

**PENGARUH PELAYANAN *TELLER* DAN
CUSTOMER SERVICE
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK MUAMALAT
KANTOR CABANG PALANGKA RAYA**

SKRIPSI



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PRODI PERBANKAN SYARIAH
TAHUN AJARAN 2019 M / 1441 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **PENGARUH PELAYANAN *TELLER* DAN
CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DI BANK MUAMALAT KANTOR
CABANG PALANGKA RAYA**

NAMA : YULIANTI
NIM : 1504110035
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN : EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH
JENJANG : STRATA SATU (SI)

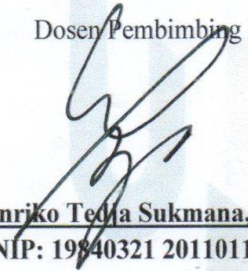
Palangka Raya, Oktober

2019

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

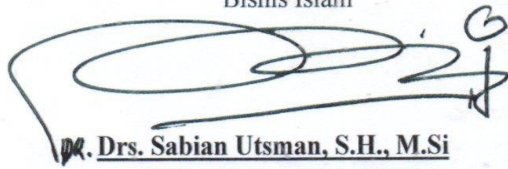

Enriko Tedja Sukmana, M.Si
NIP: 19840321 2011011 012

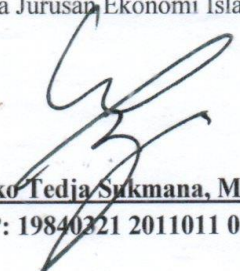

Nia Kurniati Hasibuan, M.H
Nik: 198708042018091022

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam

Ketua Jurusan Ekonomi Islam


Drs. Sabian Utsman, S.H., M.Si
NIP: 196311091992031004


Enriko Tedja Sukmana, M.Si
NIP: 19840321 2011011 01

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi**

Palangka Raya, Oktober 2019

Saudari Yulianti

Kepada

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi

FEBI IAIN Palangka Raya

di-

Palangka Raya

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya,
maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

NAMA : YULIANTI
NIM : 1504110035
**JUDUL : PENGARUH PELAYANAN TELLER DAN
CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DI BANK MUAMALAT KANTOR
CABANG PALANGKA RAYA**

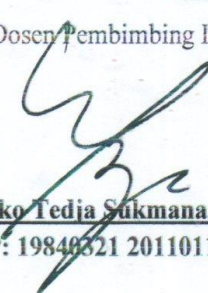
Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,


Enriko Tedja Sukmana, M.Si
NIP: 19840321 2011011 012


Nia Kurniati Hasibuan, M.H
Nik: 198708042018091022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “LEMBAR PENGESAHAN PENGARUH PELAYANAN *TELLER* DAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PALANGKA RAYA” oleh Yulianti NIM: 1504110035 telah *dimunaqasyahkan* pada TIM *dimunaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Senin
Tanggal : 28 Oktober 2019

Palangka Raya, 28 Oktober 2019

1. ALI SADIKIN, M.SI (.....)
Ketu Sidang
2. M. ZAINAL ARIFIN, M.Hu (.....)
Penguji I
3. ENRIKO TEDJA SUKMANA, M.SI (.....)
Penguji II
4. NIA KURNIATI HASIBUAN, M.H (.....)
Sekretaris Sidang

Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam


Drs. Sabian Utsman, S.H., M.Si

NIP. 196311091992031004

**PENGARUH PELAYANAN *TELLER* DAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP KEPUASAN NASABAH
DI BANK MUAMALAT KANTOR CABANG PALANGKA RAYA**

ABSTRAK

Oleh: Yulianti
1504110035

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam instraksi antara orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan terhadap nasabah. Dalam memberikan pelayanan setiap perusahaan memiliki cara yang berbeda dengan perusahaan lain. Namun bentuk pelayanan terdiri dari 3 bentuk pelayanan pertama pelayanan dengan lisan yaitu cara penyampaian, yang kedua dengan tulisan dan yang ketiga dengan perbuatan tingkah laku. Penelitian ini akan difokuskan pada Bagaimana pelayanan *teller* dan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat kantor cabang Palangka Raya Bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan *teller* dan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat kantor cabang Palangka Raya.

Jenis penelitian ini menggunakan metode diskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data penulis menggunakan observasi dan angket. Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan atau bisa disebut dengan *field research*. Populasi penelitian ini adalah 20.000 nasabah, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling incidental* dengan menggunakan rumus *slovin* dan didapat sampel 100 responden nasabah Bank Muamalat Palangka Raya dari jumlah responden tersebut diberikan angket untuk dijawab. Metode pengumpulan data penulis menggunakan angket. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Pengaruh pelayanan *teller* dan pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah sama-sama berpengaruh signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,375 yang dapat diartikan bahwa variabel pelayanan *teller* dan pelayanan *customer service* mempunyai pengaruh sebesar 37,5% terhadap variabel kepuasan nasabah, sedangkan 62,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dari variabel yang diteliti oleh peneliti.

Kata Kunci: Pelayanan, Kepuasan nasabah

***THE INFLUENCE OF TELLER AND CUSTOMER SERVICE TOWARDS
CUSTOMER SATISFACTION IN BANK MUAMALAT PALANGKA RAYA
BRANCH OFFICE***

ABSTRACT

Oleh: Yulianti
1504110035

Service is an activity or sequence of activities that take place in an instruction between other people or machines physically and provides satisfaction to customers. In providing services each company has a different way from other companies. But the form of service consists of the first 3 forms of service orally, namely the delivery method, the second with writing and the third with behavior. This study will focus on how the teller service and customer service to customer satisfaction at Bank Muamalat Palangka Raya branch office Aims to determine the effect of teller service and customer service on customer satisfaction at Bank Muamalat Palangka Raya branch office.

This type of research uses quantitative descriptive methods. The author's data collection method uses observation and questionnaires. This research is research conducted directly in the field or can be called a field research. The population of this study was 20,000 customers, the sampling technique used incidental sampling technique using the Slovin formula and obtained a sample of 100 respondents of Bank Muamalat Palangka Raya customers from the number of respondents given a questionnaire to be answered. The author's data collection method uses a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression.

The effect of teller service and customer service service on customer satisfaction are both significantly influence $0,000 < 0.05$. The results of this study also show that the R Square value of 0.375 can be interpreted that the teller service and customer service variables have an influence of 37.5% on the customer satisfaction variable, while the other 62.5% is influenced by factors outside the variable researched by researchers.

Keywords: Service, customer satisfaction

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah. puji syukur dan terimakasih kepada Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana (skripsi). Semoga karya sederhana ini juga merupakan manifestasi dari rasa syukur peneliti kepada Allah SWT. Tak lupa shalawat dan salam semoga tetap senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW., *rahmatul lil 'ālamīn*, yang telah membawa manusia dari gelapnya zaman jahiliah menuju zaman yang penuh cahaya keilmuan dan berperadaban, yakni *ad-dīnul islām*.

Selama penulisan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, peneliti ingin menyatakan penghargaan yang setinggi-tingginya dan menghaturkan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak, baik yang langsung maupun secara tidak langsung, telah membantu dalam penyelesaian tugas mulia ini, diantaranya adalah:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam di IAIN Palangka Raya sekaligus Dosen Pembimbing Akademik dan Dosen

Pembimbing 1 yang selalu membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat serta memberikan arahan dalam pembuatan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

4. Nia Kurniati Hasibuan, M.H selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan ilmu dan pelajaran yang sangat berharga, meluangkan waktu dan sabar dalam membimbing.
5. Bapak/Ibu dosen IAIN Palangka Raya khususnya dosen-dosen dan seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis. Serta pemimpin dan staf administrasi perpustakaan IAIN Palangka Raya yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk meminjamkan berbagai referensi yang berkaitan dengan skripsi ini.
6. Branch Manager Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya yang telah berkenan memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian, staf dan nasabah bank yang telah bersedia memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini dan bersedia menjawab angket penulis dengan ikhlas.
7. Ucapan terima kasih banyak untuk kedua orang tua yang tidak pernah menyerah untuk menyekolahkan anak-anaknya berkat do'a, semangat, bantuan metrial dan hati yang ikhlas membuat penulis bersemangat menyelesaikan tugas akhir ini. Untuk Kakaku Muhammad Nazaruddin, adik-adikku Norhaliza dan Afifatusholeha yang selalu memberikan memotivasi dan menyemangatiku, memberikan nasehat yang sangat berarti, yang tiada terhingga.

8. Semua teman-teman program studi Perbankan Syariah angkatan 2015 kelas B yang sama-sama berjuang dan saling memberikan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir.

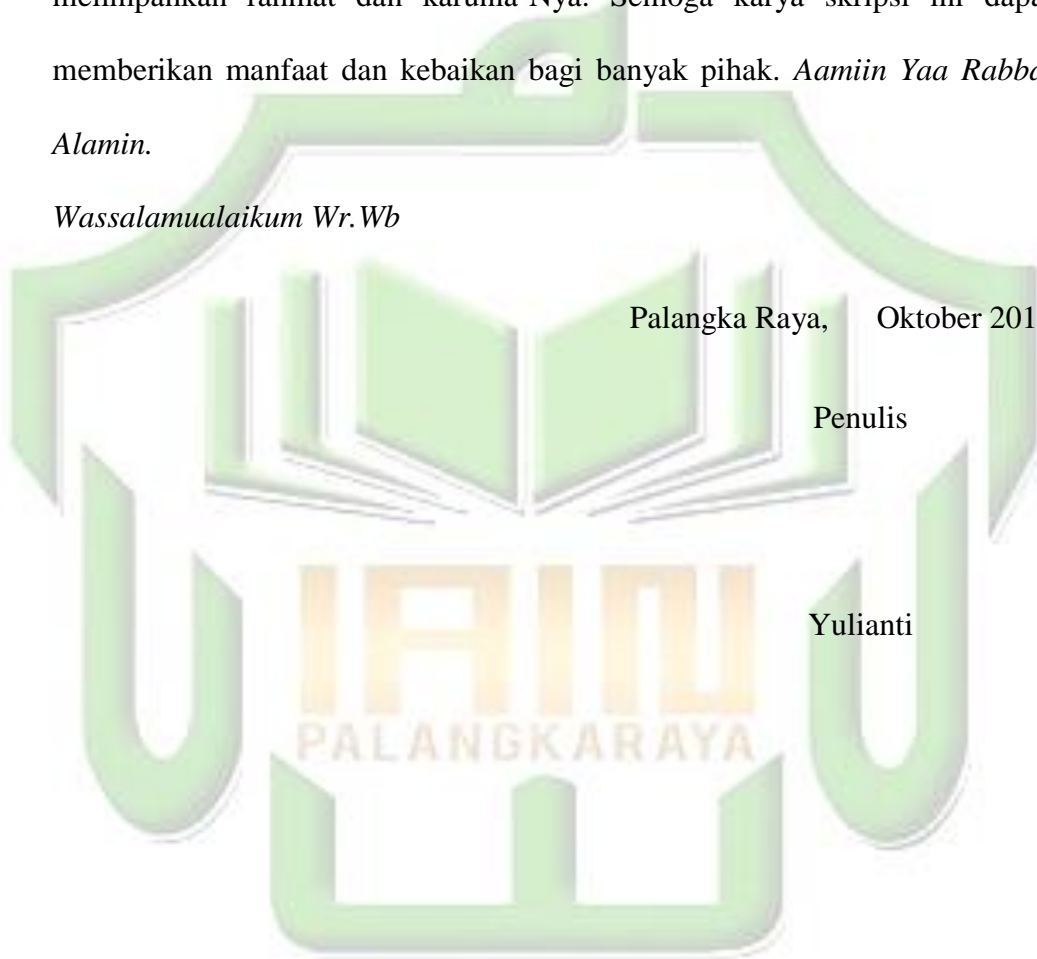
Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Semoga karya skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi banyak pihak. *Aamiin Yaa Rabbal Alamin.*

Wassalamualaikum Wr.Wb

Palangka Raya, Oktober 2019

Penulis

Yulianti



PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Pelayanan *Teller* dan *Customer Service* di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya” adalah benar karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran maka saya siap menanggung risiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Oktober 2019

Yang Membuat Pernyataan,



Yulianti
NIM.1504110035

MOTTO

من كان يومه خيرا من أمسه فهو رابح. ومن كان يومه مثل
أمسه فهو مغبون. ومن كان يومه شرا من أمسه فهو ملعون

“Barangsiapa yang harinya sekarang lebih baik daripada kemarin maka dia termasuk orang yang beruntung. Barangsiapa yang harinya sama dengan kemarin maka dia adalah orang yang merugi. Barangsiapa yang harinya sekarang lebih jelek daripada harinya kemarin maka dia terlaknat.”



PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kusembahkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan kekuatan, membekaliiku dengan ilmu serta memberikan jalan dalam penulisan skripsi sederhana ini dapat terselesaikan. sholawat serta salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang sangat aku kasahi dan kusayangi.

Mama dan Abah Tercinta

Terimakasih telah menjadi orang tua yang sangat pengertian dan menyayangiku dengan sepenuh hati, yang tidak pernah lelah untuk memberikanku nasehat, motivasi dan percaya atas diriku. Serta mendoakan ku selalu dan menjadikan rumah sebagai tempat yang paling nyaman untuk pulang dan sebagai tempat untuk mencurahkan rasa sedih dan bahagia.

Saudaraku

Untuk Kakaku Muhammad Nazaruddin dan Adik-adikku Norhaliza dan Afifatusholeha yang aku sayangi yang selalu memberikan memotivasi dan menyemangatiiku, memberikan nasehat yang sangat berarti, yang tiada terhingga. Terimakasih.

Sahabat dan teman-teman yang telah membantu dan menyemangatiiku. Terimakasih atas kebersaan canda dan tawa yang pernah kita lalui.

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk semua pihak yang telah membantu. Semoga Allah sanantiasa membalas setiap kebaikan kalian .

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	,	koma terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	Em
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعقدين	Ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliya</i>
---------------	---------	--------------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harkat, fathah, kasrah, atau dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ā</i>
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	<i>Ī</i>
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	<i>Ū</i>
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>

قول	Ditulis	<i>Qaulun</i>
-----	---------	---------------

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوي الفروض	Ditulis	<i>żawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



DAFTAR ISI

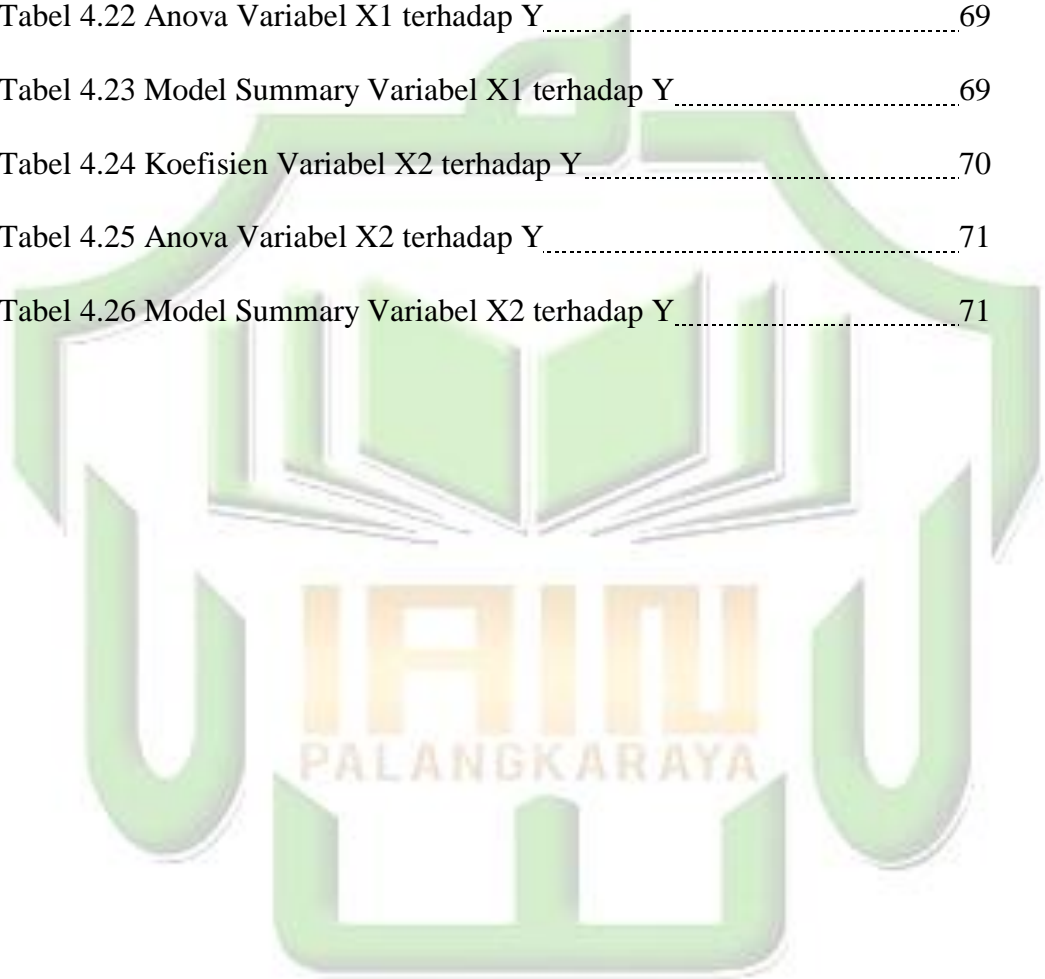
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
NOTA DINAS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ix
MOTTO	x
PERSEMBAHAN.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xii
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GRAFIK	xxii
DAFTAR SKEMA	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penulisan.....	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Kajian Teori	11
C. Kerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	30
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian	30

C. Populasi dan Sampel.....	31
D. Teknik Pengumpulan Data.....	33
E. Validitas dan Reliabilitas	35
F. Teknik Pengolahan Data.....	37
G. Uji Persyaratan Analisis.....	38
H. Teknik Analisis Data	39
I. Analisis Data.....	39
BAB IV PEMBAHASAN.....	42
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	42
B. Hasil Analisis Data Penelitian	49
C. Hasil Analisis Data	56
D. Uji Persyaratan Analisi	59
E. Pembahasan	72
BAB V PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	78
A. Buku.....	78
B. Skripsi	80
C. Undang-undang.....	80
D. Internet.....	80
LAMPIRAN.....	xxiii

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	11
Tabel 3.1 Kisi-kisi Pertanyaan yang digunakan dalam Angket.....	34
Tabel 3.2 Tingkat Keandalan <i>Cronbach alpha</i>	37
Tabel 3.3 Alternatif Jawaban	39
Tabel 4.1 Keragaman Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.2 Keragaman Responden Berdasarkan Jenis kelamin	50
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Pendapatan Responden Pelayanan <i>Teller</i>	51
Tabel 4.4 Data Interval Pelayanan <i>Teller</i>	52
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Pendapatan Responden Pelayanan <i>Coustemer Service</i>	53
Tabel 4.6 Data Interval Pelayanan <i>Coustemer Service</i>	54
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Pendapatan Responden Kepuasan Nasabah.....	55
Tabel 4.8 Data Interval Kepuasan Nasabah.....	56
Tabel 4.9 Keputusan Validitas Pelayanan <i>teller</i>	57
Tabel 4.10 Keputusan Validitas Pelayanan <i>Customer Service</i>	57
Tabel 4.11 Keputusan Validitas Kepuasan Nasabah	58
Tabel 4.12 Uji Reliabelitas	59
Tabel 4.13 Normalitas	60
Tabel 4.14 Grafik.....	60
Tabel 4.15 Normal Plot.....	61
Tabel 4.16 Linieritas X1 dan Y	62
Tabel 4.17 Linieritas X2 dan Y	63

Tabel 4.18 Koefisien Variabel X1 dan Variabel X2 terhadap Y	64
Tabel 4.19 Anova Variabel X1 dan Variabel X2 terhadap Y	66
Tabel 4.20 Model Summary Variabel X1 dan Variabel X2 terhadap Y	67
Tabel 4.21 Koefisien Variabel X1 terhadap Y	68
Tabel 4.22 Anova Variabel X1 terhadap Y	69
Tabel 4.23 Model Summary Variabel X1 terhadap Y	69
Tabel 4.24 Koefisien Variabel X2 terhadap Y	70
Tabel 4.25 Anova Variabel X2 terhadap Y	71
Tabel 4.26 Model Summary Variabel X2 terhadap Y	71



DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1.....	60
-----------------	----



DAFTAR SKEMA

Skema 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
-----------------------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun c ri masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk simpanan dan bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹ Tiga kegiatan utama perbankan yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana dan memberikan jasa bank lainnya.²

Persaingan di industri perbankan dan jasa keuangan yang semakin intensif menuntut bank harus memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabahnya karena setiap bank akan bersaing merebut hati nasabahnya. Hasil penelitian menunjukkan perusahaan yang unggul dalam menciptakan nilai akan memiliki kinerja bisnis yang unggul. Pemberian nilai yang unggul kepada nasabah dapat dilakukan melalui penyediaan produk atau jasa yang lebih baik dibandingkan pesaing. Jika bank mampu mewujudkannya secara terus-menerus, maka diharapkan dapat mendukung kinerja bisnis jangka panjang.³

Banyak faktor yang menyebabkan kegiatan Bank akan berjalan dengan baik salah satunya adalah faktor pelayanan yang diberikan kepada

¹Perubahan Atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan. JDIIH BPK RI DATABASE PERATURAN. <https://peraturan.bpk.go.id> (Online 09 september 2019)

²Trisadini P. Usanti & Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013, h. 10.

³Tatik Suryani. *Manajemen Pemasaran (Strategic Bank Di Era Global)*, Jakarta: Kencana, 2017, h. 3

nasabah, makin sempurna pelayanan yang diberikan maka makin banyak nasabah yang datang untuk melakukan transaksi.⁴

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam instraksi antara orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan terhadap nasabah. Dalam memberikan pelayanan setiap perusahaan memiliki cara yang berbeda dengan perusahaan lain. Namun bentuk pelayanan terdiri dari 3 bentuk pelayanan pertama pelayanan dengan lisa yaitu cara penyampaian, yang kedua dengan tulisan dan yang ketiga dengan perbuatan tingkah laku.⁵

Setiap bank atau perusahaan jasa lainnya ada yang bertugas melayani nasabah secara langsung yaitu *frontliner*. *Frontliner* terdiri dari *teller*, *customer service* dan *security*, ditempatkan dibarisan terdepan dari sebuah perusahaan layanan jasa yang tentunya akan sering berhadapan dengan nasabah maka dari itu para *frontliner* wajib memberikan pelayanan yang memuaskan agar dapat menciptakan kesan yang baik dimata nasabah, sehingga keterlibatannya menjadi daya tarik sendiri pada bank bersangkutan. Sebagai seorang *teller* dan *customer service* harus menunjukkan pelayanan yang sesuai dengan standar layanan dan pedoman yang digunakan dalam bekerja, sehingga apabila *teller* dan *customer service* memiliki komitmen dalam menetapkan standar layanan yang ada dapat menciptakan kepuasan dari nasabah ketika bertransaksi, karena tolak ukur keberhasilan sebuah bank

⁴Kasmir, *Customer Services Excellent Teori dan Praktek*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017, h. 46.

⁵Reza Rizkii. 2015. *Teori Pelayanan Bank*. [http:// Reza Rizkii. Blogspot.com](http://RezaRizkii.blogspot.com) (Online 15 Juli 2019).

salah satunya adalah tergantung kepada kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan. Dalam hal ini kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting yang harus diperhatikan dan diwujudkan karena nasabah merupakan penilai terakhir dari mutu pelayanan yang telah diberikan oleh pihak bank.

Teller dan *customer service* sama-sama bertugas melayani nasabah, pengukuran kepuasan nasabah salah satunya dari pelayanan yang diberikan oleh petugas *teller* dan *customer service*. Penentuan kepuasan nasabah itu berdasarkan terpenuhinya harapan yang dimiliki nasabah tersebut maka dari pada itu nasabah memiliki kendali atas penilaian terhadap petugas *teller* dengan petugas *customer service* dari kedua petugas tersebut tentunya nasabah bisa merasakan pelayanan yang lebih memuaskan nasabah.

Bank Muamalat Cabang Palangka Raya adalah Bank Syariah pertama di Indonesia dan sampai sekarang masih eksis di bidang pelayanan jasa maka dari itu tentunya sangat memerlukan kepercayaan dari para nasabah untuk keberlangsungan berjalannya suatu usaha. Bank Muamalat memiliki strategi untuk memuaskan nasabah dengan memberikan pelayanan yang maksimal dan memilih pegawai yang memiliki pengetahuan dan pendidikan yang sesuai dengan dibidangnya namun tetap yang mengukur kepuasan nasabah adalah nasabah itu sendiri nasabah bisa merasa puas pada pelayanan *teller* tidak dengan pelayanan *customer service* atau sebaliknya.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul: **Pengaruh Pelayanan *Teller* dan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah penelitian adalah :

1. Bagaimana pengaruh pelayanan *teller* dan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan *teller* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya?
3. Bagaimana pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya?

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan *teller* dan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan *teller* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak berkepentingan. Manfaat yang dapat diambil diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Agar memperoleh gelar Sarjana S1 Ekonomi (S.E) dan untuk mengkaji penerapan teori pelayanan dalam memenuhi kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan materi dan masukan yang berguna dalam melaksanakan penelitian terhadap masalah yang berkaitan sehingga kegiatan penelitian yang dapat dilakukan secara berkesinambungan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- BAB I** Pendahuluan membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II** Kajian pustaka, berisi tentang seluruh teori penguat atau pendukung yang membentuk suatu paradigma terkait penelitian ini.
- BAB III** Metode penelitian, umumnya memuat: waktu dan tempat penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.
- BAB IV** Hasil penelitian dan pembahasan. Bab ini berisi hasil pengelolaan data dan sejumlah informasi yang dihasilkan dari pengolahan data, sesuai dengan metode penelitian.
- BAB V** Penutup, adapun bagian didalamnya yaitu kesimpulan, saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul yang peneliti angkat dan telah melakukan penelitian pada Bank Syariah Di Indonesia, diantaranya:

Pertama penelitian Alinda Hatikarini, skripsi dengan judul: Analisis Perbandinga Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Jasa Pengiriman Paket di PT. POS Indonesia (Persero) dan JNE Kota Serang. Latar belakang penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pengiriman paket di PT. POS Indonesia (Persero) dangan pelayanan jasa pengiriman yang diberikan oleh JNE.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pengiriman paket di PT. POS Indonesia (Persero) Kota Serang, seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pengiriman paket di JNE Kota Serang, Faktor apa yang membedakan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pengiriman paket di PT. POS Indonesia (Persero) dan JNE Kota Serang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pengirimin paket di PT. POS indonesia Kota Serang adalah $7.869 : 10.560 = 0,74$, maka dalam presentase sebesar 74%. Sedangkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pengirimin paket JNE adalah $8.029 : 10.560 = 0,67$ maka dalam presentase sebesar 76%. Dan faktor yang

membedakan antara kepuasan pelanggan pada PT. POS Indonesia dan JNE Kota Serang pada indikator *emphaty* memiliki nilai presentasi beda yang lebih besar, yaitu sebesar 3%. *Assurance* memiliki nilai presentase beda 2% sedangkan *responsiveness* dan *tangible* memiliki nilai presentase beda yang sama yaitu 1% sehingga yang dirasakan tidak berbeda jauh.

Relevansi penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Alinda Hatikarini sama-sama membahas tentang kepuasan nasabah namun fokus penelitian di atas kepada perbandingan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa pengiriman paket di PT. POS Indonesia (Persero) dan JNE Kota Serang sedangkan peneliti membandingkan pelayanan *teller dan coustemer servic* terhadap kepuasan nasabah.⁶

Kedua penelitian Fery Sujarwo, skripsi dengan judul: Pengaruh Pelayanan *Teller* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Salatiga. Latar belakang penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan *teller* apakah mampu menumbuhkan kepuasan nasabah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pelayanan *teller* yang dilaksanakan oleh Bank Muamalat Salatiga, bagaimana gambaran kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Salatiga dan bagaimana pengaruh pelayanan *teller* terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Salatiga.

⁶Alinda Hatikarini, Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Jasa Pengiriman Paket di PT. POS Indonesia (Persero) dan JNE Kota Serang, 2016, Skripsi, Universitas Sultan Ageng Tirtayati, t.d.

Metode penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yaitu, wawancara, metode Kuesioner, metode observasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) yang dibuktikan dengan F hitung yang diperoleh sebesar 1002,356 (Sig.0.000) yang jika dibandingkan dengan nilai F tabel dengan degree of freedom (df) pada angka 5 dan 85, *level of significance*(∞) 0,05 sebesar 2.25 sehingga nilai F hitung = 1002,356 jauh lebih besar dari F tabel = 2.25, dan signifikansi (0.000) lebih besar 0,05, maka dapat dikatakan bahwa *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). Nilai Koefisien Determinasi yang diperoleh sebesar 98,3% dari nilai adjusted R square yang diperoleh pada output SPSS, yang berarti variabel terikat (kepuasan nasabah) dapat dijelaskan oleh variasi kelima variabel bebas, yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty* sebesar 98,3%. Sedangkan sisanya sebesar 1,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak masuk dalam regresi.

Relevansi penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Fery Sujarwo yakni hampir sama dengan penelitian milik peneliti karena sama membahas tentang pelayanan *teller* terhadap kepuasan nasabah hanya saja fokus penelitian di atas adalah mengenai pengaruh pelayanan *teller*. Sedangkan milik peneliti fokus

kepada perbandingan pelayanan *teller dan customer service* terhadap kepuasan nasabah.⁷

Ketiga penelitian Risdianti Harun, skripsi dengan judul: Pengaruh Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Syariah KCP Sungguminasa. Latar belakang membahas tentang *customer service* harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik, agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana Pelayanan *Customer Service* Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa, bagaimana Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa, apakah Pelayanan *Customer Service* Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan pelayanan *customer service* yang diberikan oleh Bank BRI Syariah Cabang Sungguminasa sudah sangat optimal. Berdasarkan data pelayanan *customer service* dari 11 indikator mayoritas responden menyatakan merasa puas karena bahasa yang mudah dimengerti dengan rata-rata tertinggi sebesar 4,37. Dari olah data variabel kepuasan nasabah dari 3 variabel mayoritas responden menyatakan sangat puas, terutama dalam hal kepuasan keseluruhan dengan memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,27. Pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah, kontribusi pengaruh variabel pelayanan *customer service* terhadap

⁷Fery Sujarwo, Pengaruh Pelayanan *Teller* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Salatiga, 2016, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Salatiga, t.d.

kepuasan nasabah sebesar 18%, sedangkan sisanya 82% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Hasil 92 penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah. hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$ dan thitung 4,144.

Relevansi penelitian di atas dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian yang dilakukan oleh Risdianti Harun adalah sama-sama menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dan sama membahas kepuasan nasabah hanya saja penelitian di atas fokus kepada pelayanan *customer service* saja sedangkan peneliti tidak hanya fokus kepada *customer service* saja tapi juga pelayanan *teller*.⁸

⁸Risdianti Harun, Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Syariah KCP Sungguminasa, 2016, Skripsi, UIN Alauddin Makassar, t.d.

Tabel. 2.1.
Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Nama dan Judul	Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Alinda Hatikarini “Analisis Perbandinga Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Jasa Pengiriman Paket di PT. POS Indonesia (Persero) dan JNE Kota Serang”	2016	- Sama-sama membahas kepuasan pelanggan/nasabah	Subjek penelitian pelanggan Jasa Pengiriman Paket di PT. POS Indonesia (Persero) dan JNE Kota Serang
2.	Fery Sujarwo “Pengaruh Pelayanan <i>Teller</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Salatiga”	2016	- Pengaruh - Pelayanan <i>teller</i> - Kepuasan nasabah	- Teknik analisis kualitatif dan kuantitatif
3.	Risdayanti Harun “Pengaruh Pelayanan <i>Customer Service</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Syariah KCP Sungguminasa”	2016	- Pelayanan <i>Customer Service</i> - Kepuasan nasabah	Metode pengambilan data menggunakan riset kepustakaan: wawancara.

Sumber: Dibuat Oleh Peneliti

B. Kajian Teori

1. Pelayanan *Teller* dan *Customer Service*

a. Pelayanan

Pelayanan penting dalam meningkatkan penjualan dan jumlah pelanggan. Pelayanan diartikan sebagai tindakan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan, kenyamanan dan kepercayaan

kepada pelanggan atau sesama karyawan. Secara umum pelanggan atau nasabah membutuhkan sesuatu yang sesuai dengan keinginan, dibagi 4 macam yaitu: bantuan penuh artinya mendapat bantuan dari seseorang untuk menentukan atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan produk, bantuan seperlunya artinya nasabah langsung datang kemudian mencari dan memiliki sendiri produk yang diinginkan, bantuan melalui telepon artinya nasabah memerlukan bantuan melalui suara dan tidak berhadapan langsung secara fisik, dengan bantuan mesin nasabah tidak memerlukan bantuan dari petugas jika tidak dalam keadaan darurat. Artinya yang pelanggan hadapi dalam hal ini adalah mesin seperti mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).⁹ Dalam hal ini, bentuk layanan terbagi menjadi dua bagian yaitu:

1) Pelayanan yang baik, dalam melayani nasabah, hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dilakukan secara tepat waktu. Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

a) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik. Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Meja dan kursi nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan harus tetap tenang, tidak berisik dan sejuk.

⁹Kasmir, *Customer Services Excellent Teori dan Praktek*, h. 47-50.

Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan bank.

- b) Tersedianya personil yang baik. Kenyamanan nasabah juga tergantung dari petugas *customer service* yang melayaninya. Petugas *customer service* harus ramah, sopan dan menarik. Petugas *customer service* juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah, sehingga semakin tertarik. Jadi, sebelum menjadi *customer service* harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.
- c) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai dalam menjalankan kegiatan pelayanan. Petugas *customer service* harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika *customer service* bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya.
- d) Mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani nasabah diharapkan petugas *customer service* harus melakukan sesuai prosedur. Layanan yang diberikan harus sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan nasabah.
- e) Mampu berkomunikasi. Petugas *customer service* harus mampu berbicara kepada setiap nasabah dan petugas *customer service* pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya petugas *customer service* harus dapat berkomunikasi dengan

bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

- f) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi. Menjaga rahasia bank sama artinya menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas *customer service* harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapapun. Rahasia bank merupakan taruhan kepercayaan nasabah kepada bank.
- g) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik. Untuk menjadi *customer service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas *customer service* selalu berhubungan dengan nasabah maka *customer service* perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.
- h) Berusaha memahami kebutuhan nasabah. *Customer service* harus cepat dan tanggap dengan apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas *customer service* yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan pahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

Sehingga pelayanan yang baik dapat menimbulkan sisi positif bagi perusahaan. Karena pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

- 2) Pelayanan yang tidak baik, setiap hal tentu tidak terlepas dari dua sisi, ada yang baik ada juga yang buruk. Pelayanan yang buruk tentu akan dapat berakibat fatal bagi sebuah perusahaan, pada akhirnya

perusahaan tidak akan mendapatkan kepercayaan dari para pelanggannya, perlahan-lahan pelanggan akan meninggalkan perusahaan tersebut apabila pelayanan yang diberikan tidak baik, berikut beberapa kriteria pelayanan yang tidak baik:

- a) Membiarkan pelanggan menunggu lama, selalu terlambat, gagal menghargai waktu pelanggan
- b) Membuat janji tapi tidak di tepati
- c) Terlalu sok akrab hingga melewati batasan
- d) Kurangnya keterampilan berkomunikasi
- e) *Service* yang tidak konsisten, kadang bagus kadang buruk
- f) Terlalu sering mengganti karyawan
- g) Kurangnya keterampilan menangani complaint
- h) Tidak mengucapkan terima kasih diakhir transaksi
- i) Kurangnya keterampilan menjual.

Apabila pelayanan yang diberikan tidak baik kepada pelanggan maka akan berdampak buruk bagi perusahaan. Karena pelanggan merasa tidak puas atas pelayanannya.¹⁰ Islam mengajarkan umatnya untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan atas usaha yang dijalankan. Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu penilaian pelanggan tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan

¹⁰Ivonne Wood, *Layanan Pelanggan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009, h. 6-9

dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan enam dimensi sebagai berikut:¹¹

- 1) *Compliance* (kepatuhan), berkenaan dengan kepatuhan pelaku bisnis terhadap aturan atau hukum yang telah ditetapkan oleh Allah Swt atau dapat pula disebut syariat.
- 2) *Reliability* (keandalan), dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat. Ketepatan dan keakuratan tersebut akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan barang dan jasa .
- 3) *Responsiveness* (daya tanggap), kesediaan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.
- 4) *Assurance* (jaminan), berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, kesantunan, kepercayaan diri dari pemberi layanan, dan respek terhadap pelanggan.
- 5) *Empathy* (empati), berkenaan dengan kemampuan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada pelanggan.
- 6) *Tangibel* (bukti fisik), fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman dan sarana dan prasarana lainnya.

b. Teller

Teller adalah seseorang yang ditugaskan untuk memberikan pelayanan dalam bidang pembayaran, penyetoran, dan penarikan uang.

Dalam pelaksanaannya, sistem *teller* ditunjang oleh sistem manual dan

¹¹Veithzal Rival Zainal, dkk., *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017, h. 180-186

sistem komputer yang menyebabkan pekerjaan *teller* semakin cepat karena beberapa informasi dapat disajikan oleh komputer, sehingga beberapa jenis pekerjaan dapat dilakukan dalam waktu singkat sebelum melakukan transaksi dengan nasabah. Berikut adalah tugas dan pekerjaan *teller*, yaitu :¹²

- 1) Memeriksa identitas nasabah (petugas *counter*)
- 2) Meneliti keabsahan tanda tangan dan warkat (petugas *Specimen*)
- 3) Mengesahkan tanda terima setoran dalam batas wewenangnya (pejabat kas)
- 4) Membayar dan menerima uang tunai (kasir)
- 5) Menerima setoran warkat bank sendiri dan warkat bank lain (petugas *counter*)
- 6) Mencatat penerimaan dan pengeluaran tunai dan non tunai.

Melaksanakan sistem *teller* banyak haal yang harus diperhatikan salah satunya etika dan peraturan *teller*, yaitu:

- 1) Penampilan sebaiknya *teller* menggunakan seragam sehingga ada kesan satu kesatuan dan merupakan ciri khas dari bank yang bersangkutan
- 2) Kepribadian yang menarik sikap atau pembawaan yang ramah, hormat dan bersahabat terhadap nasabah merupakan keharusan bagi *teller*

- 3) Pelayanan yang cepat dan tepat, menghindarkan nasabah menunggu terlalu lama
- 4) Menjaga kerahasiaan bank dan kerahasiaan nasabah
- 5) *Teller* tidak dibenarkan makan, membawa tas, menggantungkan baju dalam ruangan *teller*.
- 6) Setiap *teller* hanya melayani transaksi di *counter*, bila pelayanan tidak dapat diterima di *counter* maka harus mendapatkan izin dari *teller* kepala.

Alat kerja yang dapat menunjang tugas atau pekerjaan *teller*, tanpa mengabaikan faktor keamanan adalah sebagai berikut :¹³

- 1) Sinar Ultraviolet, yaitu alat pemeriksa keabsahan dokumen dan surat berharga lainnya
- 2) Mesin penghitung uang kertas atau uang logam
- 3) Mesin hitung kalkulator, *tellstrook machine*
- 4) *Cash box*, *teller's box*, *boks teller* merupakan *boks* yang terkunci khusus digunakan untuk menyimpan uang tunai, biasanya disimpan diruangan *counter* saat *teller* bekerja yang sepenuhnya merupakan tanggung jawab *teller*
- 5) Kartu contoh tanda tangan digunakan untuk melakukan percocokan (verifikasi) tanda tangan yang terdapat pada *house check* yang disodorkan pada nasabah

¹³Afif, Faisal, dkk, *Strategi dan Operasional Bank*, h. 35-37.

- 6) *Validating machine*, digunakan untuk melangsir setiap transaksi yang masuk melalui counter sesuai dengan kode *teller* masing-masing *voucher* atau bukti yang tidak dilegalisir dengan alat ini dianggap tidak sah.
- 7) *Card dex Falling equipment* untuk menyimpan *sip payment order* (penarikan atas nama rekening yang tidak dapat dibayar secara keseluruhan) atau daftar warkat-warkat yang dibatalkan oleh nasabah atau dinyatakan hilang.
- 8) Daftar uang palsu, untuk memonitor penerimaan setoran secara tunai dari nasabah dan menghindari penerimaan uang palsu.
- 9) Daftar kurs harian daftar, kurs ini digunakan untuk transaksi daam valuta asing pada hari ini dan dikeluarkan oleh pejabat yang berkecimpung dalam transaksi valuta asing.
- 10) Formulir-formulir kerja
 - a) Buku pencatatan pengambilan *cash box* dari khasanah (*vault utama*)
 - b) Buku persediaan kas didalam khasanah (*cash vault register*)
 - c) *Teller exchange* (bon permintaan antar *teller*)
 - d) Daftar mutasi kas
 - e) Daftar posisi kas (*rekapitulasi kas bank*)
 - f) Daftar penerimaan / pengeluaran *teller*

c. Customer Service

Secara umum pengertian *customer service* adalah seseorang yang bertugaskan untuk memberikan pelayanan dalam bidang

pembukaan rekening, penutupan rekening, menerima dan menyelesaikan berbagai keluhan nasabah. Adapun peran *Customer service* lembaga keuangan, yakni:¹⁴

- 1) Berusaha mempertahankan nasabah, artinya agar nasabah lama tetap setia menjadi nasabah dan tidak lari ke perusahaan lain.
- 2) Berusaha mendapatkan nasabah baru, caranya mampu meyakinkan nasabah baru tentang kualitas produk yang kita tawarkan dan tunjukkan layanan terbaiknya, sehingga nasabah merasa yakin dan memutuskan menjadi nasabah baru.

Sebagai seorang *Customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus benar-benar dipahami , sehingga dapat menjalankan secara prima. Dalam praktik fungsi dan tugas *Customer service* sebagai berikut:

- 1) *Resepsionis, customer service* sebagai penerima tamu
- 2) *Deskem*, berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi
- 3) *Salesman* berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan
- 4) *Customer relation officer* berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk merayu dan membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah

¹⁴Kasmir, *Customer Services Excellent Teori dan Praktek*, h. 250-251.

5) Komunikator, yaitu berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.¹⁵

Customer service memiliki Peraturan dasar yang harus dipenuhi agar sesuai dengan apa yang sudah ditetapkan, adapun peraturan dasarnya sebagai berikut:¹⁶

- 1) Busana rapi dan murah senyum
- 2) *Customer service* sebagai perwakilan perusahaan, diharuskan untuk menjaga sikap
- 3) Memberikan ekspresi wajah terpecaja
- 4) Menyambut pelanggan atau nasabah dengan sopan dan hangat
- 5) Selalu mendengarkan dengan baik apa yang dikatakan pelanggan
- 6) Memperlakukan pelanggan atau nasabah dengan hormat dan sopan
- 7) Memperhatikan bahasa tubuh yang baik
- 8) Berbicara secara jelas teratur dan baik
- 9) Meja kerja, counter dan ruangan harus bersih dan rapi
- 10) Menguasai pengetahuan tentang pekerjaan dan produk-produk bank dengan baik

2. Teori Kepuasan Nasabah/Pelanggan

Secara umum dikatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang ataupun jasa, artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan

¹⁵Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010, h. 226.

¹⁶Abdul Majid, Soharto, *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transformasi*, Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada, 2009, h. 62-63.

kenyataannya. Harapan dan kenyataan inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan pelanggan, hanya saja tingkat kepuasan tergantung dari tingkat harapannya.¹⁷ Pada prinsipnya, definisi kepuasan pelanggan dapat diklarifikasikan kedalam lima kategori pokok yaitu:¹⁸

- 1) Perspektif defisit normatif, yang perbandingan antara hasil aktual dengan hasil secara kultural dapat diterima.
- 2) Ekuitas/keadilan, yaitu perbandingan perolehan keuntungan yang didapatkan dari pertukaran sosial. Bila perolehan tersebut tidak sama maka pihak yang dirugikan akan tidak puas.
- 3) Standar normatif, yaitu perbandingan antara hasil aktual dengan ekspektasi standar pelanggan yang dibentuk dari standar pengalaman dan keyakinan mengenai tingkat kinerja yang seharusnya ia terima dari merek tertentu.
- 4) Keadilan prosedural, yaitu kepuasan merupakan fungsi dari keyakinan/persepsi konsumen bahwa ia telah diperlakukan secara adil.
- 5) Antribusional, yaitu kepuasan tidak hanya diperoleh dengan ada tidaknya diskonfirmasi harapan, melainkan juga oleh sumber penyebab diskonfirmasi itu sendiri.

Kepuasan pelanggan menjadi tujuan dan acuan utama setiap perusahaan, terutama di bidang pemasaran. Kepuasan pelanggan akan meningkatkan bisnis dan menciptakan loyalitas pada pelanggan. Untuk itu perlu adanya peningkatan produk dan layanan terhadap pelanggan untuk

¹⁷Tatik Suryani. *Manajemen Pemasaran*, 2017, h. 236.

¹⁸Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003, h. 351.

menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dalam pandangan Islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap suatu produk baik barang maupun jasa, yang seharusnya sesuai syariat dengan kenyataan yang diterima. Menurut pendapat Qardhawi, sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan beberapa hal berikut:

- 1) Pertama sifat jujur dan benar, Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personil yang terlibat dalam perusahaan tersebut, termasuk kepada pelanggan. Hal tersebut berdasarkan sabda Rasulullah SAW dalam hadis berikut:

“Muslim itu adalah saudara muslim, tidak boleh bagi orang muslim, apabila berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya.”(HR. Ahmad dan Thabrani)

- 2) Kedua sifat amanah, amanah berarti tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, serta mengembalikan hak apa pun kepada pemiliknya. Dalam berdagang, tiap perusahaan harus memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dengan cara menjelaskan segala sesuatu yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijual. Hal tersebut dilakukan untuk membangun ikatan terhadap perusahaan atau produk dalam jangka panjang.¹⁹

Perilaku atau sifat-sifat nasabah berbeda-beda sehingga petugas harus mengenal betul perilaku nasabah secara umum agar dalam pelayanan

¹⁹Veithzal Rival Zainal, dkk., *Islamic Marketing Management*, h. 173-174.

yang diberikan benar-benar baik sehingga nasabah merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka. Berikut ini adalah perilaku atau sifat-sifat seorang nasabah:²⁰

- 1) Nasabah adalah raja, artinya seorang raja ingin dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya sesuai dengan yang diharapkannya,
- 2) Ingin selalu dipenuhi keinginan dan kebutuhannya,
- 3) Tidak mau dibantah dan tidak ingin disinggung, maka pandai-pandailah mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak akan mudah tersinggung,
- 4) Nasabah ingin selalu diperhatikan,
- 5) Nasabah merupakan sumber pendapatan bank.

Nasabah akan merasakan puas apabila barang atau jasa yang dikonsumsi tersebut dapat memenuhi kesenangannya. Untuk memuaskan nasabah perlu diketahui faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah. Menurut Hendi Irawan ada lima faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah, yaitu:²¹

- 1) Kualitas produk, pelanggan merasa puas jika setelah membeli dan menggunakan produk dan ternyata produk yang digunakan berkualitas. Ada beberapa elemen kualitas produk, yaitu performance, durability, feacur, reability, costitency dan design.

²⁰Kasmir, *Manajemen Perbankan*, h. 230

²¹Hendi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT.ELEX Media Komputindo 2002, h. 37.

- 2) Harga, untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak selektif terhadap harga.
- 3) Pelayanan berkualitas, pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan. Salah satu konsep kualitas pelayanan yang paling populer adalah Servqual yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithaml. Berdasarkan konsep ini, kualitas pelayanan mempunyai lima defenisi, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.
- 4) Faktor emosional, pelanggan yang merasa bangga dan yakin orang lain kagum terhadap dia apabila menggunakan produk mereka tertentu cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
- 5) Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa, pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Hal ini disebabkan pelanggan tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa.

Kepuasan pelanggan banyak memberikan manfaat bagi perusahaan dan tingkat kepuasan pelanggan yang semakin tinggi akan menghasilkan

loyalitas pelanggan yang lebih besar. Adapun aspek dalam meningkatkan kepuasan nasabah, yakni:²²

- 1) *Tangible*, nasabah akan merasakan kepuasan tersendiri apabila ia menabung pada sebuah bank yang memiliki bukti fisik yang menarik. Seperti gedung yang bagus, perlengkapan kantor yang lengkap, karyawan yang kompeten, sarana komunikasi yang baik, dan sarana fisik-fisik lainnya yang menarik. Bukti fisik ini akan terlihat secara langsung oleh nasabah. Oleh karena itu, bentuk fisik sebuah bank hendaknya harus menarik dan modern.
- 2) *Responsiveness*, nasabah akan merasakan kepuasan apabila karyawan bank memberikan pelayanan tanpa membedakan kepada nasabah.
- 3) *Assurance*, nasabah akan merasakan puas apabila karyawan bank yang melayani memiliki pengetahuan yang kompeten dan mempunyai sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. Hal ini sangat penting agar nasabah yakin transaksi yang mereka lakukan benar dan tepat sasaran.
- 4) *Realibility*, karyawan bank dapat memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat serta sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah. Guna mendukung hal ini, maka setiap karyawan bank sebaiknya diberi pelatihan dan pendidikan guna meningkatkan kemampuan.
- 5) *Emphaty*, karyawan bank mampu memahami kebutuhan individu setiap nasabahnya secara cepat dan tepat. Dalam hal ini dihubungkan dengan pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah.

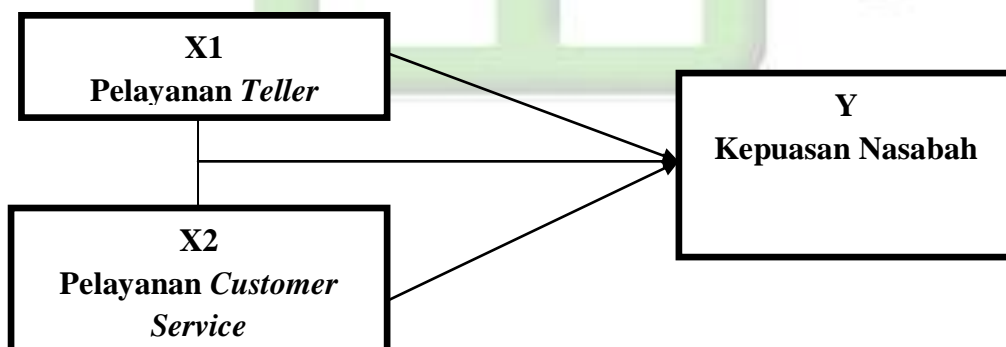
²²Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, terjemahan Hendra Teguh Rusli. Jakarta : Prenhalindo, 1997, h. 67-68.

Menurut Kotler pengukur kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu: membuat sistem usulan artinya banyak keluhan atau complain yang dilakukan nasabah dalam suatu periode, survei kepuasan nasabah dengan melakukan transaksi dengan nasabah, konsumen samaran seperti mengirim orang untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank secara langsung sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah, menganalisis bekas pelanggan dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank untuk mengetahui penyebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank.²³

C. Kerangka Pemikiran

Pelayanan yang baik akan menghasilkan kepuasan nasabah dan nasabah akan merasa senang setiap kali bertransaksi di bank tersebut. Dari pelayanan *teller* dan pelayanan *customer service* tentunya nasabah dapat menilai pelayanan mana yang membuat nasabah merasa puas dan terpenuhinya harapan.

Skema 2.1. Kerangka Berfikir



Sumber: Dibuat Oleh Peneliti

²³Ibid, h. 240.

Keterangan:

1. X1 adalah variabel independen atau variabel bebas yaitu menghubungkan variabel pelayanan *teller* berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.
2. X2 variabel independen atau variabel bebas yaitu menghubungkan variabel pelayanan *customer service* terhadap variabel kepuasan nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.
3. Y adalah variabel dependen atau variabel terikat (kepuasan nasabah).

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban atas dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya dengan penelitian ilmiah. Sudjana menyatakan bahwa hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu yang sering dituntut untuk melakukan pengecekan.²⁴

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.²⁵

Penggunaan hipotesis dalam penelitian karena hipotesis sesungguhnya baru sekedar jawaban sementara terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan. Dengan hipotesis, penelitian menjadi jelas arah pengujiannya dengan kata lain hipotesis membimbing peneliti dalam melaksanakan penelitian di lapangan baik sebagai objek pengujian maupun dalam

²⁴Imam Gunawan, *Pengantar Statistik Inferensial*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016, h. 106.

²⁵Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013, h. 120.

pengumpulan data.²⁶ Atas dasar pokok masalah dan tujuan pembahasan maka hipotesis yang dikemukakan adalah:

1. Ho: Menyatakan tidak ada pengaruh pelayanan *teller* dan pelayanan *customer service* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.

Ha: Menyatakan ada pengaruh pelayanan *teller* dan pelayanan *customer service* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.

2. Ho: Menyatakan tidak ada pengaruh pelayanan *teller* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.

Ha: Menyatakan ada pengaruh pelayanan *teller* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.

3. Ho: Menyatakan tidak ada pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.

Ha: Menyatakan ada pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.

²⁶M. Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2006, h.75.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian yang digunakan untuk melakukan penelitian ini selama 2 bulan terhitung dari Agustus sampai dengan September setelah seminar proposal diterima dan mendapat izin dari fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Tempat penelitian ini dilaksanakan di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya yang beralamatkan di Jalan Diponegoro No. 17 Palangka Raya Kalimantan Tengah.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan atau bisa disebut dengan *field research* yakni dengan melakukan penelitian dan pengambilan data terhadap objek yang telah ditentukan dengan cara terjun kelapangan, dengan cara tersebut maka data yang akan di dapatkan akan akurat. Adapun permasalahan yang di utarakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis metode riset asosiatif. Menurut Supriyanto dalam buku metodologi riset bisnis, dikatakan tujuan riset asosiatif ini untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.²⁷

²⁷ Supriyanto, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: PT Indeks, 2009, h. 118.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Dengan menggunakan deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul dan menjadi objek penelitian ini berdasarkan apa yang terjadi, kemudian mengangkat permukaan karakter atau gambar kondisi, situasi ataupun variabel tersebut.²⁸

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.²⁹

Maka dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya yang berdasarkan salah satu pegawai bank tersebut jumlah nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya kurang lebih adalah sebanyak 20.000 nasabah.³⁰

²⁸ Burhan Bugin, *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran*, Jakarta: Kencana, 2013, h. 48.

²⁹ Suharsimi Arinkunto, *Prosedur Penelitian "suatu pendekatan praktik"*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1992, h. 108.

³⁰ Oservasi wawancara bersama Im

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi, hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi merupakan sampel.³¹ Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *sampling incidental*, menurut Sugiyono “*sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.³² Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *slovin*.³³

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

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d = Nilai presisi

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{N \cdot (d^2) + 1} = \frac{20.000}{20.000 (0,1)^2 + 1} \\ &= \frac{20.000}{20.000 (0,01) + 1} = \frac{20.000}{200 + 1} \\ &= \frac{20.000}{201} \end{aligned}$$

= 99,50 (dibulatkan menjadi 100 responden)

³¹Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017, h.167.

³²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: PT Alfabet, 2014, h.81-83.

³³Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: PT Alfabet, 2010, h. 71.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi ialah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis. Observasi dapat dilakukan dengan cara ikut berpartisipasi (observasi partisipan) dalam kegiatan yang diobservasi atau tidak.³⁴ Pada teknik ini peneliti mengadakan pengamatan langsung di lapangan. Adapun yang menjadi pengamatan langsung penulis adalah kegiatan pelayanan *teller* dan *customer service* di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.

2. Angket (*Kuesioner*)

Angket yaitu teknik ini digunakan oleh peneliti sebagai pengumpulan data. Angket berisi sejumlah pertanyaan yang harus dijawab atau direspon oleh responden.³⁵ Angket ini menggunakan skala *likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial.³⁶

³⁴Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, Bandung: PT Refika Aditama, 2002, h. 209.

³⁵Sudaryono, *Aplikasi Statistika untuk Penelitian*, Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014, h. 45-57.

³⁶Deni Darmawan, *Metode penelitian kuantitatif*, Bandung: PT Remaja rosdakarya, 2013, h.169.

Tabel 3.1
Kisi-kisi Pertanyaan yang digunakan dalam Angket

Variabel	Indikator	Definisi	Jumlah Pernyataan
Pelayanan Teller & Pelayanan Customer Service	<i>Compliance</i> (kepatuhan)	kepatuhan pelaku bisnis terhadap aturan atau hukum yang telah ditetapkan oleh Allah Swt	3
	<i>Reliability</i> (keandalan)	Kesediaan untuk mendengarkan pelanggan dan memberi layanan yang tepat	2
	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	kesediaa pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan	2
	<i>Assurance</i> (jaminan)	Berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, kesantunan, kepercayaan diri dari pemberi layanan, dan respek terhadap pelanggan	3
	<i>Empathy</i> (empati)	kemampuan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada pelanggan.	2
	<i>Tangibel</i> (bukti fisik)	fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman dan sarana dan prasarana lainnya	3
Kepuasan Nasabah	Kualitas produk	Pelangganm puas jika menggunakan produk dan ternyata produk yang digunakan berkualitas	3
	Harga	biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting	2
	Pelayanan berkualitas	Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik	3
	Faktor emosional	Pelanggan yang merasa bangga dan yakin	2
	Biaya	semakin puas apabila relatif mudah dan efisien	2

Sumber: Dibuat Oleh Peneliti

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian.³⁷

E. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas Teoritik

Validitas teoritik adalah validitas yang didasarkan pada pertimbangan para ahli. Validitas teoritik terdiri dari validitas isi dan validitas muka. Validitas isi merupakan jenis khusus dari validitas muka. Suatu alat ukur dikatakan memiliki validitas isi jika keseluruhan isi definisi tercakup dalam perangkat ukur yang digunakan. Pada validitas muka, pengukuran suatu konsep dilakukan dengan melihat consensus dalam masyarakat ilmiah atau kesepakatan penilaian subjektif para pakar mengenai apakah indikator benar-benar merupakan ukuran yang tepat untuk mengukur suatu konstruk.³⁸

2. Validitas Konstruk

Validitas Konstruk (Construct Validity), terkait dengan keabsahan data dalam penelitian kuantitatif, akan merujuk pada validitas butir instrumen dan validitas/skala. Valid bermakna kemampuan butir dalam mendukung

³⁷Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, h.219.

³⁸Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori dan Aplikasi)*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006, h. 99-100.

konstruk dalam instrumen. Suatu instrument dinyatakan valid (sah) apabila instrument tersebut benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur.³⁹

Sugiyono mengatakan bahwa setelah pengujian konstruk selesai dari para ahli, maka diteruskan uji coba instrumen. Instrumen yang telah disetujui para ahli tersebut dicobakan pada sampel dari mana populasi. Setelah data di dapat dan ditabulasikan, maka pengujian validitas ini dilakukan dengan analisis faktor yaitu dengan mengkorelasikan antara skor item instrumen.⁴⁰

3. Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkatan pada suatu tes secara konsisten mengukur berapa hasil pengukuran.⁴¹ Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpul data (instrumen) yang digunakan.⁴² Uji statistik *Cronbach Alpha* (α) digunakan untuk menguji tingkat reliabel suatu variabel. Apabila suatu variabel banyak jika nilai Cronbach Alfa $> 0,60$. Apabila alpha mendekati satu, maka *reliabilitasnya* semakin dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas setiap variabel dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS. Adapun nilai yang harus dicapai atau nilai yang dikatakan reliabel yaitu:⁴³

³⁹Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Jakarta: Erlangga, 2009, h.123.

⁴⁰Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 109.

⁴¹Sumanto, *Teori dan Aplikasi Metode, Penelitian*, Yogyakarta: CAPS (Canter Of Academic Publishing Service), 2014, h. 81.

⁴²Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: ALFABETA, 2010, h. 74.

⁴³Johanness, Uji Reliabilitas, <http://konsultansps.blogspot.com>, , (Online 01 Mei 2019).

Tabel 3.2Tingkat Keandalan *Cronbach Alpha*

Nilai <i>Cronbach 'h Alpha</i>	Tingkat Keandalan
0,0 – 0,20	Kurang Andal
>0,20 – 0,40	Agak Andal
>0,40 – 0,60	Cukup Andal
>0,60 – 0,80	Andal
>0,80 – 1.00	Sangat Andal

Sumber: Johannes

F. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data Data-data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini diolah dalam beberapa tahapan, seperti yang di kemukakan Marzuki:

1. *Editing*, yaitu memeriksa ulang terhadap kemungkinan adanya kesalahan-kesalahan tentang data yang telah diperoleh sehingga data yang diperoleh menjadi data yang valid dan akurat serta dapat dipertanggung jawabkan.
2. *Coding*, yaitu memberikan kode-kode tertentu untuk mempermudah pengolahan data, dalam hal ini kode yang diberikan berupa angka yang berlaku sebagai skala pengukuran yang selanjutnya disebut skor.
3. *Tabulating*, yaitu pengelompokan jawaban atau data dalam bentuk table, table yang digunakan dalam data ini adalah table distribusi frekuensi atau table silang.
4. *Analizing*, yaitu kegiatan membuat analisa sebagaimana dasar dari penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini menganalisa data dengan menggunakan

teknik analisa korelasional, artinya teknik analisa statistik mengenai hubungan antar dua variabel.⁴⁴

G. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residu yang diteliti berdistribusi normal atau tidak.⁴⁵ Jika distribusi sampel adalah normal maka bisa dikatakan sampel yang diambil mewakili populasi. Dalam penelitian ini pengujian normalitas menggunakan pendekatan *Kolmogorof Smirnow*. Adapun kriteria pengujian yaitu data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila signifikan atau nilai probabilitas $\geq 0,05$.⁴⁶

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linear tidaknya hubungan antara masing-masing variabel penelitian. caranya dengan membandingkan data empiris dengan data ideal. Prinsip uji linearitas adalah melihat apakah penyimpangan garis hubungan antar data menjauhi atau mendekati garis linear. Untuk menguji linearitas tersebut dapat menggunakan *scatter diagram* dan garis *best-fit* yang diperoleh dengan bantuan *software SPSS*.⁴⁷

⁴⁴Marzuki, *Metodologi Riset*, Yogyakarta:BPFE UII, 2002,h.79-82.

⁴⁵Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Rajawali Press, 2010, h. 190.

⁴⁶Imam gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, h. 92-93.

⁴⁷Ibid, h.98.

H. Teknik Analisis Data

1. Konsep Pengukuran

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert 1 sampai dengan 5 kategori. Setiap responden diminta untuk memberikan pendapat dan pandangan terhadap pertanyaan yang diajukan. Dengan model *likert* yang terdapat 5 (lima) kategori jawaban dan masing-masing kategori itu memiliki nilai-nilai tertentu diantaranya:⁴⁸

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Puas	5
Puas	4
Ragu	3
Tidak Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

Sumber: Marison, *Metode Penelitian Survei*

I. Analisis Data

1. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi ganda ialah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2), (X_3).....(X_n) dengan satu variabel

⁴⁸Marison, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: KENCANA, 2014, h.88.

terikat.⁴⁹ Uji regresi berganda pada penelitian ini menggunakan program SPSS 21.0.

Hipotesis:

Ho: Menyatakan tidak ada hubungan pelayanan *teller* dan *customer service* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.

Ha: Ada hubungan pelayanan *teller* dan *customer service* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.

Uji Hipotesisnya:

Jika $Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak artinya ada hubungan secara signifikan antara variabel Pelayanan *teller* (X1) dan Pelayanan *customer service* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y).

2. Uji F (serentak)

Tujuan uji F adalah untuk membandingkan lebih dari dua rata-rata. Gunanya untuk menguji kemampuan generalisasinya artinya data sampel dianggap mewakili data populasi. Anova lebih dikenal dengan Uji F (Fisher Test).⁵⁰

⁴⁹Riduwan & Sunarto, *Pengantar Statistika untuk penelitian: pendidikan, sosial, komunikasi, ekonomi, dan bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2007, h. 21

⁵⁰Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian*, h. 132.

3. Uji t

Uji t (uji parsial), yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung.⁵¹ Tujuan uji t adalah untuk membandingkan (membedakan) apakah kedua variabel tersebut sama atau berbeda. Gunanya untuk menguji kemampuan generalisasi hasil penelitian yang berupa perbandingan dua rata-rata sampel.

Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 diterima apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$.⁵²

⁵¹Anwar Hidayat. 2013. <https://www.google.co.id/amp/s/www/statistikian.com>, (Online 06 September 2019).

⁵²Yeni Herliani, "Pengaruh Perilaku Konsumen dan Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga Terhadap Keputusan Konsumsi di Palangka Raya (Keluarga Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Palangka Raya)", Skripsi, Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2016, h. 58, t.d

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk memulai perjalanannya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama INDOENSIA (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk – produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Selain itu produk Bank yaitu Share-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Share-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. Seluruh produk – produk tersebut menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia. Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia di peta industri perbankan Indonesia.

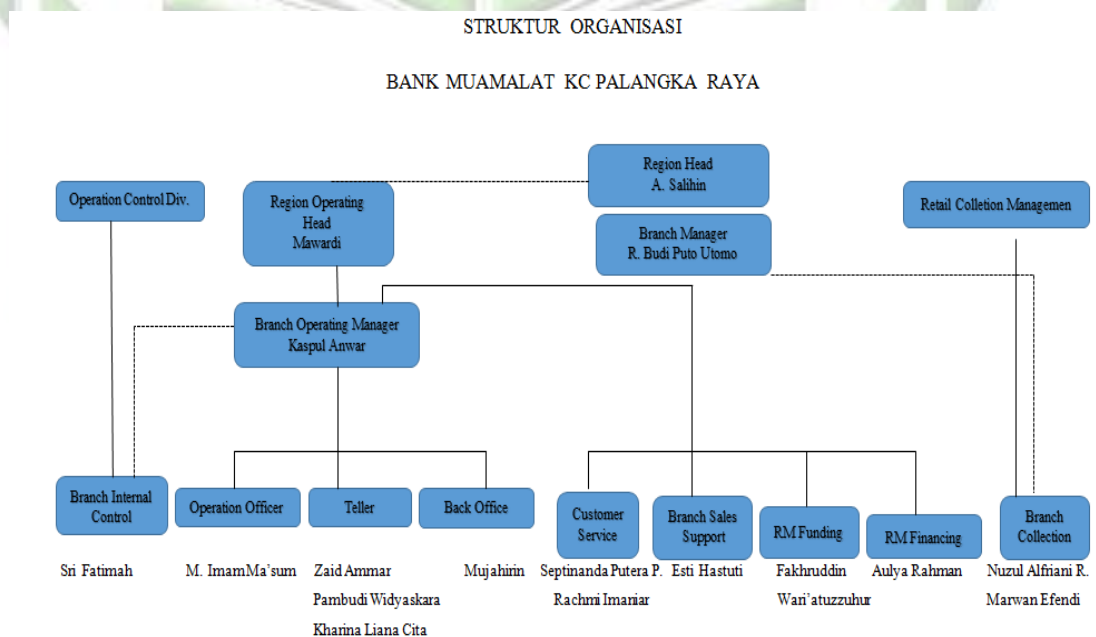
Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120,000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia Electronic Payment.

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank Syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, Bank

beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia *Finance* yang memberikan layanan dana pensiunan melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak, dan Sedekah.

Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi ‘The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with strong Regional Presence.’⁵³

2. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat



⁵³Bank Muamalat. 2016. Profil Bank Muamalat. <http://www.bankmuamalat.co.id>. (Online 4 Mei 2019).

3. Visi dan Misi

a. Visi

“Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui ditingkat regional”

b. Misi

“Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan peneknan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip – prinsip kehati – hatiaan, keunggulan sumber daya manusia yang Islami dan profesional serta orientansi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

4. Produk-Produk Bank Muamalat

a. Produk Tabungan

1) Tabungan iB Hijrah Haji

Salah satu Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji, yang terdaftar di SISKOHAT Kementerian Agama Republik Indonesia. Tabungan ini menawarkan solusi lengkap untuk perjalanan ibadah.

2) Tabungan iB Hijrah

Tabungan iB hijrah adalah tabungan nyaman untuk digunakan kebutuhan transaksi dan berbelanja dengan kartu shar-e debit yang

berlogo visa plus dengan manfaat berbagai macam program subsidi belanja di *merchant* lokal dan luar negeri.

3) Tabungan iB Hijrah Valas

Tabungan syariah dalam denominasi valuta asing US Dollar dan Singapore Dollar yang ditujukan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam, khususnya yang melibatkan mata uang US Dollar dan Singapore Dollar.

4) Tabunganku

Tabunganku adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan. Tabungan ini diharapkan dapat menjangkau penduduk yang masih belum memiliki tabungan.

5) Tabungan iB Hijrah Rencana

Tabungan iB hijrah rencana adalah solusi perencanaan keuangan yang tepat untuk mewujudkan rencana dan impian di masa depan dengan lebih baik sesuai prinsip syariah.

6) Tabungan iB Hijrah Prima

Tabungan iB hijrah prima adalah tabungan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus investasi dengan aman dan menguntungkan.

7) Tabungan iB Sempel

Tabungan simpanan pelajar iB adalah tabungan untuk siswa dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

b. Produk Deposito

Deposito iB hijrah, deposito syariah dalam mata uang rupiah dan US dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi Anda.

c. Produk Giro

1) Giro Muamalat Attijary iB

Produk giro berbasis akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis nasabah non-perorangan yang didukung oleh fasilitas cash Management.

2) Giro Muamalat Ultima iB

Produk ini menggunakan akad syariah mudharabah dimana selain bisa melakukan transaksi setiap nasabah akan mendapatkan nisbah atau bagi hasil yang menguntungkan. Rekening giro ini dapat dibuka oleh siapa saja yang membutuhkan boleh secara perorangan maupun non-prorangan untuk memenuhi kebutuhan transaksi bisnis sekaligus memberikan imbal hasil yang optimal.

KPR muamalat iB adalah produk pembiayaan yang akan membantu untuk memiliki rumah tinggal, rumah susun, apartemen dan condotel termasuk renovasi dan pembangunan serta pengalihan (take-over) KPR dari bank lain dengan Dua pilihan akad yaitu akad murabahah (jual-beli) atau musyarakah mutanaqishah (kerjasama sewa).

1) iB Muamalat Pensiun

iB muamalat pensiun merupakan produk pembiayaan yang membantu untuk memenuhi kebutuhan di hari tua dengan sederet keuntungan dan memenuhi prinsip syariah yang menenangkan. Produk ini memfasilitasi pensiunan untuk kepemilikan dan renovasi rumah tinggal, pembelian kendaraan, biaya pendidikan anak, biaya pernikahan anak dan umroh.

2) iB Muamalat Multiguna

iB muamalat multiguna merupakan produk pembiayaan yang membantu untuk memenuhi kebutuhan barang jasa konsumtif seperti bahan bangunan untuk renovasi rumah, kepemilikan sepeda motor, biaya pendidikan, biaya pernikahan dan perlengkapan rumah.⁵⁴

⁵⁴Bank Muamalat. 2016. Produk dan Layanan. <http://www.bankmuamalat.co.id>. (Online 4 Mei 2019).

B. Hasil Analisis Data Penelitian

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin dan usia. Jumlah responden yang diteliti dan dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Gambaran tentang karakteristik responden diperoleh dari data diri yang terdapat pada kuesioner. Dengan ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai responden.

a. Berdasarkan Usia

Tabel 4.1
Keragaman Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
21-31	27	27 %
32-41	37	37 %
42-51	22	22 %
52-64	14	14 %
Total	100	100 %

Berdasarkan tabel 4.1 karakteristik usia responden menunjukkan bahwa responden yang berusia 21-31 tahun sebanyak 27 orang dengan presentase 27%, usia 32-41 tahun sebanyak 37 orang dengan presentase 37%, usia 42-51 tahun sebanyak 22 orang dengan presentase 22% dan yang berusia 52-64 tahun sebanyak 14 orang dengan presentase 14%.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia 32-41 tahun.

b. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Keragaman Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	51	51 %
Perempuan	49	49 %
Total	100	100 %

Berdasarkan tabel 4.2 jumlah responden berdasarkan jenis kelamin, terdapat 51 orang responden laki-laki dengan presentase 51% dan 49 orang responden perempuan dengan presentase 49%. Dan dapat kita simpulkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki.

2. Penyajian Data

Penelitian ini mempunyai 3 variabel yaitu pelayanan *teller* (X1) dan pelayanan *customer service* (X2) dan kepuasan nasabah (Y), peneliti bermaksud untuk mengetahui perbandingan hubungan variabel X1 terhadap variabel Y dengan variabel X2 terhadap variabel Y.

Tabel 4.3
Distribusi Frekuensi Pendapatan Responden Pelayanan *Teller*

No	SP		P		CP		TP		STP		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	12	12,0	71	71,0	17	17,0	0	0	0	0	100	100
2	17	17,0	54	54,0	24	24,0	5	5,0	0	0	15100	100
3	15	15,0	62	62,0	19	19,0	4	4,0	0	0	100	100
4	19	19,0	46	46,0	26	26,0	9	9,0	0	0	100	100
5	26	26,0	57	57,0	16	16,0	1	1,0	0	0	100	100
6	25	25,0	54	54,0	21	21,0	0	0	0	0	100	100
7	6	6,0	70	70,0	23	23,0	1	1,0	0	0	100	100
8	26	26,0	57	57,0	11	11,0	6	6,0	0	0	100	100
9	26	26,0	51	51,0	15	15,0	7	7,0	1	1,0	100	100
10	47	47,0	39	39,0	12	12,0	1	1,0	1	1,0	100	100
11	37	37,0	48	48,0	9	9,0	4	4,0	2	2,0	100	100
12	29	29,0	39	39,0	26	26,0	5	5,0	1	1,0	100	100
13	36	36,0	51	51,0	8	8,0	5	5,0	0	0	100	100
14	37	37,0	40	40,0	21	21,0	1	1,0	1	1,0	100	100
15	30	30,0	56	56,0	11	11,0	2	2,0	1	1,0	100	100

Pada tabel di atas menunjukan hasil jawaban kuesioner yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden nasabah Bank Muamalat Palangka Raya. (Lihat: Lampiran 1)

Diketahui dari tabel di atas skor tertinggi 4,53 dan skor terendah 3,13 dan jumlah rata-ratanya 400 dibagi dengan jumlah sampel 100 adalah 4,00. Selanjutnya untuk mengetahui pada kategori mana pelayanan *teller* tersebut adalah dengan menggunakan interval yang mempunyai kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah, perhitungannya adalah sebagai berikut:

Diketahui : Rata-rata skor tertinggi = 4,53

Rata-rata skor terendah = 3,13

$$R = \frac{H-L}{5} = \frac{4,53-3,13}{5} = 0,28$$

Tabel 4.4
Data Interval Pelayanan *Teller*

NO	Interval	Katagori	F	%
1	4,25 - 4,53	Sangat Tinggi	30	30,0
2	3,97 - 4,25	Tinggi	33	33,0
3	3,69 - 3,97	Sedang	19	19,0
4	3,41 - 3,69	Rendah	12	12,0
5	3,13 - 3,41	Sangat rendah	6	6,0
Jumlah			100	100%

Tabel di atas menunjukkan data interval pelayanan *teller* yang diperoleh dari rata-rata jumlah yang terdapat pada tabulasi data pelayanan *teller*. Untuk mendapatkan distribusi kategori jumlah total rata-rata dibagi dengan jumlah responden yaitu sebesar $400,4 : 100 = 4,00$ dari hasil tersebut didapat sebesar 4,00, maka pelayanan *teller* termasuk kategori tinggi.

Tabel 4.5

Distribusi Frekuensi Pendapatan Responden Pelayanan *Coustemer Service*

No	SP		P		CP		TP		STP		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	10	10,0	70	70,0	19	19,0	1	1,0	0	0	100	100
2	9	9,0	69	69,0	22	22,0	0	0	0	0	100	100
3	7	7,0	82	82,0	10	10,0	1	1,0	0	0	100	100
4	13	13,0	50	50,0	37	37,0	0	0	0	0	100	100
5	15	15,0	49	49,0	35	35,0	1	1,0	0	0	100	100
6	19	19,0	50	50,0	27	27,0	3	3,0	1	1,0	100	100
7	38	38,0	46	46,0	12	12,0	3	3,0	1	1,0	100	100
8	18	18,0	52	52,0	17	17,0	12	12,0	1	1,0	100	100
9	21	21,0	55	55,0	18	18,0	5	5,0	1	1,0	100	100
10	31	31,0	47	47,0	17	17,0	4	4,0	1	1,0	100	100
11	24	24,0	59	59,0	10	10,0	7	7,0	0	0	100	100
12	27	27,0	52	52,0	20	20,0	1	1,0	0	0	100	100
13	34	34,0	40	40,0	21	21,0	3	3,0	2	2,0	100	100
14	15	15,0	54	54,0	24	24,0	6	6,0	1	1,0	100	100
15	33	33,0	47	34,0	18	18,0	2	2,0	0	0	100	100

Berdasarkan tabel di atas jawaban hasil kuesioner yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden nasabah Bank Muamalat Palangka Raya.(Lihat: Lampiran 2)

Diketahui dari tabel di atas skor tertinggi 4,60 dan skor terendah 3,00 dan jumlah rata-ratanya 392 dibagi dengan jumlah sampel 100 adalah 3,92. Selanjutnya untuk mengetahui pada kategori mana pelayanan *coustemer* tersebut adalah dengan menggunakan interval yang mempunyai

kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah, perhitungannya adalah sebagai berikut:

Diketahui : Rata-rata skor tertinggi = 4,60

Rata-rata skor terendah = 3,00

$$R = \frac{H-L}{5} = \frac{4,60-3,00}{5} = 0,32$$

Tabel 4.6
Data Interval Pelayanan *Coustemer Service*

NO	Interval	Katagori	F	%
1	4,28- 4,60	Sangat Tinggi	11	23,0
2	3,96- 4,28	Tinggi	36	56,0
3	3,64 - 3,96	Sedang	37	16,0
4	3,32 - 3,64	Rendah	12	4,0
5	3,00 - 3,32	Sangat rendah	4	1,0
Jumlah			100	100%

Tabel di atas menunjukkan data interval pelayanan *coustemer service* yang diperoleh dari rata-rata jumlah yang terdapat pada tabulasi data pelayanan *coustemer service*. Untuk mendapatkan distribusi kategori jumlah total rata-rata dibagi dengan jumlah responden yaitu sebesar $392 : 100 = 3,92$ dari hasil tersebut, maka pelayanan *coustemer service* termasuk kategori sedang.

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Pendapatan Responden Kepuasan Nasabah

No	SP		P		CP		TP		STP		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	11	11,0	71	71,0	18	18,0	0	0	0	0	100	100
2	15	15,0	61	61,0	20	20,0	4	4,0	0	0	100	100
3	11	11,0	77	77,0	12	12,0	0	0	0	0	100	100
4	23	23,0	53	53,0	24	24,0	0	0	0	0	100	100
5	18	18,0	56	56,0	26	26,0	0	0	0	0	100	100
6	11	11,0	63	63,0	22	22,0	4	4,0	0	0	100	100
7	17	17,0	62	62,0	21	21,0	0	0	0	0	100	100
8	9	9,0	83	83,0	8	8,0	0	0	0	0	100	100
9	20	20,0	60	60,0	20	20,0	8	8,0	0	0	100	100
10	21	21,0	62	62,0	17	17,0	0	0	0	0	100	100
11	17	17,0	53	53,0	22	22,0	8	8,0	0	0	100	100
12	11	11,0	70	70,0	18	18,0	1	1,0	0	0	100	100

Berdasarkan tabel di atas jawaban hasil kuesioner yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden nasabah Bank Muamalat Palangka Raya. (Lihat: Lampiran 3)

Diketahui dari tabel di atas skor tertinggi 5,00 dan skor terendah 3,08 dan jumlah rata-ratanya 393 dibagi dengan jumlah sampel 100 adalah 3,93. Selanjutnya untuk mengetahui pada kategori mana kepuasan nasabah tersebut adalah dengan menggunakan interval yang mempunyai kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah, perhitungannya adalah sebagai berikut:

Diketahui : Rata-rata skor tertinggi = 5,00

Rata-rata skor terendah = 3,08

$$R = \frac{H-L}{5} = \frac{5,00-3,08}{5} = 0,384$$

Tabel 4.8
Data Interval Kepuasan Nasabah

NO	Interval	Katagori	F	%
1	4,62 – 5,00	Sangat Tinggi	5	5,0
2	4,23 - 4,62	Tinggi	11	11,0
3	3,85- 4,23	Sedang	42	42,0
4	3,46 - 3,85	Rendah	32	32,0
5	3,08 - 3,46	Sangat rendah	10	10,0
Jumlah			100	100%

Tabel di atas menunjukkan data interval kepuasan nasabah yang diperoleh dari rata-rata jumlah yang terdapat pada tabulasi data kepuasan nasabah. Untuk mendapatkan distribusi kategori jumlah total rata-rata dibagi dengan jumlah responden yaitu sebesar $393: 100 = 3,93$ dari hasil tersebut, maka pelayanan *coustemer service* termasuk kategori sedang.

C. Hasil Analisis Data

Penulis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi liner berganda, uji t.

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh menggunakan program *spss* 21, maka diperoleh hasil uji validitas yang di ujikan kepada 100 responden dengan jumlah pernyataan 15 untuk variabel X1, 15 pernyataan untuk X2 dan 10 pernyataan untuk Y.

Tebel 4.9

Keputusan Validitas Pelayanan *Teller*

Item	r hitung	r table	Keputusan
1	0,645	0.196	Valid
2	0,607	0.196	Valid
3	0,506	0.196	Valid
4	0,474	0.196	Valid
5	0,338	0.196	Valid
6	0,216	0.196	Valid
7	0,531	0.196	Valid
8	0,516	0.196	Valid
9	0,361	0.196	Valid
10	0,511	0.196	Valid
11	0,389	0.196	Valid
12	0,537	0.196	Valid
13	0,204	0.196	Valid
14	0,450	0.196	Valid
15	0,413	0.196	Valid

Tabel 4.10

Keputusan Validitas Pelayanan *Customer Service*

Item	r hitung	r table	Keputusan
1	0,492	0.196	Valid
2	0,456	0.196	Valid
3	0,274	0.196	Valid
4	0,482	0.196	Valid
5	0,311	0.196	Valid
6	0,336	0.196	Valid
7	0,279	0.196	Valid
8	0,370	0.196	Valid
9	0,528	0.196	Valid
10	0,468	0.196	Valid
11	0,474	0.196	Valid
12	0,526	0.196	Valid
13	0,445	0.196	Valid
14	0,359	0.196	Valid
15	0,464	0.196	Valid

Tabel 4.11
Kepuasan Nasabah (Y)

Item	r hitung	r table	Keputusan
1	0,627	0.196	Valid
2	0,540	0.196	Valid
3	0,574	0.196	Valid
4	0,501	0.196	Valid
5	0,539	0.196	Valid
6	0,594	0.196	Valid
7	0,581	0.196	Valid
8	0,605	0.196	Valid
9	0,597	0.196	Valid
10	0,626	0.196	Valid
11	0,566	0,196	Valid
12	0,453	0,196	Valid

Berdasarkan tabel 4.9 tabel 4.10 dan tabel 4.11 di atas dapat disimpulkan bahwa 42 pernyataan tersebut dikatakan valid karena hasil r hitung $>$ r tabel. Hal ini dapat dilihat dari r hitung pada kolom dibandingkan dengan nilai r tabel yaitu 0,197.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur keandalan instrumen dalam mengukur variabel yang diteliti. Variabel dapat dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* $>$ 0,06. Perhitungan tingkat alpha dilakukan menggunakan program *spss* 21.

Tabel 4.12
Uji Reliabelitas Variabel Penelitian

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Pelayanan <i>Teller</i>	0,700	Reliabel
Pelayanan <i>Customer Service</i>	0,650	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,784	Reliabel

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel pelayanan *teller*, pelayanan *customer service* dan kepuasan nasabah adalah masing-masing lebih besar dari nilai $r_{tabel} = 0.196$ maka bisa disimpulkan bahwa semua butir-butir instrumen penelitian tersebut reliabel. Dan menurut tingkat keandalan pada tabel *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut dikatakan andal.

D. Uji Persyaratan Analisi

1. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau mendekati normal, karena data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan uji nilai *kolmogorov smirnov* dengan menggunakan program *spss 21*. Jika nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka data dapat dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 4.13
Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

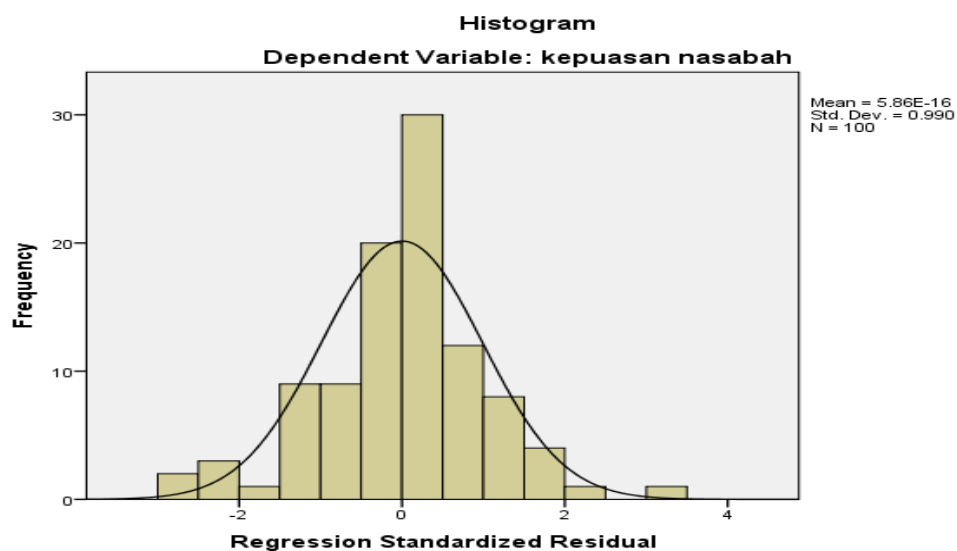
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.20881939
	Absolute	.082
Most Extreme Differences	Positive	.062
	Negative	-.082
Kolmogorov-Smirnov Z		.823
Asymp. Sig. (2-tailed)		.508

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

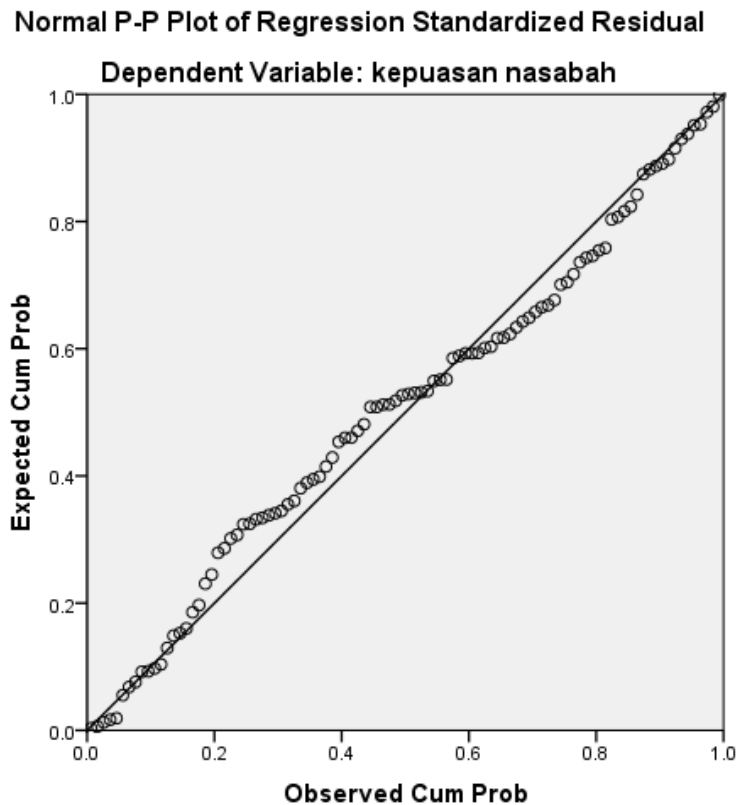
Berdasarkan hasil tabel di atas, menunjukkan nilai signifikan sebesar 0.508 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Tabel 4.14
Grafik Histogram



Grafik di atas membentuk kurva normal dan sebagian besar batang berada di bawah kurva, maka variabel dapat dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 4.15
Normal P-P Plot



Pada tabel gambar di atas terlihat bahwa titik-titik tersebut berhimpit disekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan gambar diatas, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linear tidaknya hubungan antara masing-masing variabel penelitian. Uji linearitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai hubungan linear atau tidak. Untuk mengetahui hal ini digunakan uji F pada taraf signifikansi 5%. Jika nilai Sig F < 0,05 maka

hubungannya tidak linear, sedangkan jika nilai Sig $F \geq 0,05$ maka hubungannya bersifat linear.

- a. Uji Linearitas Variabel Pelayanan *Teller* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.

Tabel 4.16
Linearitas X1 dan Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			783.959	19	41.261	3.746	.000
kepuasan nasabah* pelayanan teller	Between Groups	Linearity	506.467	1	506.467	45.980	.000
		Deviation from Linearity	277.492	18	15.416	1.400	.155
	Within Groups		881.201	80	11.015		
	Total		1665.160	99			

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,155 yang berarti lebih besar dari 0,05, yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel pelayanan *teller* (X1) dengan variabel kepuasan nasabah (Y). Berdasarkan nilai F dari output di atas, diperoleh nilai Fhitung sebesar 1,400 sedangkan Ftabel dicari pada tabel distribution tabel nilai F 0,05, dengan angka df, dari hasil di atas diketahui df 1.18 kemudian tabel nilai F 0,05 ditemukan nilai Ftabel = 4,41.

- b. Uji Linearitas Variabel Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.

Tabel 4.17
Linearitas X2 dan Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan nasabah (y) * pelayanan customer service		(Combined)	859.209	21	40.915	3.960	.000
	Between	Linearity	367.754	1	367.754	35.591	.000
	Groups	Deviation from Linearity	491.455	20	24.573	2.378	.004
	Within Groups		805.951	78	10.333		
	Total		1665.160	99			

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,004 yang berarti lebih kecil dari 0,05, yang artinya tidak terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel pelayanan *customer service* (X2) dengan variabel kepuasan nasabah (Y). Berdasarkan nilai F dari output di atas, diperoleh nilai Fhitung sebesar 2,378 sedangkan Ftabel dicari pada tabel distribution tabel nilai F 0,05, dengan angka df, dari hasil di atas diketahui df 1.20 kemudian tabel nilai F 0,05 ditemukan nilai Ftabel = 4,35.

3. Analisis Regresi Berganda

Metode analisis berganda berfungsi untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan alat bantu aplikasi software SPSS 21,0 for windows.

a. Uji F (Serentak)

1) Pengaruh Pelayanan *Teller* (X1) Dan *Customer Service* (X2) Terhadap Kepuasan nasabah (Y) di Bank Muamalat Palangka Raya.

Tabel 4.18
Tabel Koefisien Variabel X1 dan Variabel X2 Terhadap Variabel Y

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9.890	4.833		2.046	.043
	pelayanan teller	.272	.075	.311	3.641	.000
	pelayanan customer service	.355	.069	.439	5.144	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah (y)

Pada tabel koefisien regresi diperoleh kepuasan nasabah komponen $a = 9.890$ dan komponen $b_1 = 0,272$ yang merupakan koefisien dari variabel pelayanan *teller* (X1), dan $b_2 = 0,355$ yang merupakan koefisien dari pelayanan *customer service* (X2). Merupakan besarnya Y apabila X1 dan X2 = 0.

Berdasarkan koefisien regresi ganda tersebut maka dapat diperoleh persamaan $Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$ yang apabila menggunakan tabel koefisien regresi maka $Y = 9,890 (Y) + 0,272 (X_1) + 0,355 (X_2)$

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung variabel pelayanan *teller* (X1) sebesar 3,641 dan nilai t hitung variabel

pelayanan *customer service* (X2) sebesar 5,144 dan keduanya sama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Apabila dilihat dalam dasar pengambilan keputusan uji t yaitu:

H0: Menyatakan tidak ada hubungan pelayanan *teller* dan *customer service* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.

H1: Ada hubungan pelayanan *teller* dan *customer service* secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Palangka Raya.

Apabila dalam bentuk kalimat yaitu :

H0 diterima dan H1 ditolak jika nilai t hitung $< t$ tabel atau jika nilai sig. $> 0,05$.

H0 ditolak dan H1 diterima jika nilai t hitung $> t$ tabel atau jika nilai sig. $< 0,05$.

Diketahui nilai t hitung pelayanan *teller* (X1) sebesar 3,641 $> 1,984$ dan nilai signifikan 0,000 $< 0,05$. Diketahui nilai t hitung variabel pelayanan *customer service* (X2) sebesar 5,144 $> 1,984$ dan nilai signifikan 0,000 $< 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut maka H0 ditolak dan H1 diterima maka dapat disimpulkan Ada hubungan variabel pelayanan *teller* (X1) dan variabel pelayanan *customer service* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y).

Tabel 4.19
Tabel Anova Variabel X1 dan Variabel X2 Terhadap Variabel Y

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	645.804	2	322.902	30.727	.000 ^b
Residual	1019.356	97	10.509		
Total	1665.160	99			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah (y)

b. Predictors: (Constant), pelayanan customer service , pelayanan teller

Diketahui dari output di atas nilai signifikan untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 30.727. Apabila menggunakan F tabel sebesar 3,090 maka dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel di peroleh $30.727 > 3,090$.

H0: Pelayanan *teller* (X1) dan pelayanan *customer service* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

H1: Pelayanan *teller* (X1) dan pelayanan *customer service* (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

H0 diterima dan H1 ditolak jika nilai t hitung $<$ t tabel atau jika nilai sig. $>$ 0,05.

H0 ditolak dan H1 diterima jika nilai t hitung $>$ t tabel atau jika nilai sig $<$ 0,05.

Tabel 4.20
Model Summary Variabel X1 dan X2 Terhadap Variabel Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.623 ^a	.388	.375	3.242

a. Predictors: (Constant), pelayanan customer service , pelayanan teller

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,375 yang dapat diartikan bahwa variabel pelayanan *teller* dan pelayanan *customer service* mempunyai pengaruh sebesar 37,5% terhadap variabel kepuasan nasabah, sedangkan 62,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dari variabel yang diteliti oleh peneliti.

H0: diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$

H1 : ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

Berdasarkan kriteria uji F tersebut maka Ho ditolak. Artinya ada pengaruh secara signifikan antara pelayanan *teller* dan pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji T

1) Pengaruh pelayanan *teller* (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) di Bank Muamalat Palangka Raya.

Tabel 4.21
Koefisien Variabel Pelayanan *Teller*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.388	4.114		4.956	.000
	pelayanan teller	.447	.068	.552	6.545	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah (y)

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $6,545 > 1,984$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan *teller* (X1) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

H0: pelayanan *teller* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

H1: pelayanan *teller* (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

H0 diterima dan H1 ditolak, jika nilai t hitung $< t$ tabel atau jika nilai sig. $> 0,05$.

H0 ditolak dan H1 diterima jika nilai t hitung $> t$ tabel atau jika nilai sig. $< 0,05$.

Diketahui nilai t hitung sebesar $6,545 > 1,984$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut maka H0 ditolak H1 diterima.

Tabel 4.22
Anova Variabe Pelayanan *Teller*

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	506.467	1	506.467	42.836	.000 ^b
	Residual	1158.693	98	11.823		
	Total	1665.160	99			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah (y)

b. Predictors: (Constant), pelayanan teller

Diketahui dari tabel di atas nilai signifikan untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 42.836. Apabila menggunakan F tabel sebesar 3,090 maka dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel di peroleh $42.836 > 3,090$. Dan dapat disimpulkan bahwa pelayanan *teller* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 4.23
Model Summary Variabel Pelayanan *Teller*

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.552 ^a	.304	.297	3.439

a. Predictors: (Constant), pelayanan teller

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,304 yang dapat diartikan bahwa variabel pelayanan *teller* mempunyai pengaruh sebesar 30,4 % terhadap kepuasan nasaba.

2) Pengaruh pelayanan *customer service* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) di Bank Muamalat Palangka Raya.

Tabel 4.24
Koefisien Variabel Pelayanan *Customer Service*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.020	4.606		4.998	.000
	pelayanan customer service	.411	.078	.470	5.271	.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah (y)

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $5.271 > 1.984$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan *customer service* (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

H0: pelayanan *customer service* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

H1: pelayanan *customer service* (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

H0 diterima dan H1 ditolak, jika nilai t hitung $< t$ tabel atau jika nilai sig. $> 0,05$.

H0 ditolak dan H1 diterima jika nilai t hitung $> t$ tabel atau jika nilai sig. $< 0,05$.

Diketahui nilai t hitung sebesar $5.271 > 1.984$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Tabel 4.25
Anova Variabel Pelayanan *Customer Service*

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	367.754	1	367.754	27.778	.000 ^b
Residual	1297.406	98	13.239		
Total	1665.160	99			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah (y)

b. Predictors: (Constant), pelayanan customer service

Diketahui output tabel di atas nilai signifikan untuk pengaruh X_2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 27.778. Apabila menggunakan F tabel sebesar 3,090 maka dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel di peroleh $27.778 > 3,090$. Maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 4.26
Model Summary Variabel Pelayanan *Customer Service*

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.470 ^a	.221	.213	3.639

a. Predictors: (Constant), pelayanan customer service

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,221 yang dapat diartikan bahwa variabel pelayanan

customer service mempunyai pengaruh sebesar 22,1 % terhadap variabel kepuasan nasabah.

E. Pembahasan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Kualitas pelayanan pada pelanggan merupakan faktor yang sangat penting. Pentingnya kualitas pelayanan dapat dijelaskan dalam dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional dan manajemen pemasaran, terkait dari manajemen pemasaran, kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran (marketing-mix) yaitu pelayanan produk, harga, promosi dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan. Jika dilihat dari sudut manajemen operasional, kualitas pelayanan merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan yang harus memberi kepuasan kepada nasabah dapat melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas pelayanan dari pesaing sehingga dapat terpenuhi kepuasan nasabah.⁵⁵ Petugas pelayanan *teller* dan pelayanan *customer service* berada dibarisan terdepan di dalam suatu bank tentunya memiliki tugas untuk memberikan nasabah rasa aman, kepercayaan, jaminan, empati, bukti fisik, dan keandalan.

1. Pelayanan *Teller* (X1) dan Pelayanan *Customer Service* (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Diketahui nilai t hitung pelayanan *teller* (X1) sebesar $3,641 > 1,984$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut maka dapat

⁵⁵A.V Feigenbaum, "Kendali Mutu Terpadu", Jakarta: Erlangga, 1992, h. 97.

disimpulkan bahwa variabel pelayanan *teller* (X1) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) dan diketahui nilai t hitung variabel pelayanan *customer service* (X2) sebesar $5,144 > 1,984$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut maka H0 ditolak dan H1 diterima maka dapat disimpulkan Ada hubungan variabel pelayanan *teller* (X1) dan variabel pelayanan *customer service* (X2) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah (Y).

Diketahui dari hasil output nilai signifikan untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 30.727. Apabila menggunakan F tabel sebesar 3,090 maka dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel di peroleh $30,727 > 3,090$. Diketahui dari output di atas nilai signifikan untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 30.727. Apabila menggunakan F tabel sebesar 3,090 maka dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel di peroleh $30,727 > 3,090$. Artinya ada pengaruh secara signifikan antara pelayanan *teller* dan pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah secara bersama-sama atau serentak terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,375 yang dapat diartikan bahwa variabel pelayanan *teller* dan pelayanan *customer service* mempunyai pengaruh sebesar 37,5% terhadap variabel kepuasan nasabah, sedangkan 62,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dari variabel yang diteliti oleh peneliti.

2. Pengaruh pelayanan *teller* (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) di Bank Muamalat Palangka Raya.

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $5.271 > 1.984$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan *customer service* (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

Berdasarkan uji F diketahui F tabel sebesar 3,090 maka dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel di peroleh $42.836 > 3,090$. Dan dapat disimpulkan bahwa pelayanan *teller* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,304 yang dapat diartikan bahwa variabel pelayanan *teller* mempunyai pengaruh sebesar 30,4 % terhadap kepuasan nasaba.

3. Pengaruh pelayanan *teller* (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) di Bank Muamalat Palangka Raya.

Hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar $5.271 > 1.984$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan *customer service* (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

Berdasarkan nilai signifikan untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar 27.778. Apabila menggunakan F tabel sebesar 3,090 maka dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel di peroleh $27.778 > 3,090$. Maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,221 yang dapat diartikan bahwa variabel pelayanan *customer service* mempunyai pengaruh sebesar 22,1 % terhadap variabel kepuasan nasabah.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

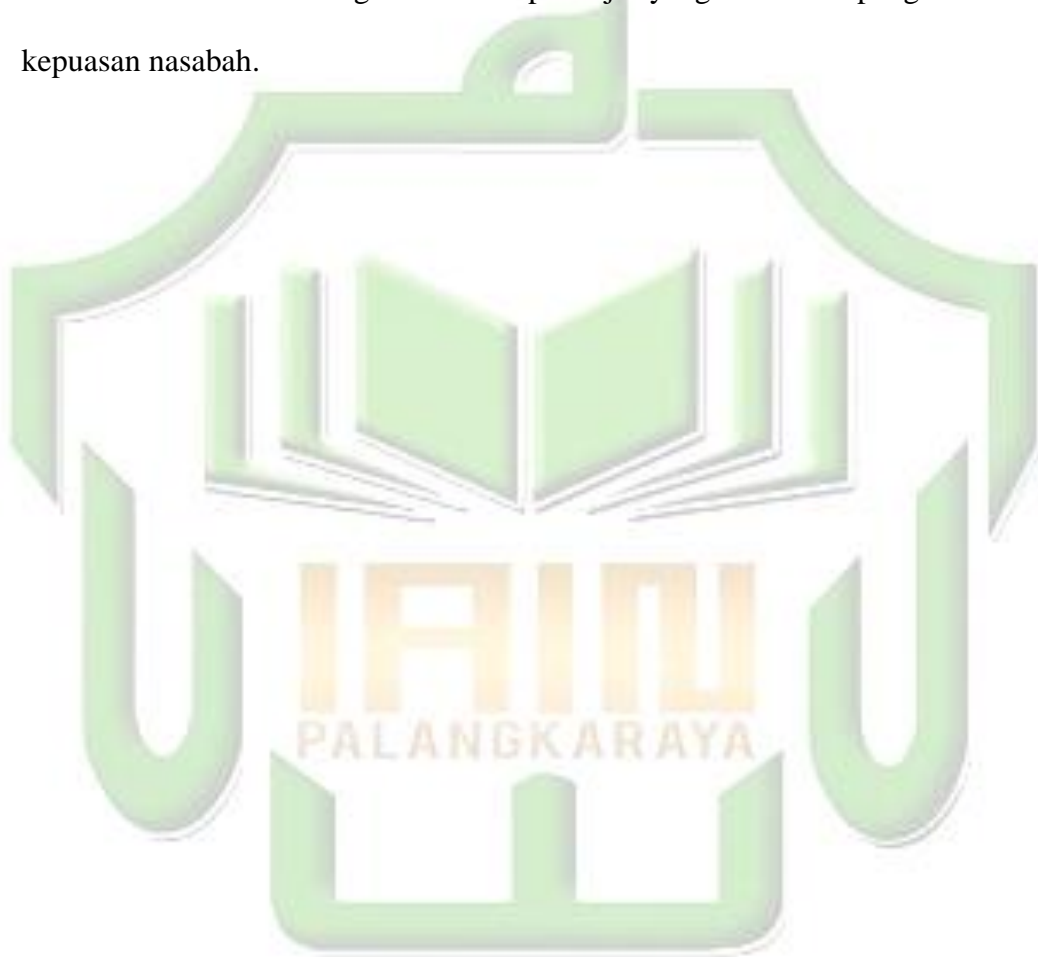
Berdasarkan data yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh pelayanan *teller* dan pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah sama-sama berpengaruh signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,375 yang dapat diartikan bahwa variabel pelayanan *teller* dan pelayanan *customer service* mempunyai pengaruh sebesar 37,5% terhadap variabel kepuasan nasabah, sedangkan 62,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar dari variabel yang diteliti oleh peneliti.
2. Pengaruh pelayanan *teller* terhadap kepuasan nasabah berdasarkan tabel koefisien maka dapat persamaan yaitu $Y = 20.388 + 0.447X_1$, dimana model ini memiliki pengaruh variabel X_1 terhadap variabel Y sebesar 30,4%.
3. Pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah berdasarkan tabel koefisien maka dapat persamaan yaitu $Y = 23.020 + 0.411X_1$, dimana model ini memiliki pengaruh variabel X_1 terhadap variabel Y sebesar 22,1%.

B. Saran

Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini, oleh karena itu hasil penelitian ini belum bisa dikatakan sempurna, namun diharapkan dapat memberikan kontribusi.

Peneliti berharap untuk ada penelitian lanjutan dengan judul yang sama namun dengan variabel-variabel lain selain variabel pelayanan *teller* dan pelayanan *customer service* dan kepuasan nasabah penelitian dengan penelitian yang berbeda yaitu kualitatif. Penelitian lanjutan diharapkan agar bisa mengetahui secara mendalam tentang variabel apa saja yang lebih berpengaruh dalam kepuasan nasabah.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Afif, Faisal, dkk, *Strategi dan Operasional Bank* , Bandung : PT EROSCO, 1996.
- Arinkunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian “suatu pendekatan praktik”*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1992.
- A.V Feigenbaum, *Kendali Mutu Terpadu*, Jakarta: Erlangga, 1992.
- Bugin, Burhan, *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran*, Jakarta: Kencana, 2013
- Darmawan. Deni, *Metode penelitian kuantitatif*, Bandung: PT Remaja rosdakarya, 2013.
- Gunawan, Imam, *Pengantar Statistika Inferensial*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Idrus, Muhammad, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Irawan, Hendi, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT.ELEX Media Komputindo 2002.
- Kasmir, *Customer Services Excellent Teori Dan Praktek*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- _____, *Manajemen Perbankan* , Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, terjemahan Hendra Teguh Rusli. Jakarta : Prenhalindo, 1997.
- Rangkuti, Freddy, *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Riduwan, *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- _____, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: AIFABETA, 2010.

- _____ & Sunarto, *Pengantar Statistika untuk penelitian: pendidikan, sosial, komunikasi, ekonomi, dan bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Majid Abdul, Soharto, *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transformasi*, Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada, 2009.
- Marison, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: KENCANA, 2014.
- Marzuki, *Metodologi Riset*, Yogyakarta: BPFE UII, 2002.
- P.Usanti, Trisadini, Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2013.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori dan Aplikasi)*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006
- Soeharto, Abdul Masjid, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transformasi*, Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada, 2009.
- Sudaryono, *Aplikasi Statistika untuk Penelitian*, Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014.
- _____, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017, h.167.
- Sudijono, Anas, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Rajawali Press, 2010
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. 2016.
- Suharsaputra, Uhar, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, Bandung: PT Refika Aditama, 2002.
- Sumanto, *Teori dan Aplik;asi Metode, Penelitian*, Yogyakarta: CAPS (Canter Of Academic Publishing Service), 2014.
- Supriyanto, *Metodologi Riset Bisnis*, Jakarta: PT Indeks, 2009.

Suryani.Tatik, *Manajemen Pemasaran (Strategic Bank Di Era Global)*, Jakarta: Kencana, 2017.

Umar, Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013.

Wood, Ivonne, *Layanan Pelanggan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

Zainal,Veithzal Rival, dkk.,*Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT Bumi Aksara,2017.

B. Skripsi

Alinda Hatikarini, *Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Jasa Pengiriman Paket di PT. POS Indonesia (Persero) dan JNE Kota Serang*, 2016, Skripsi.

Fery Sujarwo, *Pengaruh Pelayanan Teller Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Salatiga*, 2016, Skripsi.

Risdayanti Harun, *Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bri Syariah KCP Sungguminasa*, 2016, Skripsi.

Yeni Herliani, “Pengaruh Perilaku Konsumen dan Label Halal Produk Makanan Rumah Tangga Terhadap Keputusan Konsumsi di Palangka Raya (Keluarga Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Palangka Raya)”, Skripsi, Palangka Raya: IAIN Palangka Raya, 2016, Skripsi.

C. Undang-undang

Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan.

D. Internet

Bank Muamalat. 2016. Profil Bank Muamalat. <http://www.bankmuamalat.co.id>. (Online 4 Mei 2019).

Hidayat, Anwar. 2013. <https://www.google.co.id/amp/s/www/statistikian.com>, (Online 06 September 2019).

Johanness, Uji Reliabilitas, <http://konsultanspss.blogspot.com/p/uji-reliabilitas.html> 14, (Online 01 Mei 2019).

Rizkii, Reza. 2015. *Teori Pelayanan Bank*. [http:// Reza Rizkii. Blogspot.com](http://RezaRizkii.blogspot.com) (Online 15 Juli 2019).

