM tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu ATM (Y), karena nasabah pengguna kartu ATM “kurang puas” terhadap layanan jasa ATM yang diberikan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Hal ini di dukung oleh hasil analisis diperoleh bahwa variabel *Reliability* (X_2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,122 (bertanda positif) terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu ATM (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar 1,694, sedangkan t_{tabel} 1,984, yang berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$.

3. Untuk aspek dimensi daya tanggap atau *Responsiveness* (X_3), layanan jasa ATM berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu ATM (Y), karena nasabah pengguna kartu ATM “cukup puas” terhadap layanan jasa ATM yang diberikan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Hal ini di dukung oleh hasil analisis diperoleh bahwa variabel *Responsiveness* (X_3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,220 (bertanda positif) terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu ATM (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar 3,466, sedangkan t_{tabel} 1,984, yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$.
4. Untuk aspek dimensi rasa aman atau *Assurance* (X_4), layanan jasa ATM tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu ATM (Y), karena nasabah pengguna kartu ATM “kurang puas” terhadap layanan jasa ATM yang diberikan oleh Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi. Hal ini di dukung oleh hasil analisis diperoleh bahwa variabel *Assurance* (X_4) memiliki koefisien regresi sebesar 0,007 (bertanda positif) terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu ATM (Y) dan nilai t_{hitung} sebesar 0,074, sedangkan t_{tabel} 1,984, yang berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$.
5. Layanan jasa ATM secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu F_{hitung} 24,536 $>$ F_{tabel} 2,70. Artinya, jika dilihat dari items kepuasan ini menunjukkan bahwa nasabah pengguna kartu ATM pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi sebagian nasabah ada yang mengatakan “puas”, dan sebagiannya lagi mengatakan “kurang puas” terhadap layanan jasa ATM yang diberikan.

B. Saran

Dari kesimpulan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan saran kepada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi agar selalu memberikan kualitas layanan jasa ATM yang baik dan selalu mempertahankannya terutama dari variabel *Tangible* (bentuk fisik), dan *Responsiveness* (daya tanggap) dan lebih meningkatkan lagi setiap layanan jasa yang ada di dunia teknologi perbankan, agar nasabah mendapatkan manfaat serta keuntungan yang bisa diperoleh oleh setiap nasabah dalam menggunakan setiap layanan jasa yang dimiliki oleh bank tersebut.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Anshori, Abdul Ghofur. 2007. *Perbankan Syariah Di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Arikunto, Suharsimi. 2007. *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
- , 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Ascarya, 2008. *Akad & Produk Perbankan Syariah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Gozali, Djoni S. 2010. *Hukum Perbankan*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Hartanto, Dicki. 2012. *Bank dan Keuangan lain*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Husnan, Suad dan Suarono Muhammad. 2000. *Studi Kelayakan Proyek*, Yogyakarta: Unit Penerbit Percetakan.
- <http://syariahbukopin.co.id>, diakses pada hari Kamis 10/03/2016 jam 09.00/Produk-produk Layanan Jasa.
- Irawan, Hendy Juwandi. 2004. *Kepuasan Pelayanan Jasa*, Jakarta: Erlangga.
- Irianto, Agus. 2006. *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, Jakarta: Kencana.
- Ismail, 2011. *Manajemen Perbankan dari Teori Menuju Aplikasi*, Jakarta: Kencana.
- , 2011. *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Istijianto, 2005. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia.
- Kotler, Philip. 1997. *Dasar-dasar Manajemen*, terjemahan Buku Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, Edisi Indonesia, Jakarta: Prenhallindo.
- Kasmir, 2007. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Edisi Keenam, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Lupiyadi, Rambat dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Jakarta : Salemba Empat.
- Purwanto, 2010. *Instrumen Penelitian Sosial dan Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sigit, Cristianus. 2010. *SPSS (Statistical Product and Service Solutions) 18*, Yogyakarta: Andi Offset.

- Siregar,Syofian. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*,Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sudarsono,Heri. 2004.*Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*,Yogyakarta: Ekonisia.
- Sulaiman,Abdul Wahab Ibrahim Abu. 2006.*Banking Cards Syariah*,Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sunaryo, 2015.*Hukum Lembaga Pembiayaan*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Sjahdeini,Sutan Remy. 2014. *Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, Jakarta: Kencana.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, 2008.*Kamus Bahasa Indonesia*,Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Tjiptono,Fandy. 2004.*Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Bab 1, Pasal 1.
- Wahjono,Sentot Imam. 2010.*Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Widodo,Hendi.2005.*Mengapa Memilih Bank Syariah*, Jakarta: Ghalia Indonesia.



**KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
BATUSANGKAR**

*Jl. Sudirman No.137 Kuburaja Lima Kaum Batusangkar 27213, Telp. (0752) 71150, Ext 135, Fax. (0752) 71879
Website : www.stainbatusangkar.ac.id e-mail : info@stainbatusangkar.ac.id*

Batusangkar, 18 Februari 2016

nomor : Sti.02/IX/TL.00/ 399.D/2016
jumlah : 1 (satu) eksemplar
sifat : **Mohon Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Pimpinan Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi
di
Bukittinggi

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.
Dengan hormat,

Dengan ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa Mahasiswa yang namanya tersebut di bawah ini:

Nama / NIM : **Fikih Haldi / 11202029**
Tempat/Tanggal Lahir : Batusangkar, 12 Desember 1992
Kartu Identitas : NIK: 1304101212920001
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Alamat : Jorong Guguk Tinggi Nagari Sumanik Kecamatan Salimpaung
Kabupaten Tanah Datar

akan melakukan pengumpulan data untuk proses Penulisan Laporan Hasil Penelitiannya sebagai berikut:

Judul : **Pengaruh Layanan Jasa ATM (Automatic Teller Machine) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi**
Lokasi : Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi
Waktu : 19 Februari s.d 19 April 2016
Dosen Pembimbing 1 : Yusrizal Efendi, S.Ag., M.Ag.
2 : Elfadhli, S.E.I., M.Si.

Untuk itu, diharapkan kiranya Bapak/Ibu berkenan memberi izin dalam rangka pelaksanaan penelitian mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian disampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

a.n. Ketua
Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat

Humidi, SH., M.Hum.
197503031999031004

Tembusan disampaikan kepada Yth.

1. Ketua STAIN Batusangkar (Sebagai Laporan)
2. Wakil Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (Sebagai Laporan)
3. Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Batusangkar.
4. Ketua Program Studi Perbankan Syariah STAIN Batusangkar.
5. Arsip.

SURAT KETERANGAN
No. 577 /BKT/BSB/XI/2015

PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Fikhil Haldi
Bp/Nim : 11202029
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Telah melakukan penelitian dan pengambilan data di PT. Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi, guna penyusunan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Layanan Jasa ATM (Automatic Teller Machine) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Bukopin Cabang Bukittinggi**

Demikianlah Surat keterangan ini dibuat, agar dapat digunakan seperlunya.

Bukittinggi, 26 Februari 2016

PT. Bank Syariah Bukopin
Cabang Bukittinggi


Imdikri
Pemimpin Cabang

IMD/se