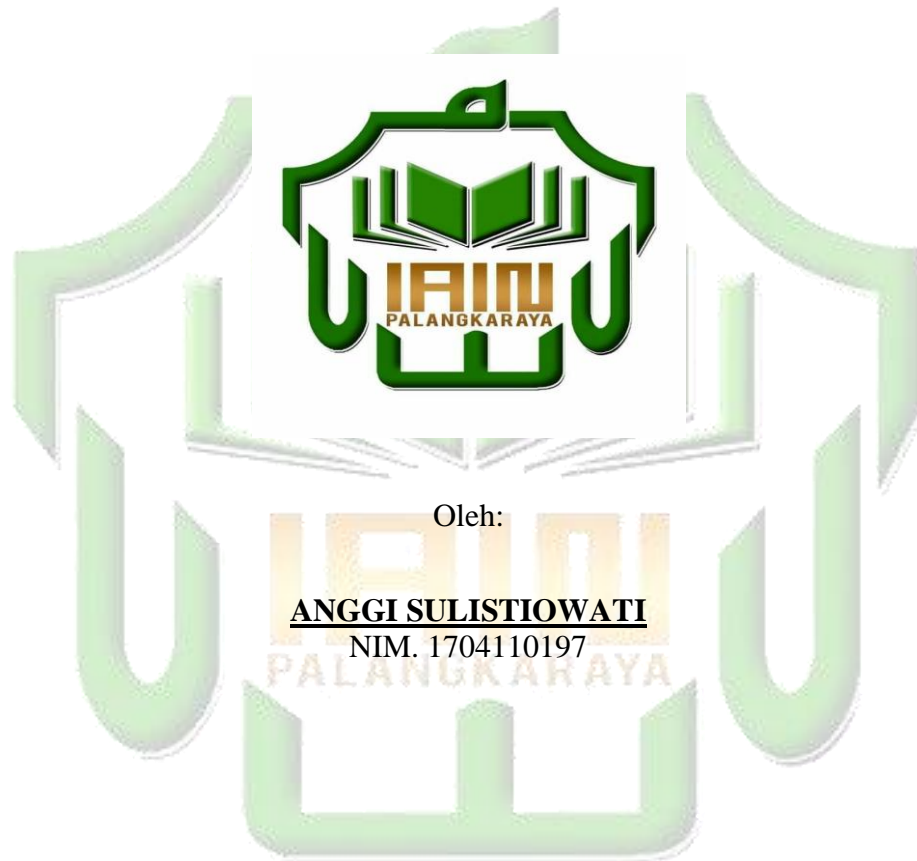


**HUBUNGAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH PADA PT. BPRS MITRA AMANAH  
PALANGKA RAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi



Oleh:

**ANGGI SULISTIOWATI**

NIM. 1704110197

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
TAHUN 2022 M/1444 H**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : HUBUNGAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT.  
BPRS MITRA AMANAH PALANGKA RAYA

NAMA : ANGGI SULISTIOWATI

NIM : 1704110197

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

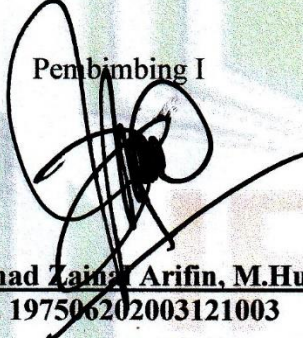
JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH

JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, 31 Agustus 2022

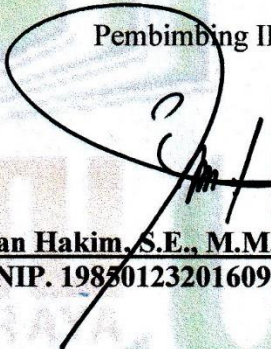
Pembimbing I



Muhammad Zainal Arifin, M.Hum  
NIP. 197506202003121003

Menyetujui

Pembimbing II

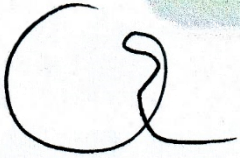


Sofyan Hakim, S.E., M.M., M.A.P  
NIP. 198501232016092722

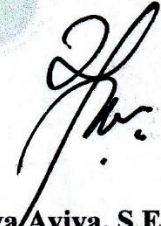
Mengetahui

Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Jurusan  
Ekonomi Islam



Dr. M Ali Sibram Malisi, M.Ag  
NIP. 197404232001121002



Dr. Itsla Yunisva Aviva, S.E.I., M.E.Sy  
NIP. 198910102015032012

## NOTA DINAS

Palangka Raya, 31 Agustus 2022

Hal : **Mohon diuji skripsi**  
**Saudari Anggi Sulistiowati**

Kepada  
Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi  
**FEBI IAIN PALANGKA RAYA**

Di-  
Palangka Raya

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

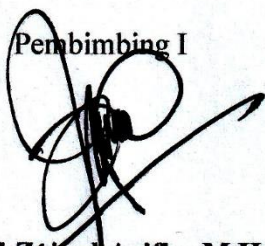
Nama : Anggi Sulistiowati  
Nim : 1704110197  
Judul Skripsi : **Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPRS Mitra Amanah Kota Palangka Raya**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

Dengan ini kami harap agar tugas skripsi saudara tersebut di atas dapat segera *dimunaqasahkan*. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

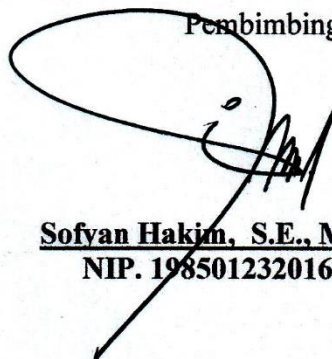
*Wassalamu'alaikum Wr, Wb.*

Pembimbing I



**Muhammad Zainal Arifin, M.Hum**  
NIP. 197506202003121003

Pembimbing II



**Sofyan Hakim, S.E., M.M., M.A.P**  
NIP. 198501232016092722

## LEMBAR PENGESAHAN


Skripsi yang berjudul “ Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya”. Oleh Anggi Sulistiowati, NIM: 1704110197 telah *dimunagasahkan* oleh tim *Munagasah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 4 Oktober 2022

### TIM PENGUJI

1. **Jelita, M.SI**  
(Ketua Sidang/penguji) (.....)
2. **Dr. H. Sugiyanto, M.Pd**  
(Penguji I) (.....)
3. **Muhammad Zainal Arifin, M.Hum**  
(Penguji II) (.....) 13/10/22
4. **Sofyan Hakim, S.E., M.M., M.A.P**  
(Penguji/sekretaris) (.....)

Mengetahui  
Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam

  
**Dr. M Ali Sibram Malisi, M.Ag**  
NIP. 197404232001121002

HUBUNGAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PADA PT. BPRS MITRA AMANAH PALANGKA RAYA

**ABSTRAK**

Oleh : Anggi Sulistiowati  
Nim: 1704110197

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa kuat hubungan antara kualitas layanan yang diberikan terhadap kepuasan yang diterima oleh nasabah PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya. Sedangkan pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Simple Random Sampling* sebesar 78 responden. Penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linear Sederhana dan data primer menggunakan program spss 26.0.

Hasil penelitian ini diketahui nilai korelasi antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah memiliki nilai sebesar 0,863. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi nilai  $r$ , maka 0,863 termasuk tingkat hubungan “sangat kuat”. Sedangkan nilai R Square ( $r^2$ ) adalah 0,745, hal ini berarti bahwa 74,5% variabel Kepuasan Nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Kualitas Layanan (X) seperti penampilan dan kemampuan karyawan, sarana dan prasarana fisik PT. BPRS Mitra Amanah, kehandalan karyawan, ketanggapan karyawan, empati karyawan, jaminan dan kepastian yang diberikan PT. BPRS Mitra Amanah. Sedangkan sisanya ( $100\% - 74,7\% = 25,5\%$ ) dijelaskan oleh variabel (sebab-sebab) lain di luar variabel Kualitas Layanan.

**Kata Kunci:** BPRS, Hubungan, Kepuasan Nasabah, Kualitas, Layanan

THE RELATIONSHIP OF SERVICE QUALITY TO CUSTOMER  
SATISFACTION AT PT. BPRS MITRA AMANAH PALANGKA RAYA

**ABSTRACT**

By : Anggi Sulistiowati  
Nim: 1704110197

*This study aims to find out and analyze how strong the relationship between the quality of services provided and the satisfaction received by PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya.*

*This research uses quantitative methods with a quantitative descriptive type of research. The population of this study is all customers of PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya. Meanwhile, the sampling used was a Simple Random Sampling technique of 78 respondents. This study used Simple Linear Regression analysis and primary data using the spss 26.0 program.*

*The results of this study are known that the correlation value between Service Quality and Customer Satisfaction has a value of 0.863. Based on the interplay of the correlation coefficient of the value of  $r$ , then 0.863 belongs to the degree of the "very strong" relationship. While the value of R Square ( $r^2$ ) is 0.745, this means that 74.5% of the Customer Satisfaction ( $Y$ ) variable can be explained by an independent variable, namely Service Quality ( $X$ ) such as the appearance and ability of employees, physical facilities and infrastructure of PT. BPRS Mitra Amanah, employee reliability, employee responsiveness, employee empathy, guarantees and certainty provided by PT. Mitra Amanah. BPRS Mitra Amanah. While the rest ( $100\% - 74.7\% = 25.5\%$ ) is explained by other variables (causes) outside the Quality of Service variable.*

**Keywords:** BPRS, Relationship, Customer Satisfaction, Quality, Service

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat dan rahmat-Nya lah peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini. Sholawat serta salam tak lupa semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. serta keluarga, para sahabat dan pengikut Beliau yang telah memberikan pencerahan bagi kita hingga dapat merasakan nikmatnya iman dalam Islam, serta nikmatnya kemuliaan dalam ilmu pengetahuan.

Penulisan skripsi ini yang berjudul **“Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPRS Mitra Amanah Palangkaraya”** adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Dalam upaya penyelesaian proposal skripsi ini, peneliti telah menerima banyak dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah turut berkontribusi dalam penyelesaian skripsi peneliti, khususnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palangka Raya yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian
2. Bapak Dr. Sadiani, M.H. Selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama IAIN Palangka Rayas, sekaligus sebagai dosen pembimbing akademik

3. Bapak Dr. M Ali Sibram Malisi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
4. Ibu Fadiyah Adlina S.Fil.I., M.Pd.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.
5. Bapak M. Zainal Arifin, M. Hum dan bapak Sofyan Hakim, S.E., M.M., M.A.P. selaku dosen pembimbing I dan II, yang telah banyak membantu dan mengarahkan, memotivasi dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu dalam berbagi ilmu pengetahuan kepada peneliti.
7. Pimpinan dan Staf Administrasi Perpustakaan IAIN Palangka Raya yang telah memberikan izin pada penulis untuk melakukan penelitian dengan menggunakan berbagai referensi yang ada sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Bapak Muhamad Ariyadi, selaku Direktur Utama PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
9. Ibu Teti Sugiarti, selaku kepala bidang marketing PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya yang memberikan banyak informasi, dan ilmu kepada penulis selama penelitian.



10. Kepada pihak PT. BPRS Mitra Amanah Kota Palangka Raya yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
11. Orang tua peneliti serta keluarga besar yang sangat banyak memberikan bantuan moril, materil, dan dukungan serta mendoakan untuk keberhasilan peneliti dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan tugas akhir.
12. Semua teman-teman Program Studi Perbankan Syariah angkatan tahun 2017 khususnya Pebankan Kelas C yang telah memberikan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Semoga karya ilmiah skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi semua pihak serta dipergunakan sebagaimana semestinya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Palangka Raya, 31 Agustus 2022



Anggi Sulistiowati  
Nim.1704110197

## PERNYATAAN ORISINALITAS



Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anggi Sulistiowati  
NIM : 1704110197  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya**", adalah benar karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

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

Palangka Raya, 31 Agustus 2022



Anggi Sulistiowati  
Nim.1704110197

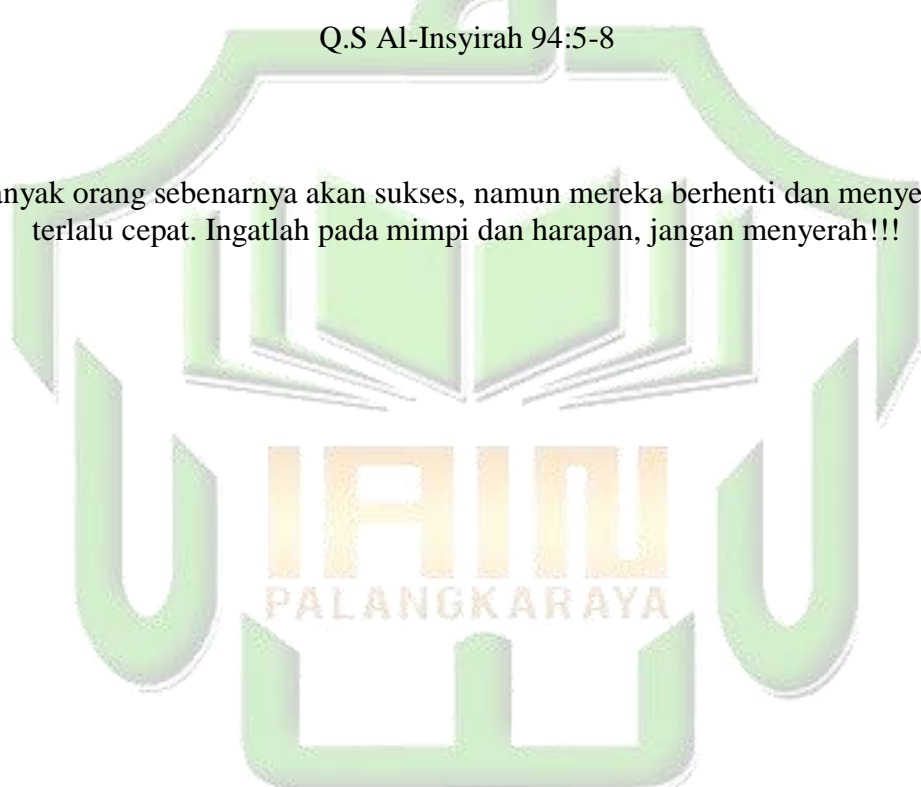
## MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾  
وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ ﴿٨﴾

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras untuk urusan yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”*

Q.S Al-Insyirah 94:5-8

Banyak orang sebenarnya akan sukses, namun mereka berhenti dan menyerah terlalu cepat. Ingatlah pada mimpi dan harapan, jangan menyerah!!!



## PERSEMBAHAN



♥ Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh ♥

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. sujud syukur saya panjatkan atas izin dan ridho Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan bagi saya untuk bisa menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Semoga ilmu yang saya dapatkan bermanfaat bagi kehidupan saya dan juga bermanfaat bagi orang lain. Dengan raya penuh syukur dan kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada:

Teruntuk orang tua saya yang saya cintai Alm. Papah Eko Sunaryo, Mamah Sarini, Bapak Wageanto dan Ibu Ngasini yang telah menantikan keberhasilan saya hingga samapi di titik ini, terimakasih atas segala kasih sayang, dukungan moral maupun moril, pengorbanan dengan penuh keikhlasan, serta doa terbaik yang tiada henti demi tercapainya cita cita anak mu ini. Untuk kedua kakak saya Ahmad Kasmuin dan Sukamto serta kakak ipar saya Eva Febriyanti dan Ngatmi yang telah mendukung dan selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta untuk Rezky Nurfaridzi S.M., yang selalu ada di saat susah maupun senang, yang selalu menjaga saya, membuat saya jauh dari kata kesedihan dan selalu menghibur saya di saat saya memiliki beban pikiran yang cukup berat.

Semoga kalian senantiasa diberikan Allah SWT kesehatan, limpahan kasih sayang, keberkahan dalam hidup, dan keselamatan dunia akhirat. Aamiin.

Seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terutama untuk Dosen Pembimbing 1 Bapak M. Zainal Arifin, M.Hum., Pembimbing 2 Bapak Sofyan Hakim S.E., M.M., M.A.P., yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini, dan dengan penuh keikhlasan dan kesabaran dalam mengajarkan dan

memberikan ilmu yang bermanfaat. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian dan senantiasa diberikan limpahan kesehatan dan keberkahan. Aamiin

Teman-teman seperjuanganku Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2017, khususnya perbankan kelas C semoga Allah SWT mencintai dan meridhoi perjuangan kita selama menempuh pendidikan di IAIN Palangka Raya, semoga kita semua bisa terus menjalin silaturahmi yang baik serta bisa menjadi insan yang bertaqwa, sukses dunia dan akhirat. Aamiin.

♥ Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh ♥



## PEDOMAN TRANSITERASI ARAB LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak di lambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	H .	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	D	de titik dibawah
ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah

ظ	<i>Zā'</i>	Z .	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	...,...	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka
ل	<i>Lām</i>	L	El
و	<i>Mīm</i>	M	Em
ن	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
هـ	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...“...	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

**B. Konsonan Rangkap Karena *Tasydīd* Ditulis Rangkap:**

متعاقدين	Ditulis	<i>Muta'āqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

**C. *Tā' Marbūtah* Di Akhir Kata.**

1. Bila dimatikan, ditulis:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</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 dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis:

نعمة الله	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-fitri</i>

#### D. Vokal Pendek

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

#### E. Vokal Panjang

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

#### F. Vokal Rangkap

Fathah+ya" mati	Ditulis	Ai
بئس	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>



## G. Vokal-Vokal Pendek Yang Berurutan dalam Satu Kata, Dipisahkan

Dengan Apostrof.

الانتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
ني شكرتي	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## H. Kata sandang Alif +Lām

### 1. Bila diikuti Huruf Qamariyyah

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
النؤبش	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.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	i
<b>NOTA DINAS</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ix
<b>MOTTO</b> .....	x
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	xi
<b>PEDOMAN TRANSITERASI ARAB LATIN</b> .....	xiii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xvii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xxi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xxii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xxiii
<b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....	xxiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Kegunaan Penelitian.....	4
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS</b>	
A. Penelitian Terdahulu .....	6
B. Kajian Teoritis.....	17

1. Pelayanan .....	17
a. Definisi Pelayanan .....	17
b. Manfaat Pelayanan.....	18
c. Standart Layanan Perbankan .....	19
d. Dimensi Kualitas Layanan.....	23
2. Kepuasan .....	24
a. Definisi Kepuasan.....	24
b. Teori dan Model Kepuasan Pelanggan .....	27
c. Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	32
d. Metode Pengukuran kepuasan pelanggan.....	34
C. Kerangka Pikir .....	37
D. Hipotesis Penelitian.....	38

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	39
1. Pendekatan Penelitian .....	39
2. Jenis Penelitian.....	39
B. Definisi Operasional.....	40
C. Waktu dan Tempat Penelitian .....	41
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	41
1. Populasi Penelitian .....	41
2. Sampel Penelitian.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
1. Angket .....	44
2. Dokumentasi .....	46

F. Uji Instrumen Penelitian .....	47
1. Validitas Penelitian .....	47
2. Reliabilitas Penelitian.....	48
G. Uji Persyaratan Analisis .....	50
H. Teknik Pengolahan Data .....	50
I. Analisis Data .....	51
1. Korelasi Pearson Product Moment.....	51
2. Uji Koefisien Determinasi.....	53
J. Sistematika Penulisan.....	53

#### **BAB IV PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum PT BPRS Mitra Amanah .....	55
1. Sejarah PT BPRS Mitra Amanah.....	55
2. Visi dan Misi PT BPRS Mitra Amanah .....	58
3. Produk PT BPRS Mitra Amanah .....	58
4. Struktur Organisasi PT. BPRS Mitra Amanah.....	62
B. Penyajian Data .....	63
1. Data Responden Berdasarkan Karakteristik.....	63
2. Data Jawaban Responden.....	64
3. Hasil Analisis Data.....	67
a. Korelasi Pearson Product Moment .....	67
b. Koefisien Determinasi .....	69
4. Hasil Uji Persyaratan Analisis .....	70
a. Uji normalitas data.....	70
b. Uji Linearitas .....	72
c. Uji heterokedasitas .....	72

C. Pembahasan.....	73
--------------------	----

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	75
B. Saran.....	75

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

Lampiran 1. Koesioner Penelitian ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 2. Tabulasi Data Variabel.....	86
Lampiran 3. Deskripsi Responden.....	97
Lampiran 4. Jawaban Responden .....	98
Lampiran 5. Hasil Uji Coba Validitas 30 Responden.....	100
Lampiran 6. Uji Reliabilitas.....	102
Lampiran 7. Hasil Analisis Data.....	103
Lampiran 8. Hasil Uji Normalitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 9. Hasil Uji Linearitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 10. Hasil Uji Heterokedasitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Lampiran 11. Foto Dokumentasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Riwayat Hidup .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3. 1 Skor Likert .....	45
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	45
Tabel 3. 3 Validitas Kualitas Layanan .....	47
Tabel 3. 4 Validitas Kepuasan Nasabah.....	47
Tabel 3. 5 Reliabilitas Kualitas Layanan .....	49
Tabel 3. 6 Reliabilitas Kepuasan Nasabah.....	49
Tabel 3. 7 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	52
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Umur .....	63
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan .....	65
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah.....	66
Tabel 4. 6 Descriptive Statistics.....	67
Tabel 4. 7 Correlations.....	68
Tabel 4. 8 Model Summary.....	69
Tabel 4. 9 One-Simple Kolmogorov-Smirnov Test.....	70
Tabel 4. 10 ANOVA .....	72
Tabel 4. 11 Coefficients .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	37
Gambar 4. 2 Histogram .....	71
Gambar 4. 3 Scatter Plot .....	71



## DAFTAR BAGAN

Bagan 4. 1 Struktur Organisasi BPRS Mitra Amanah .....	62
--	----





## DAFTAR SINGKATAN

1. BMA : Bank Mitra Amanah
2. BPKB : Buku Kepemilikan Bermotor
3. BPR : Bank Pembiayaan Rakyat
4. BPRS : Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
5. BSM : Bank Syariah Mandiri
6. BTN : Bank Tabungan Negara
7. IAIN : Institut Agama Islam Negeri
8. KS : Kurang Setuju
9. LPS : Lembaga Penjamin Simpanan
10. OJK : Otoritas Jasa Keuangan
11. PNS : Pegawai Negeri Sipil
12. PKL : Pratek Kerja Lapangan
13. PT : Perseroan Terbatas
14. QS : Qur'an Surah
15. RUPS : Rapat Umum Pemegang Saham
16. S : Setuju
17. SAW : Sallallahu Alaihi Wasallam
18. Sig : Signifikan
19. SPSS : Statistical Program for Social Science
20. SS : Sangat Setuju
21. STNK : Surat Tanda Nomor Kendaraan
22. STS : Sangat Tidak Setuju
23. SWT : Subhanallahu Wa Ta'ala
24. Tbk : Terbuka
25. TS : Tidak Setuju

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini dan masa dimana akan datang kompetisi yang terjadi sudah bersifat global dan adanya perubahan-perubahan kondisi ekonomi menyebabkan banyak organisasi dari bermacam-macam ukuran melakukan langkah restrukturisasi. Persaingan pasar dalam dunia internasional dan domestik semakin tajam dan ketat.<sup>1</sup> Berbagai macam bentuk dari lembaga keuangan mulai dari bank ataupun lembaga non bank, baik itu menawarkan sistem konvensional dan sistem syariah yang ada di Indonesia sekarang membuat para pengelola lembaga keuangan tersebut menawarkan berbagai macam produk dan layanan kepada nasabahnya.<sup>2</sup>

Dalam mengejar pertumbuhan volume usaha setiap tahun secara kontiniu perbankan harus meningkatkan pelayanan kepada semua nasabah maupun calon nasabah dalam meningkatkan kinerja setiap saat. berbicara pelayanan yang berefek kepada kinerja perbankan, dimana kinerja tersebut merupakan gambaran pencapaian program kerja untuk mencapai tujuan baik visi dan misi di perbankan itu sendiri, termasuk kinerja keuangan dengan menggunakan aturan implementasi keuangan secara benar. Pelayanan yang diberikan oleh perbankan merupakan suatu kepuasan bagi nasabah dalam tetap selalu loyal

---

<sup>1</sup>Heni Rohaeni dan Nisa Marwa, *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Ecodemica, Vol. 2, No.2, September 2018, h. 313.

<sup>2</sup>Laelatul Muharomah, "*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Produk Pembiayaan*", Skripsi, Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2017, h. 4.

kepada bank dalam menggunakan produk dan jasa yang di pasarkan baik berupa produk penghimpunan dana maupun produk penyaluran dana (pembiayaan), maka kelayakan nasabah sangat tergantung dari pelayanan bank.<sup>3</sup>

Kualitas pelayanan bank harus dimulai dari pemahaman kebutuhan nasabah dan berakhir dengan kepuasan nasabah serta sikap positif terhadap kualitas jasa. Asumsi dibalik definisi ini adalah bahwa pelanggan membentuk persepsi kualitas pelayanan menurut kinerja pelayanan yang mereka alami. Oleh karena itu persepsi pelanggan yang menilai kualitas layanan suatu entitas. Hal ini menjelaskan kualitas pelayanan dari bank sangat berkaitan dengan kepuasan nasabah atas penilaiannya terhadap kinerja dari bank.<sup>4</sup>

Seperti lembaga keuangan lainnya, BPRS juga melakukan kegiatan yang berkaitan dengan menghimpun dana dan menyalurkan kredit. Hal ini tercantum pada Undang-undang perbankan No. 10 Tahun 1998. Pendirian BPRS harus mengacu pada bentuk hukum BPRS yang telah ditentukan dalam UU Perbankan. Sebagaimana dalam UU Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 Pasal 7, bentuk badan hukum suatu bank syariah baik berbentuk bank umum, unit badan hukum suatu bank syariah berbentuk bank umum, unit usaha maupun BPRS adalah Perseroan Terbatas (PT).<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup>Nasfi, Rahmad dan Sabri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*, Journal of Economic Studie, Vol. 4, No. 1, Januari-Juni 2020, h. 20.

<sup>4</sup>Eva Sundari, *Dinamika Citra dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam*, Cet.1, Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2021, h. 7.

<sup>5</sup> Muhammad Kurniawan, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Cet.1, Jawa Barat: CV Adanu Abimata, 2021, h. 95-96.

Berdasarkan observasi pra-penelitian yang dilakukan penulis di PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya, sekaligus pengalaman penulis saat melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang di selenggarakan kampus IAIN Palangka Raya, pada Desember 2019. Bahwasannya pada saat ini salah satu pemicu melemahnya perekonomian Indonesia di sebabkan oleh adanya fenomena pandemi covid-19. Menanggapi fenomena tersebut, PT. BPRS Mitra Amanah sebagai salah satu badan usaha yang menghimpun dana dan menyalurkan dana pada masyarakat juga merasakan dampak negatif yang disebabkan oleh fenomena tersebut. Kareana ekonomi masyarakat yang menurun akibat pandemi covid-19 menyebabkan potensi pembiayaan bermasalah menjadi meningkat, dan menurunnya minat nasabah dalam bertransaksi ataupun melakukan pembiayaan. Pelayanan yang prima kepada nasabah merupakan suatu keharusan jika suatu bank tersebut tidak ingin tergeser dengan pesaing bisnis lainnya. Namaun mengingat lantaran menurunnya minat nasabah tersebut dalam melakukan pembiayaan, mengharuskan pihak PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya melakukan sebuah kebijakan untuk mengurangi / mengistirahatkan beberapa karyawan sementara, hal tersebut dilakukan agar PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya tetap berjalan stabil dan efisien.<sup>6</sup>

Berdasarkan uraian yang telah dibahas di atas mengenai pengurangan karyawan tersebut, maka penulis merasa tertarik untuk membahas dan meneliti mengenai standar layanan bank yang di terapkan di PT. BPRS Mitra

---

<sup>6</sup>Dokumen PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya.

Amanah Palangkaraya. Sebab dengan kebijakan pengurangan karyawan tersebut memunculkan tanda tanya besar mengenai pelayanan prima PT. BPRS Mitra Amanah Palangkaraya yang akan diberikan kepada nasabah ataupun calon nasabah. Oleh karena itu dalam penulisan skripsi ini, penulis mengangkat judul **“Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPRS Mitra Amanah Palangkaraya“**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada permasalahan atau latar belakang yang telah peneliti uraikan di atas, maka dapat di tarik rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, apakah kualitas layanan memiliki hubungan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian skripsi ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis hubungan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini nantinya diharapkan memberikan kegunaan baik secara teori maupun praktis sebagai berikut:

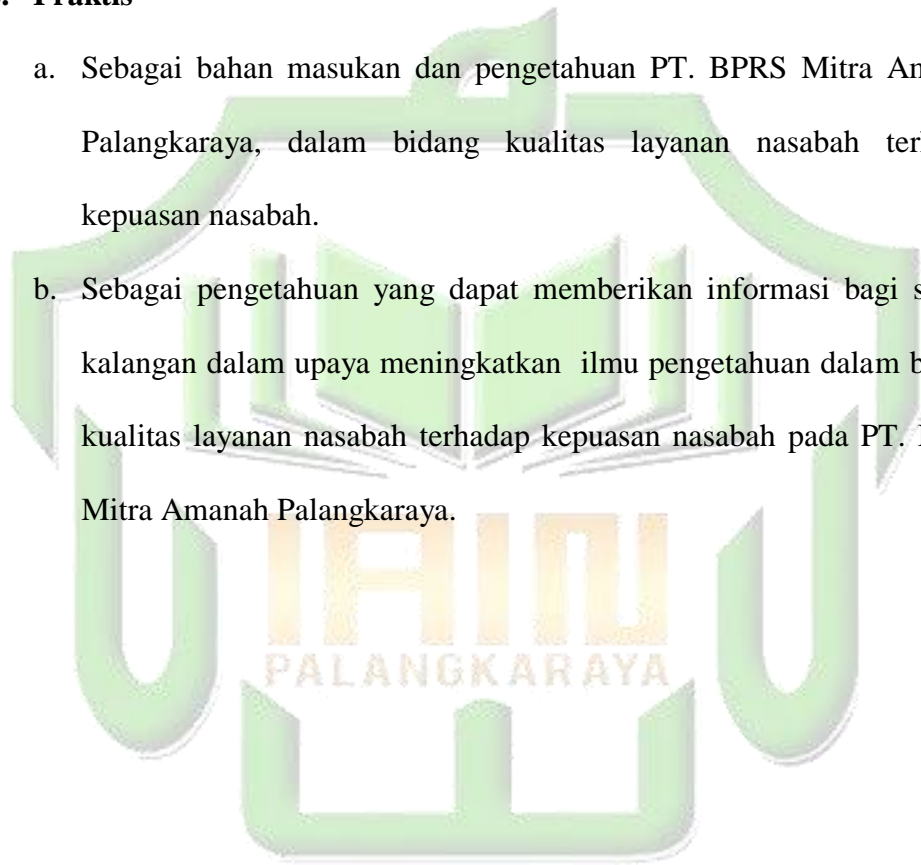
### **1. Teoritis**

- a. Menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman peneliti khususnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

- b. Menambah khazanah ilmu tentang kualitas layanan nasabah terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Mitra Amanah Palangkaraya, sehingga dapat menjadi acuan bagi penelitian pemikiran lebih lanjut, baik untuk penelitian yang bersangkutan maupun penelitian lain sehingga penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.

## **2. Praktis**

- a. Sebagai bahan masukan dan pengetahuan PT. BPRS Mitra Amanah Palangkaraya, dalam bidang kualitas layanan nasabah terhadap kepuasan nasabah.
- b. Sebagai pengetahuan yang dapat memberikan informasi bagi semua kalangan dalam upaya meningkatkan ilmu pengetahuan dalam bidang kualitas layanan nasabah terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Mitra Amanah Palangkaraya.



## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### A. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian, penulis mengadakan kajian terhadap penelitian terdahulu yang berkaitan atau mendukung penelitian penulis mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Tujuan hasil penelitian pada intinya dilakukan untuk menghubungkan berbagai sumber kajian yang relevan dengan penelitian penulis, serta menghindari terjadinya plagiat atau kesamaan penelitian yang sudah ada.

1. Penelitian Eva Setyawati (2017), “Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Pada M-One Hotel & Entertainment”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di M-One Hotel & Entertainment, untuk menganalisis seberapa kuat hubungan antara kedua variabel, untuk mengetahui kualitas pelayanan M-One Hotel & Entertainment dan untuk mengetahui seberapa puas konsumen M-One Hotel & Entertainment Hasil penelitian ini diketahui bahwa Kualitas pelayanan di M-One Hotel & Entertainment termasuk dalam kategori sangat baik dengan nilai rata-rata 84.2%, sedangkan kepuasan konsumen juga termasuk dalam kategori sangat memuaskan dengan nilai rata-rata 83,80%. Dan terdapat hubungan yang cukup kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dengan nilai  $r$  0,552. Dengan nilai signifikansi 0,00 maka hubungan ini positif signifikan. M-One Hotel & Entertainment harus lebih menyadari

bahwa pada kualitas pelayanan akan sangat berpengaruh dengan kepuasan konsumen, lalu sebaik mungkin berusaha untuk memenuhi kepuasan konsumen. Karena apabila konsumen tersebut merasa puas besar kemungkinan konsumen tersebut akan menjadi pelanggan. Dan secara otomatis konsumen yang merasa puas akan merekomendasikan *M-One Hotel & Entertainment* sebagai Hotel yang direkomendasikan.<sup>7</sup>

Dari penelitian terdahulu Eva Setyawati tersebut, maka hal-hal atau komponen-komponen yang relevan dan mendukung penelitian ini adalah berdasarkan hasil kuesioner kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menunjukkan bahwa rata-rata adalah termasuk dalam katagori sangat baik. Hal itu sejalan dengan usaha *M-One Hotel & Entertainment* dalam memenuhi kepuasan konsumen. Karena apabila konsumen tersebut merasa puas besar kemungkinan konsumen tersebut akan menjadi pelanggan. Dan secara otomatis konsumen yang merasa puas akan merekomendasikan perusahaan tersebut.

2. Penelitian Nurfadillah (2017), “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ratulangi”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangi. Metode teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik aksi dental yaitu teknik penarikan sampel secara kebetulan. Penelitian ini menggunakan metode Analisis Regresi linear

---

<sup>7</sup>Eva Setyawati, *Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Pada M-One Hotel & Entertainment*, E-Jurnal, Bogor: Universitas Pakuan, 2017.



berganda dan pengelola data primer menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Pengaruh variable dari kualitas pelayanan yaitu Kehandalan (X1), Bukti Fisik (X2), Jaminan (X3), Perhatian (X4) dan Tanggapan (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangi. Hal ini dapat di buktikan dari hasil analisis uji F bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $40,649 > 2,31$ ) besarnya pengaruh dapat dilihat dari R square yaitu 66,7% yang menunjukkan bahwa pengaruh variable bebas tersebut terhadap variable terikat yakni kepuasan nasabah adalah sebesar 82,7% dan Hasil menggunakan uji t menunjukkan bahwa variable Kehandalan (X1), Perhatian (X4) dan Tanggapan (X5) berpengaruh nyata terhadap kepuasan nasabah sedangkan variable Bukti Fisik (X2) dan Jaminan (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangia. Hasil data untuk variabel kehandalan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Karena ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah. Kehandalan mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi, Oleh karena itu, perusahaan harus pandai menerapkan kehandalan yang sesuai dengan keinginan nasabah. Hasil data untuk variabel perhatian (X4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Karena ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah. Perhatian mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi, Oleh karena itu, perusahaan harus pandai menerapkan perhatian yang sesuai dengan

keinginan nasabah. Hasil data untuk variabel tanggapan (X5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Tanggapan mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi, Oleh karena itu, perusahaan harus pandai menerapkan tanggapan yang sesuai dengan keinginan nasabah.<sup>8</sup>

Dari penelitian terdahulu Nurfadillah tersebut, maka hal-hal atau komponen-komponen yang relevan dan mendukung penelitian ini adalah variable Kehandalan (X1), Perhatian (X4) dan Tanggapan (X5) berpengaruh nyata terhadap kepuasan nasabah. Itu artinya pada variabel Kehandalan (X1) ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah sehingga mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi. Kemudian pada variabel Perhatian (X4) perusahaan harus pandai menerapkan perhatian (Empati) yang sesuai dengan keinginan nasabah agar meningkatkan minat nasabah dalam melakukan transaksi. Sedangkan pada variabel Tanggapan (X5) bank atau perusahaan harus pandai menerapkan tanggapan (Daya Tanggap) yang sesuai dengan keinginan nasabah seperti halnya dalam kesiapan atau kecepattanggapan karyawan dalam melayani nasabah.

3. Penelitian Kevin Aditya Pratama (2018), dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank

---

<sup>8</sup>Nurfadillah, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri (BSM)*”, Skripsi, Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017.

Rakyat Indonesia cabang Ponorogo. Teknik pengambilan sampel menggunakan kuesioner dengan jumlah kuesioner 100 responden yang merupakan nasabah Bank Rakyat Indonesia cabang Ponorogo. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4), dan *Empathy* (X5) sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y). Alat uji analisis yang digunakan adalah SPSS 21 metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian menunjukkan bahwa *tangible* (bukti fisik) akan mempengaruhi nasabah bank, penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Semakin baik bukti fisik dari bank, maka akan semakin meningkat kepuasan dari nasabah. *Reliability* (keandalan) karyawan bank dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, tepat dan akurat harus dipertahankan guna menciptakan kepuasan pada nasabah. *Responsiveness* (Daya tanggap) dari karyawan terhadap dapat diwujudkan dengan senantiasa memenuhi kebutuhan nasabah, membantu nasabah yang mengalami kesulitan mengisi slip, mengarahkan nasabah ke unit yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, peningkatan kecepatan penanganan keluhan nasabah, dan senantiasa konsisten dalam pelaksanaan pelayanan

untuk kenyamanan nasabah, hal ini akan berdampak pada timbulnya kepuasan dari nasabah. *Assurance* (Jaminan) keamanan dari bank akan membuat nasabah merasa aman dan tidak ada keraguan dalam bertransaksi. Jaminan dari suatu bank akan mempengaruhi kepuasan nasabah, karena apa yang diinginkan nasabah dapat dipenuhi dengan baik oleh pihak bank. Kemudian *empathy*, adanya *empathy* (perhatian) dan komunikasi yang baik dari karyawan akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal ini dikarenakan nasabah merasa diperhatikan oleh pihak bank, yaitu kebutuhan nasabah ditanggapi dengan baik oleh pihak bank.<sup>9</sup>

Dari penelitian terdahulu Kevin Aditya Pratama tersebut, maka hal-hal atau komponen-komponen yang relevan dan mendukung penelitian ini adalah hasil penelitian menunjukkan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut sejalan dengan *tangible* (bukti fisik) dari bank dengan penampilan karyawan yang menarik dan rapi, perlengkapan yang memadai dan lingkungan yang bersih maka akan semakin meningkat kepuasan dari nasabah. *Reliability* (kehandalan) karyawan bank dalam memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan akurat akan menciptakan kepuasan pada nasabah. *Responsiveness* (daya tanggap) karyawan yang baik akan menciptakan simpatik dari nasabah, hal ini akan berdampak pada timbulnya kepuasan dari nasabah. *Assurance* (jaminan) keamanan dari bank akan membuat

---

<sup>9</sup>Kevin Aditya Pratama, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo", Skripsi, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2017.

nasabah merasa aman dan tidak ada keraguan dalam bertransaksi. Kemudian *empathy* (perhatian) dan komunikasi yang baik dari karyawan akan berpengaruh kepuasan nasabah, hal ini dikarenakan dengan mengutamakan kepentingan nasabah akan membuat nasabah merasa puas dengan pelayanan bank tersebut.

4. Eka Wardiana (2019), dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone. populasi penelitian adalah semua nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone yang ditemui pada saat penelitian, dimana populasinya sebanyak 500 nasabah sedangkan besarnya sampel yang ditetapkan menggunakan teknik insidental sampling yaitu sebanyak 84 responden. Pengumpulan data menggunakan teknik statistik deskriptif, analisis regresi linear sederhana, dan uji hipotesis. Hasil analisis data diperoleh  $t$  hitung sebesar 7.669 sedangkan  $t$  table sebesar 1.98932, sehingga hipotesis uji  $t$  variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil perhitungan SPSS diperoleh  $R = 0,646$ , dengan  $R^2 = 0,418$  atau 41,8%, dari besarnya kepuasan nasabah telah dijelaskan pada data kualitas pelayanan. Sementara sisanya yaitu 0,582 atau 58,2% informasi mengenai besarnya kepuasan nasabah belum dapat dijelaskan

oleh variabel-variabel bebas tersebut. Jadi dapat disimpulkan berdasarkan hasil statistik yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, hal ini dikarenakan kualitas pelayanan yang menimbulkan tekanan yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Jenis-jenis pelayanan yang dapat diberikan misalnya berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, jaminan keamanan dan keramahtamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen.<sup>10</sup>

Dari penelitian terdahulu Eka Wardiana tersebut, maka hal-hal atau komponen-komponen yang relevan dan mendukung penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan pelayanan yang diberikan dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone berupa kemudahan, kecepatan, kemampuan, jaminan keamanan dan keramahtamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan tindakan langsung kepada konsumen dengan baik sehingga nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diterima.

5. Abd Syukkur dan Tri Sudarwanto (2021), dengan judul penelitian “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Jombang Cabang Ngoro”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BPR Jombang Cabang

---

<sup>10</sup>Eka Wardiana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO), Tbk. Unit Bengo Cabang Watampone”, Skripsi, Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019.

Ngoro. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel sebanyak 95 karyawan menggunakan teknik simple random sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji Hipotesis menggunakan uji t, uji R dan uji F. Variabel independen secara parsial maupun simultan (bersama-sama) mampu memengaruhi kepuasan nasabah BPR Jombang Cabang Ngoro. Hasil uji F yang menunjukkan bahwa H3 diterima atau ditolaknya H0 menerangkan bahwa keputusan pembelian dapat ditingkatkan melalui peningkatan kualitas layanan dengan cara bersikap ramah kepada nasabah, melayani nasabah dengan cepat dan akurat, serta fokus saat melayani (tidak melayani beberapa nasabah dalam satu waktu). Jika dibandingkan dengan variabel fasilitas, variabel kualitas layanan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan nasabah Hal ini ditunjukkan dengan hasil perhitungan koefisien beta variabel kualitas layanan yang lebih besar yaitu 0,328 dibandingkan koefisien beta variabel fasilitas yang hanya sebesar 0,041. Hasil tersebut berarti bahwa reliabilitas, responsivitas, jaminan, empati, dan *tangibles* petugas menjadi penyebab utama nasabah merasa puas.<sup>11</sup>

Dari penelitian Abd Syukkur dan Tri Sudarwanto tersebut, maka hal-hal atau komponen-komponen yang relevan dan mendukung penelitian ini adalah variabel kualitas layanan memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan nasabah, hal ini ditunjukkan dengan hasil

---

<sup>11</sup>Abd Syukkur dan Tri Sudarwanto, *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Jombang Cabang Ngoro*, Journal of Business and Innovation Management, Vol 3, No. 3, Juni 2021.

keputusan pembelian dapat ditingkatkan melalui peningkatan kualitas layanan dengan cara bersikap ramah kepada nasabah, melayani nasabah dengan cepat dan akurat, serta fokus saat melayani (tidak melayani beberapa nasabah dalam satu waktu) dengan demikian maka nasabah akan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Hasil tersebut menyatakan bahwa reliabilitas, responsivitas, jaminan, empati, dan tangibles petugas menjadi penyebab utama nasabah merasa puas.

Untuk mempermudah dalam melihat perbedaan dan persamaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu, maka penulis membuat tabel perbandingan penelitian terdahulu sebagai berikut:

**Tabel 2. 1**  
**Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu**  
**dengan yang peneliti lakukan**

No	Nama Peneliti, Tahun, Judul Penelitian	Perbandingan	
		Perbedaan	Persamaan
1.	Penelitian Eva Setyawati (2017), "Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Pada M-One Hotel & Entertainment".	Variabel X penelitian Eva Setyawati (kualitas pelayanan) lebih berfokus pada layanan hotel. Sedangkan variabel X peneliti (kualitas layanan nasabah) berfokus pada pelayanan nasabah berdasarkan standart layanan perbankan.	Variabel X (kualitas pelayanan) dan . Y (kepuasan konsumen).
2.	Nurfadillah (2017), "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ratulangi".	Penelitian Nurfadillah lebih berfokus pada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Sedangkan peneliti lebih berfokus pada hubungan antara variabel X terhadap variabel Y	Variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan nasabah).



No	Nama Peneliti, Tahun, Judul Penelitian	Perbandingan	
		Perbedaan	Persamaan
3.	Penelitian Kevin Aditya Pratama (2018), “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo”.	Penelitian Kevin Aditya Pratama lebih berfokus pada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Sedangkan peneliti lebih berfokus pada hubungan antara variabel X terhadap variabel Y	Variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan nasabah).
4.	Penelitian Eka Wardiana (2019), dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Unit Bengo Cabang Vatampane”.	Penelitian Eka Wardiana lebih berfokus pada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Sedangkan peneliti lebih berfokus pada hubungan antara variabel X terhadap variabel Y	Variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan nasabah).
5.	Abd Syukkur dan Tri Sudarwanto (2021), “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Jombang Cabang Ngoro”.	Pengujian pengaruh variabel antar variabel dalam penelitian Abd Syukkur dan Tri Sudarwanto dilakukan melalui analisis regresi berganda karena jumlah variabel independen lebih dari satu, yaitu variabel fasilitas (X1) dan variabel kualitas layanan (X2). Sedangkan peneliti hanya memiliki 1 variabel X (kualitas layanan nasabah).	Variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan nasabah).

Sumber: Dibuat oleh peneliti tahun 2022.

## B. Kajian Teoritis

### 1. Pelayanan

#### a. Definisi Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan interaksi langsung yang terjadi antara seseorang dan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan. Tentang pengertian pelayanan, para ahli mengemukakan pendapat yang berbeda-beda satu sama lain. Berikut beberapa pendapat para ahli:<sup>12</sup>

Menurut Sutopo dan Suryanto bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan. Sedangkan pengertian pelayanan yang dikemukakan oleh Haksever dalam menyatakan jasa atau pelayanan didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kegunaan psikologis.

Menurut H.N Casson mendefinisikan pelayanan sebagai tindakan yang dinyatakan atau dikerjakan untuk menyenangkan, mencari petunjuk, atau memberikan keuntungan pada pembeli dengan tujuan menciptakan good will atau nama baik, serta peningkatan penjualan dan pendapatan.

Sedangkan definisi pelayanan yang lebih terperinci diberikan oleh A.S Moenir dalam pelayanan adalah proses Sedangkan definisi pelayanan yang lebih terperinci diberikan oleh A.S Moenir dalam pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang

---

<sup>12</sup>Rahmawati Kamilia, "Peranan Frontliner Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (PERSERO), Tbk. Cabang Kantor Cabang Pembantu Indihiang", Skripsi, Tasikmalaya: Universitas Siliwangi Tasikmalaya, 2021, h. 9.

lain yang langsung diterima. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa pelayanan merupakan tindakan yang dilakukan oleh orang lain agar masing-masing memperoleh keuntungan yang diharapkan dan mendapatkan kepuasan.

Dari beberapa definisi di atas dapat dikatakan bahwa pelayanan adalah sebuah upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan/nasabah yang diberikan oleh perusahaan/penyedia jasa yang dilakukan melalui serangkaian aktivitas atau interaksi yang bertujuan agar kedua belah pihak mendapatkan keuntungan dan kepuasan seperti yang diharapkan.

#### b. Manfaat Pelayanan

Setiap bank harus memberikan pelayanan prima kepada nasabahnya. Hal tersebut akan memberikan manfaat yang besar kepada bank itu sendiri, manfaat dari pelayanan prima sebagai berikut:<sup>13</sup>

- 1) Meningkatkan rasa loyalitas nasabah dan masyarakat pada umumnya.
- 2) Meningkatkan pangsa pasar dari bank yang bersangkutan.
- 3) Meningkatkan penjualan dan laba bank.
- 4) Menghindari pertentangan atau konflik bisnis terutama dengan nasabah.
- 5) Menerima pesanan ulang dari nasabah.
- 6) Meningkatkan jumlah nasabah utama dan nasabah baru.
- 7) Menghemat biaya pemasaran dan biaya promosi.

---

<sup>13</sup>Westriningsih, *Etika Pelayanan Nasabah*, Ed. 1, Yogyakarta: PT. Intan Sejati Klaten, 2015, h. 34.

- 8) Mengurangi jumlah keluhan atau complain dari nasabah.
- 9) Meningkatkan moral dan produktivitas bank.

Selain manfaat pelayanan di atas, pelayanan yang baik serta berkualitas yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabahnya juga memiliki manfaat diantaranya meningkatkan rasa kenyamanan dan kemudahan bagi nasabah pengguna produk maupun jasa yang ditawarkan, sekaligus meningkatkan produktivitas produk atau jasa bank dan citra bank di mata masyarakat. Hal tersebut dikarenakan dengan adanya kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa percaya, nyaman dan memudahkan pelanggan dalam menggunakan produk, maka pelanggan akan cenderung menceritakan pengalamannya kepada kerabat, teman, dan orang lain, sehingga juga akan berdampak baik pula bagi citra bank tersebut.

#### c. Standart Layanan Perbankan

Standar layanan perbankan sangat penting mengingat industri perbankan berkembang semakin pesat seiring dengan kebutuhan nasabah yang juga semakin meningkat dan kompleks, serta membutuhkan standar penampilan, layanan, pengetahuan, dan keterampilan mengenai produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank.<sup>14</sup> Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakatnya, citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas

---

<sup>14</sup>Tika Nurhalimah, “Strategi Pelayanan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Kantor Cabang Unit Dua Terhadap Keputusan Nasabah”, Skripsi, Metro Lampung: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2019, h. 14-21.

pelayanan dan kualitas keamanan.<sup>15</sup> Di dalam modul Sertifikasi Tingkat I *General Banking* dinyatakan bahwa secara umum standard layanan perbankan yang harus dipenuhi yaitu:<sup>16</sup>

1) Standar Penampilan

Penampilan pegawai sangat penting karena dapat berpengaruh pada kepercayaan nasabah. Bank yang penampilan karyawannya tidak menyakinkan, tidak rapi, sikapnya kurang baik, tentu akan membuat nasabah ragu-ragu. Oleh karena itu, standar penampilan pada petugas menjadi hal yang penting untuk diterapkan. Bank seharusnya menetapkan standar penampilan pribadi yang harus diikuti oleh pegawai. Standar ini meliputi:

- a) Busana, pakaian harus selalu rapi, serasi, bersih, tidak menggunakan aksesoris dan *make-up* yang berlebihan. Busana juga dapat mempengaruhi kesan nasabah yang dapat mempengaruhi citra bank. Bank yang pakaian karyawannya rapi, sopan, dan berseragam bagus dengan warna sesuai dengan warna perusahaan (logo atau simbol) memberikan kesan pertama yang baik pada nasabah. Jika nasabah mendapatkan kesan yang positif, hari ini dapat meningkatkan kredibilitas Bank;
- b) Wajar, artinya tidak dibuat-buat, ramah kepada nasabah, dan tulus dalam melayani. Nasabah dapat merasakan ketulusan seorang pegawai dalam melayani. Pegawai yang tersenyum dan

---

<sup>15</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, Cet. 4, Jakarta: Kencana, 2010, h. 179.

<sup>16</sup>Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*, Cet. 1, Jakarta: Prenadmedia Group, 2017, h. 205-206.

mengucapkan terimakasih, namun tidak tulus, karena terpaksa bahwa hal tersebut harus dilakukan sesuai dengan SOP akan terlihat dari ekspresi wajah dan nada bicara. Ketidakwaajaran dan ketidaktulusan dapat menyebabkan nasabah kecewa (tidak puas);

- c) Menyambut dengan senyuman yang tulus, dan mengucapkan salam jika bertemu, menyebut namanya, dan mengucapkan terimakasih kepada nasabah;
- d) Selalu bersikap optimis, tidak ragu-ragu dalam bertindak, sehingga mampu memberikan layanan yang optimal kepada nasabah;
- e) Bersikap dan berperilaku yang baik, gesit, cepat tanggap, mudah bergaul, namun tidak *over acting* yang dapat membuat nasabah jengkel;
- f) Mendengarkan dengan baik dan sopan santun dalam melayani. Sopan santun ini penting karena akan membuat nasabah merasa dihargai oleh pegawai;
- g) Memberikan perhatian pada nasabah. Ini akan tercermin dari tatapan mata dan sikap tubuh;
- h) Ringan untuk membantu nasabah. Kesiediaan untuk membantu ini penting agar nasabah merasa nyaman dan mendapatkan solusi atas permasalahan yang dihadapi;
- i) Disiplin dalam menjalankan tugas. Sebaiknya pegawai disiplin dalam menjalankan tugas. Ketika waktunya melayani, membuat

janji, dan menjalankan prosedur kerja karena hal itu mencerminkan profesionalisme dalam bekerja.

## 2) Standar Kebersihan dan Kerapian Ruang Kerja

Standar kebersihan dan kerapian ruang kerja pegawai akan merasa nyaman dan bersemangat, berpikir optimis jika ruang kerjanya nyaman. Nasabah juga akan merasa nyaman dan senang ketika melihat ruang yang dimasuki bersih dan rapi. Agar ruang tampak rapi, maka sebaiknya barang-barang yang tidak diperlukan tidak ditaruh di meja. *File* dokumen diatur rapi, brosur, dan formulir diatur rapi dan meja, kursi maupun lemari dijaga kebersihannya.

## 3) Pengetahuan Produk dan Jasa Perbankan

Di dalam pembahasan tentang kompetensi dan jaminan, penguasaan pegawai tentang produk dan jasa sangat penting dalam menentukan kualitas pelayanan. Pelatihan dan pemberian informasi tentang produk jasa kepada pegawai terutama yang di *front line* dan bagian *marketing* sangat penting dilakukan.

## 4) Standar Komunikasi dengan Nasabah

Komunikasi yang baik dapat terwujud jika cara menyampaikan pesannya dilakukan secara baik, jelas, dan dipahami oleh nasabah. Salah satu aspek penting yang harus dikomunikasikan adalah tentang perlindungan nasabah terkait dengan transparansi informasi produk bank. Ini didukung dengan Peraturan Bank Indonesia tentang Transparansi Informasi Produk Bank dan Penggunaan Data Pribadi

Nasabah. Ini dimaksudkan untuk menghindari Bank dari risiko reputasi.

d. Dimensi Kualitas Layanan

Menurut parasuraman terdapat lima dimensi SERVQUAL, yaitu sebagai berikut:<sup>17</sup>

- 1) Berwujud (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- 2) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa ada suatu alasan yang jelas akan menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

---

<sup>17</sup>Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Cet. 1, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2015, h. 288-289.



- 4) Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- 5) Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

## 2. Kepuasan

### a. Definisi Kepuasan

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Berikut adalah definisi kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh beberapa pakar: <sup>18</sup>

---

<sup>18</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Ed. 1, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014, h. 353.

- 1) Westbrook & Reilly berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai, ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap obyek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan dan hasrat) individual.
- 2) Day mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai penilaian evaluatif purnabeli menyangkut pilihan pembelian spesifik. Cadotte, et al. mengkonseptualisasikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan yang timbul sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa.
- 3) Tse & Wilton mendefinisikan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kerja actual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan.

Kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi pascakonsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi

harapan.<sup>19</sup> Tingkat kepuasan mengacu pada fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja, khususnya kinerja pelayanan dan lain sebagainya di bawah harapan, maka pelanggan akan tidak puas. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan memberi ungkapan rasa kepuasannya. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas.<sup>20</sup>

Menurut Schanaans yang dikutip oleh Danang Sunyoto, pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas, karena terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi perusahaan.<sup>21</sup>

Berdasarkan beberapa definisi kepuasan pelanggan menurut para ahli di atas, dapat di simpulkan bahwa:

- 1) Salah satu keberhasilan atau perkembangan suatu bank tak luput dari adanya sebuah kepuasan nasabah.
- 2) Terpenuhinya kebutuhan atau harapan nasabah pasca penggunaan produk atau jasa.

---

<sup>19</sup>Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, Cet. 1, Yogyakarta: CAPS, 2015, h. 115.

<sup>20</sup>Ade Syarif Maulana, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI*, Jurnal Ekonomi, Vol. 7, No. 2, November 2016, h. 115.

<sup>21</sup>Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Cet. 1, Yogyakarta: CAPS, 2014, h. 228.

- 3) Terpenuhinya kebutuhan atau harapan nasabah pasca penggunaan produk atau jasa tersebut akan membuat pelanggan menjadi loyal
- 4) Ketika nasabah sudah menjadi loyal, tak menutup kemungkinan nasabah akan merekomendasikan bank tersebut baik pada keluarga, kerabat ataupun teman. Sehingga hal demikian akan membuat citra bank semakin baik dan terus berkembang.

b. Teori dan Model Kepuasan Pelanggan

Teori dan model kepuasan konsumen sangat beranekaragam, karena topik ini masih dikembangkan sehingga belum dicapai suatu kesepakatan tentang konsep atau model yang paling efektif. Berikut ini akan diuraikan beberapa teori dan model yang banyak dijumpai dan digunakan di lapangan:

1) Perspektif Teori Ekonomi Mikro tentang Kepuasan Konsumen

Teori ini menyatakan bahwa dalam pasar yang tidak terdiferensiasi, semua konsumen akan membayar harga yang sama, dan individu yang sebenarnya bersedia membayar harga yang lebih tinggi akan meraih manfaat subjektif yang dikenal sebagai surplus konsumen. Surplus konsumen pada hakikatnya merupakan perbedaan antara kepuasan yang didapat seseorang dalam mengonsumsi sejumlah barang dengan pembayaran yang harus dibuat untuk memperoleh barang tersebut. Jadi berdasarkan teori ini, surplus konsumen mencerminkan kepuasan konsumen, dimana

semakin besar surplus konsumen, maka semakin besar pula kepuasan konsumen dan sebaliknya.

## 2) Perspektif Psikologi dari Kepuasan Konsumen

### a) Model kognitif

Pada model ini, penilaian konsumen didasarkan pada perbedaan antara suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dari atribut yang sebenarnya. Apabila yang ideal sama dengan yang sebenarnya (persepsinya atau dirasakannya), maka konsumen akan sangat puas terhadap produk atau jasa tersebut.

### b) Model Afektif

Model ini menyatakan bahwa penilaian konsumen individual terhadap suatu produk tidak semata-mata berdasarkan perhitungan rasional namun juga berdasarkan kebutuhan subjektif, aspirasi, dan pengalaman.<sup>22</sup>

## 3) Perspektif Teori Ekonomi Islam tentang Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen mempunyai kontribusi yang sangat besar untuk keberhasilan sebuah organisasi atau lembaga, diantaranya adalah terciptanya loyalitas konsumen. Artinya konsumen lama bersedia merekomendasikan kepada calon konsumen baru agar bersedia menjadi konsumen baru. Dengan demikian, konsumen sebagai pemakai produk atau jasa dan memiliki kontribusi terhadap

---

<sup>22</sup>Paulus Lilik Kristianto, *Psikologi Pemasaran*, Cet. 1, Yogyakarta: CAPS, 2011, h. 34-35.

keberhasilan sebuah organisasi atau lembaga harus dilayani dengan baik. Hal ini sejalan dengan perintah Allah dalam Q.S. ‘Abasa ayat 1-14.<sup>23</sup>

عَبَسَ وَتَوَلَّى (١) أَنْ جَاءَهُ إِلَّا عَمِي (٢) وَمَا يُدْرِيكَ لَعَلَّهٗ يَزْكَى (٣)  
 أَوْ يَذَّكَّرُ فَتَنْفَعَهُ الذِّكْرَى (٤) أَمَّا مَنْ اسْتَعْنَى (٥) فَأَنْتَ لَهُ تَصَدَّى (٦)  
 وَمَا عَلَيْكَ أَلَّا يَزْكَى (٧) وَأَمَّا مَنْ جَاءَكَ يَسْعَى (٨) وَهُوَ يَخْشَى (٩)  
 فَأَنْتَ عَنْهُ تَلَهَّى (١٠) كَلَّا إِنَّهَا تَذْكِرَةٌ (١١) فَمَنْ شَاءَ  
 ذَكَرْهُ (١٢) فِي صُحُفٍ مُّكَرَّمَةٍ (١٣) مَّرْفُوعَةٍ مُّطَهَّرَةٍ (١٤)

Artinya:

“Dia (Muhammad) burmuka masam dan berpaling, karena telah datang buta seorang kepadanya. Tahukah kamu barang kali ia ingin membersihkan dirinya (dari dosa), atau dia (ingin) mendapatkan pengajaran, lalu pengajaran itu memberi manfaat kepadanya? Adapun orang yang merasa dirinya serba cukup. Maka kamu melayaninya. Padahal tidak ada (celaan) atasmu kalau dia tidak membersihkan diri (beriman), dan adapun orang yang datang kepadamu dengan bersegera (untuk mendapatkan pengajaran), sedang ia takut kepada (Allah). Maka kamu mengabaikannya. Sekali-kali jangan demikian! Sesungguhnya ajaran-ajaran tuhan itu adalah suatu peringatan. Maka barang siapa yang menghendaki, tentulah ia memperhatikannya, di dalam kitab-kitab yang dimuliakan, yang ditinggikan lagi disucikan.” (Q.S. ‘Abasa:1-14).<sup>24</sup>

Ayat di atas diturunkan oleh Allah SWT (*Asbab An-Nuzul*) karena pada peristiwa yang terjadi antara Rasulullah dengan Ibnu Ummi Makhtum. Banyak ulama tafsir menyebutkan bahwa Rasulullah SAW disuatu hari sedang berbicara dengan salah seorang pembesar Quraisy, yang beliau sangat menginginkan dia masuk islam. Ketika

<sup>23</sup> Amirudin, Ahmad Husein Ritonga dan Samsu, *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam*, Yogyakarta: K-Media, 2021, h. 81.

<sup>24</sup> Q.S. ‘Abasa [80] : 1-14

beliau SAW sedang berbicara dengan suara yang perlahan dengan orang Quraisy itu, tiba-tiba datanglah Ibnu Ummi Makhtum, salah seorang yang telah masuk islam sejak lama. Kemudian Ibnu Ummi Makhtum bertanya kepada Rasulullah SAW tentang sesuatu dengan pertanyaan yang mendesak, dan nabi SAW saat itu sangat menginginkan andaikata Ibnu Ummi Makhtum diam dan tidak mengganggunya, agar beliau dapat berbicara dengan tamunya yang dari Quraisy itu karena beliau sangat menginginkannya mendapat hidayah.

Untuk itu maka beliau bermuka masam terhadap Ibnu Ummi Makhtum dan memalingkan wajah beliau darinya serta hanya melayani tamunya dari Quraisy itu. Maka Allah SWT menurunkan surah ini untuk mengingatkan Rasulullah SAW. Setelah kejadian ini Allah SWT memerintahkan Rasul-Nya untuk tidak boleh mengkhususkan peringatan terhadap seseorang secara tertentu, melainkan harus menyamakan diantara semuanya. Dalam hal ini tidak dibedakan antara orang mulia dan orang yang lemah, orang yang miskin dan orang kaya, orang merdeka dan budak belian, lelaki dan wanita, serta anak-anak dan orang dewasa. Kemudian Allah-lah yang akan memberi petunjuk kepada siapa yang dikehendaki-Nya kepada jalan yang lurus, keputusan yang ditetapkan-Nya penuh dengan kebijaksanaan dan mempunyai alasan yang sangat kuat.

Tafsiran ayat di atas apabila dikaitkan dengan pemasaran dapat dipahami bahwa melayani konsumen dengan baik dan setulus hati adalah sebuah keniscayaan dan wajib dilakukan. Tidak boleh memperlakukan konsumen dengan sikap yang tidak menyenangkan, karena setiap konsumen memiliki hak dan kesempatan yang sama untuk mendapatkan pelayanan yang prima dari organisasi atau lembaga. Oleh karena itu memuaskan konsumen adalah perintah agama.

Selanjutnya dalam pandangan Islam, standar syariat Islam merupakan tolak ukur untuk menilai kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dalam pandangan Islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap suatu produk, baik barang maupun jasa yang seharusnya sesuai syariat dengan kenyataan yang diterima.

Oleh karena itu, Yusuf Al-Qardhawi mengatakan bahwa sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, sebuah lembaga atau organisasi yang bergerak dibidang barang atau jasa harus melihat kinerja lembaganya berdasarkan sifat jujur dan benar serta amanah.<sup>25</sup>

Seperti yang sudah di jelaskan di atas, diketahui bahwa teori dalam model kepuasan konsumen sangat beranekaragam. Adapun penjelasan teori di atas yang relevan dengan penelitian ini adalah menurut Paulus Lilik Kristianto, perspektif psikologi dari kepuasan

---

<sup>25</sup> Amirudin, Ahmad Husein Ritonga dan Samsu, *Manajemen Pemasaran Jasa*, h. 82-84.



konsumen terbagi menjadi dua macam, yaitu model kognitif dan model afektif. Pada model kognitif dapat diketahui bahwa nasabah akan merasa puas apabila produk atau jasa bank yang dirasakan sesuai dengan harapan. Sedangkan pada model afektif, penilaian kepuasan nasabah tidak semata-mata berdasarkan perhitungan rasional. Namun berdasarkan kebutuhan subjektif, pengalaman, dan aspirasi (keinginan dari dalam diri). Selain itu dalam perspektif islam memberikan pelayanan yang prima kepada nasabah adalah perintah agama. Kepuasan nasabah dalam perspektif islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa pelayanan yang di berikan harus sesuai syariat (karyawan memiliki sifat jujur, benar dan amanah) dengan kenyataan yang diterima nasabah saat mendapatkan pelayanan.

c. Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan

Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin hubungan kerja atau partner yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat

menciptakan kerjasama yang baik antara pelanggan dengan perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.<sup>26</sup>

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan. Kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan juga ditentukan oleh kualitas produk, nilai, harga dan faktor-faktor lain yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.<sup>27</sup> Berikut adalah lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:<sup>28</sup>

1) Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3) Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat

---

<sup>26</sup>Hanik Ulwiyanti, “Pengaruh Jasa Pick Up Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya”, Skripsi, Surabaya: IAIN Sunan Ampel, 2013, h. 22.

<sup>27</sup>Handi Irawan, *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*, Cet. 1, Jakarta: PT. Gramedia, 2008, h. 37.

<sup>28</sup>Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Cet. 1, Jawa Timur: press@unitomo.co.id, 2019, h. 87-88.

kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

#### 4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

#### 5) Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

#### d. Metode Pengukuran kepuasan pelanggan

Ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan sesuai dengan yang di butuhkan dan diharapkan.<sup>29</sup> Dalam pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang sangat esensial bagi setiap perusahaan dan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Dalam mengukur kepuasan pelanggan terdapat 4 (empat) metode sebagai berikut:<sup>30</sup>

##### 1) Sistem keluhan dan sasaran

---

<sup>29</sup>Zaenal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan Publik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015, h. 87.

<sup>30</sup>*Ibid*, h. 229-230.

Organisasi yang berpusat pada pelanggan (*customer centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan keluhan dan sarannya. Misal: dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan *customer hot lines*. Dari hasil informasi-informasi akan dapat memberikan ide-ide atau masukan kepada perusahaan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat mengatasi masalah-masalah yang muncul.

## 2) *Ghost Shopping*

*Ghost Shopping* salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah cara memperkerjakan beberapa orang (*Ghost Shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial terhadap perusahaan dan pesaing. Dengan dasar ini mereka akan mendapatkan suatu informasi untuk mengerti kekuatan-kekuatan dan kelemahan perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman pembeli produk-produk selain itu *Ghost Shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan, baik perusahaan yang bersangkutan maupun pesaingnya.

## 3) *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogianya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, akan tetapi pemantauan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

#### 4) Survei Kepuasan Pelanggan

Pada umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik survei melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggap balik (*feed back*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan memberikan perhatian khusus terhadap para pelanggannya.

Sedangkan menurut Richard F. Gerson, untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara:<sup>31</sup>

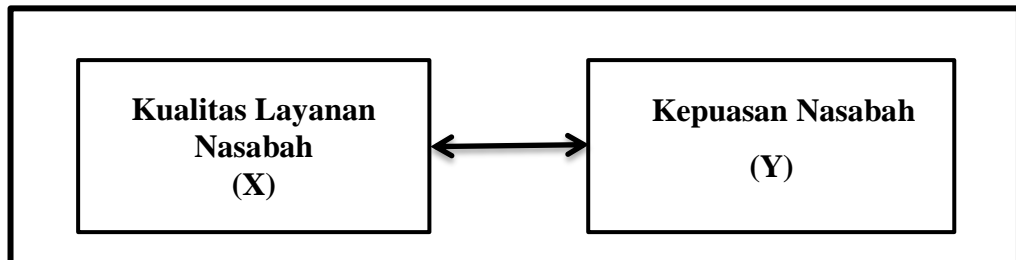
- 1) Mempelajari persepsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan.
- 2) Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan.
- 3) Menutup segala kesenjangan yang ada.
- 4) Memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai harapan atau tidak.
- 5) Dengan mengukur peningkatan kerja apakah membawa peningkatan laba.
- 6) Mempelajari bagaimana akan melakukan sesuatu dan apa yang harus dilakukan kemudian.
- 7) Menerapkan proses perbaikan yang berkesinambungan secara terus-menerus.

---

<sup>31</sup>Kasmir, *Pemasaran*, h. 164.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 2. 1 Kerangka Pikir**

Keterangan:

1. Komponen kualitas layanan variabel X meliputi:
  - a. Penampilan
  - b. Kebersihan dan kerapian ruang kerja
  - c. Pengetahuan produk dan jasa perbankan
  - d. Komunikasi yang baik dengan nasabah
2. Komponen kepuasan nasabah variabel Y meliputi:
  - a. Loyalitas nasabah
  - b. Kesesuaian dengan harapan
  - c. Ketersediaan untuk merekomendasikan
3. Apabila pelayanan dilakukan secara maksimal dengan komponen layanan kualitas variabel X, seperti memperhatikan penampilan karyawan, menjaga kebersihan dan kerapian ruangan kerja, pengetahuan karyawan tentang produk dan jasa bank serta dapat membina komunikasi yang baik dengan nasabah, di mungkinkan nasabah memiliki kepuasan yang tinggi dengan komponen kepuasan variabel Y, yaitu kualitas layanan bank sesuai

dengan harapan nasabah, adanya loyalitas nasabah dan kemudian kesediaan nasabah dalam merekomendasikan bank.

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Menurut sugiono hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul.<sup>32</sup>

Berdasarkan tinjauan pustaka dan perumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka penulis memiliki hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- Ha : Ada korelasi antara kualitas layanan nasabah terhadap kepuasan nasabah.
- Ho : Tidak ada korelasi antara kualitas layanan nasabah terhadap kepuasan nasabah.

---

<sup>32</sup>N Lilis Suryani, *Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bangkit MajuBersama Di Jakarta*, JENIUS, Vol. 2, No. 3, Mei 2019, h. 423.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Dengan menggunakan format deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variable yang timbul dan menjadi objek penelitian ini berdasarkan apa yang terjadi, kemudian mengangkat ke permukaan karakter atau gambar kondisi, situasi ataupun variabel tersebut.<sup>33</sup>

Pendekatan deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan agar penulis dapat mengetahui dan memberikan pengetahuan yang detail mengenai hubungan antara kualitas layanan yang mencakup *Frontliner* dan fasilitas yang diberikan terhadap kepuasan yang diterima oleh nasabah PT. BPRS Mitra Aamanah Palangka Raya.

##### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup>Burhan Burgin, *Metode penelitian Sosial & Ekonomi:Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen dan Pemasaran*, Jakarta: Kencana, 2013, h.48.

<sup>34</sup>Ervan Juliansyah, *Analisis Kualitas Pelayanan pada Kantor Kelurahan Bugis Kota Samarinda*, *Journal Of Law*, Vol. 2, No. 2, 2018, h. 7.



## B. Definisi Operasional

1. Variabel X peneliti adalah kualitas pelayanan. Adapun indikator yang digunakan dalam menyusun instrumen penelitian ini adalah:

a. Instrumen penelitian *Tangibles* (wujud)

- 1) Penampilan karyawan
- 2) Kelengkapan atribud karyawan
- 3) Fasilitas modern
- 4) Kebersihan dan kenyamanan tempat pelayanan

b. Instrumen penelitian *Reliability* (kehandalan)

- 1) Pelayanan tepat waktu
- 2) Ketepatan penanganan transaksi
- 3) Memiliki sikap adil
- 4) Pengetahuan produk dan jasa

c. Instrumen penelitian *Responsivness* (daya tanggap)

- 1) Cekatan
- 2) Kesiapan dalam melayani
- 3) Cepat dalam menangani masalah
- 4) Komunikasi yang baik

d. Instrumen penelitian *Assurance* (jaminan)

- 1) Kesopanan
- 2) Integritas
- 3) Profesionalisme
- 4) Keamanan dalam bertransaksi

2. Variabel Y peneliti adalah kepuasan nasabah yang terdiri dari indikator sebagai berikut:
  - a. Kualitas layanan bank sesuai dengan harapan nasabah
  - b. Kepuasan terhadap pelayanan
  - c. Loyalitas nasabah
  - d. Kesiediaan dalam merekomendasikan bank
3. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

### **C. Waktu dan Tempat Penelitian**

#### **1. Waktu Penelitian**

Waktu yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian ini direncanakan kurang lebih selama 3 bulan, yaitu terhitung dari tanggal 7 juni tahun 2022 hingga 31 agustus tahun 2022 setelah pengajuan judul untuk proposal diterima.

#### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini adalah penelitian lapangan, adapun mengenai tempat penelitian yaitu pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Mitra Amanah Palangka Raya, Alamat Jl. Raden Saleh, Menteng, Kec. Jekan Raya, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah, Kode Pos 74874.

### **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **1. Populasi Penelitian**

Populasi didefinisikan sebagai keseluruhan objek penelitian yang memiliki ciri-ciri tertentu.<sup>35</sup> Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar

---

<sup>35</sup>S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010, h. 118.

jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti itu.<sup>36</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya yang berjumlah 347 responden.<sup>37</sup>

## 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti.<sup>38</sup> Menurut Sugiyono, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.<sup>39</sup>

Sampel pada penelitian ini adalah nasabah PT. BPRS Mitra Amanah Kota Palangka Raya. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *Simple Random Sampling*. Menurut Sugiyono *Simple Random Sampling* merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.<sup>40</sup> Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode slovin. Dalam metode slovin diperlukan batasan toleransikesalahan,

---

<sup>36</sup>Rini Susanti, *Sampling dalam Penelitian Pendidikan*, Jurnal Teknodik, Vol. 9, No. 16, Juni 2005, h. 193.

<sup>37</sup> Dokumen PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya

<sup>38</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010, h. 174.

<sup>39</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 81.

<sup>40</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 82.

semakin kecil toleransi kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Rumus metode slovin sebagai berikut :<sup>41</sup>

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kesalahan dalam pengambilan sampel

Berdasarkan penelitian ini karena keterbatasan peneliti dalam menjangkau populasi maka batasan toleransi kesalahannya adalah sebesar 10%. Perhitungan dalam pengambilan sampel menggunakan metode slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{347}{1 + (347 \times (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{347}{1 + (347 \times (0,01))}$$

$$n = \frac{347}{4,47}$$

n = 77, 62 (dibulatkan menjadi 78).

Maka berdasarkan perhitungan di atas sampel yang diperlukan dalam melakukan penelitian ini sebesar 78 responden atau nasabah PT. BPRS Mitra Amanah Palngka Raya.

---

<sup>41</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2017, h. 84.

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Angket

Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden, dalam hal ini yaitu laporan tentang pribadi atau hal-hal lainnya. “Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan ataupun pernyataan yang akan diberikan kepada responden untuk dijawab.”<sup>42</sup>

Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Kemudian, indikator dari variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Pada skala likert, peneliti harus merumuskan sejumlah pertanyaan mengenai suatu topik tertentu, dan responden diminta memilih apakah ia sangat setuju, ragu-ragu / tidak tahu / netral, tidak setuju atau sangat tidak setuju dengan berbagai pertanyaan tersebut. Sikap pilihan jawaban memiliki bobot yang berbeda, dan seluruh jawaban responden dijumlahkan berdasarkan jumlahnya sehingga menghasilkan suatu skor tunggal

---

<sup>42</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi penelitian Skripsi Tesis Desertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012, h. 138.

mengenai suatu topik tertentu. Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif diberikan skor sebagai berikut:<sup>43</sup>

**Tabel 3. 1 Skor Likert**

No	Skala Likert	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiono (2012), h.6.

**Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian**

Variabel	Faktor	Indikator	Nomor Butir
Kualitas Pelayanan	<i>Tangibles</i> (Wujud)	1. Penampilan karyawan	1-2
		2. Kelengkapan atribut karyawan	3-4
		3. Fasilitas modern	5-6
		4. Kebersihan dan kenyamanan tempat pelayanan	7-8
	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	1. Pelayanan tepat waktu	9-10
		2. Ketepatan penanganan transaksi	11-12
		3. Memiliki sikap adil	13-14
		4. Pengetahuan produk dan jasa bank	15-16
	<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	1. Cekatan	17-18
		2. Kesiapan dalam melayani	19-20
		3. Cepat dalam menangani masalah	21-22
		4. Komunikasi yang baik	23-24

<sup>43</sup>Morissan, *Metode Penulisan Survei*, Jakarta: Kencana, 2014, h. 88.

Variabel	Faktor	Indikator	Nomor Butir
Kualitas Pelayanan	<i>Assurance</i> (Jaminan)	1. Kesopanan	25-26
		2. Integritas	27-28
		3. Profesionalisme	29-30
		4. Keamanan	31-32
	<i>Empathy</i> (Perhatian)	1. Memiliki rasa perhatian	33-34
		2. Sikap ramah	35-36
		3. Tulus dalam melayani nasabah	37-38
		4. Kemudahan dalam membangun relasi	39-40
Kepuasan nasabah	1. Kualitas layanan bank sesuai dengan harapan nasabah	41-42	
	2. Kepuasan terhadap layanan	43-44	
	3. Loyalitas nasabah	45-46	
	4. Kesiediaan dalam merekomendasikan bank	47-48	
		Jumlah	48

Sumber: Di buat oleh peneliti tahun 2022.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditunjukkan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film documenter, data yang relevan penelitian, dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bias berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>44</sup>

<sup>44</sup>Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017, h. 219.

## F. Uji Instrumen Penelitian

### 1. Validitas Penelitian

Menurut Sugiyono, uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi atau *content* dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian<sup>45</sup>. Uji validitas bertujuan untuk menguji ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya, agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan pengukuran tersebut.

Adapun kriteria penilaian uji validitas sebagai berikut:

- a. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat dikatakan kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka dapat dikatakan kuesioner tidak valid.<sup>46</sup>

Hasil uji coba validitas variabel Kualitas Layanan (X) dan Kepuasan Nasabah (Y) dilakukan pada 30 responden khusus uji coba yang memiliki karakteristik yang serupa dengan subjek penelitian. **Tabel 3. 3** Validitas Kualitas Layanan dan **Tabel 3. 4** Validitas Kepuasan Nasabah dapat dilihat pada halaman lampiran 5 hasil uji validitas 30 responden.

Berdasarkan dua tabel diatas dapat di lihat pada kolom  $r_{hitung}$ , nilai korelasi yang didapat pada keputusan validitas variabel Kualitas Layanan sebesar (0,749, 0,783, 0,792, 0,781, 0,783, 0,735, 0,684, 0,717, 0,816, 0,795, 0,770, 0,688, 0,816, 0,792, 0,653, 0,730, 0,677, 0,817, 0,742, 0,810,

<sup>45</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*, Bandung: Alfabeta, 2012, h. 267.

<sup>46</sup>Ilham Agustian, dkk. *Pengaruh Sistem Informasi Manajemen terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan di PT. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu*, Jurnal Professional FIS UNIVED, Vol. 6, No. 1, Juni 2019, h. 45.



0,761, 0,780, 0,784, 0,722, 0,867, 0,850, 0,820, 0,802, 0,791, 0,844, 0,765, 0,844, 0,876, 0,849, 0,829, 0,892, 0,873, 0,787, 0,904, 0,822) dan nilai korelasi yang di dapat pada Kepuasan Nasabah sebesar (0,740, 0,780, 0,858, 0,746, 0,787, 0,714, 0,806, 0,822) kemudian dibandingkan dengan nilai  $r_{hitung}$ , nilai  $r_{table}$  dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji dua sisi dan jumlah data  $df = n - 2$ , maka didapat  $r_{table}$  sebesar 0,399.

## 2. Reliabilitas Penelitian

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliable akan dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataan, maka berapa kali pun diambil, akan tetap sama. Reliabilitas menunjuk pada suatu tingkat keterhandalan sesuatu. Reliable artinya dapat dipercaya, jadi dapat dihandalkan.<sup>47</sup>

Untuk menguji reliabilitas (kehandalan) instrumen peneliti menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:<sup>48</sup>

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

<sup>47</sup>Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif*, Cet. 3, Bandung: Alfabeta, 2014, h. 43.

<sup>48</sup>Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, Cet. 1, Medan: KBM Indonesia, 2021, h. 33.

Keterangan:

$r_{11}$  = Nilai Reliabilitas

$k$  = Jumlah item

$\sum S_i$  = Jumlah varian skor tiap-tiap item

$S_t$  = Varian total

Berikut adalah hasil uji coba reliabilitas variabel Kualitas Layanan (X) dan Kepuasan Nasabah (Y) yang dilakukan pada 30 responden khusus uji coba yang memiliki karakteristik yang serupa dengan subjek penelitian::

**Tabel 3. 3**  
**Reliabilitas Kualitas Layanan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.983	40

Sumber: data primer yang diolah 2022

Dari tabel hasil uji reliabilitas instrumen penelitian diatas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X) memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0,983 lebih besar dari 0,6. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kuesioner sebagai alat pengukur dalam penelitian ini bersifat *reliable* dan dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian.

**Tabel 3. 4**  
**Reliabilitas Kepuasan Nasabah**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.909	8

Sumber: data primer yang diolah 2022

Dari tabel hasil uji reliabilitas instrumen penelitian diatas menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0,909 lebih besar dari 0,6. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kuesioner sebagai alat pengukur dalam penelitian ini bersifat *reliable* dan dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian.

### G. Uji Persyaratan Analisis

Uji persyaratan analisis diperlukan guna mengetahui apakah analisis data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak. Beberapa teknik analisis data menurut uji persyaratan analisis, analisis varian mempersyaratkan bahwa data berasal dari populasi yang berdistribusi normal dan kelompok yang dibandingkan homogen. Oleh karena itu analisis varian mempersyaratkan uji normalitas dan uji homogenitas data. Analisis regresi, selain mempersyaratkan uji normalitas juga mempersyaratkan uji linearitas, heterokedasitas, autokorelasi dan multikolinearitas.<sup>49</sup> Tetapi dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji normalitas, uji linearitas, dan uji heterokedasitas.

### H. Teknik Pengolahan Data

Data-data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini adalah dalam beberapa tahapan, seperti yang dikemukakan Marzaki:<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Cet. 7, Jakarta: Kencana, 2017, h. 174.

<sup>50</sup>Marzaki, *Metodologi Riset*, Yogyakarta: BPFE UII, 2002, h. 79-82.

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 pengelolaan data, dalam hal ini kode yang diberikan berupa angka yang berlaku sebagai skala pengukuran yang selanjutnya di sebut 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 statistic mengenai hubungan antar dua variable.

## **I. Analisis Data**

### **1. Korelasi Pearson Product Moment**

Penelitian ini akan di analisis menggunakan analisis korelasi *pearson product moment*. Analisis koefisien korelasi sederhana yaitu suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel bebas dan terikat. Koefisien korelasi ini disebut koefisen korelasi pearson, karena diperkenalkan pertama kali oleh Karl Pearson pada tahun 1990.<sup>51</sup> Analisis ini dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing skor item

---

<sup>51</sup>Zamal Firdaus, “Korelasi Antara Pelatihan Teknis Perpajakan, Pengalaman, dan Motivasi Pemeriksa Pajak dengan Kinerja Pemeriksa Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak di Jakarata Barat”, Skripsi, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syariah Hidayatullah, 2009, h. 67.

dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap, rumus korelasi Pearson Product Moment yang digunakan:<sup>52</sup>

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

Keterangan:

$r_{XY}$  = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

N = Jumlah responden

$\sum X$  = Jumlah skor butir soal

$\sum Y$  = Jumlah skor total soal

$\sum X^2$  = Jumlah skor kuadrat butir soal

$\sum Y^2$  = Jumlah skor kuadrat butir soal

**Tabel 3.5**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi**

koefisien	Kekuatan hubungan
0,00 - 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Aprillia Fitriani, "Hubungan Kualitas Pelayanan...", 2014, h. 58

<sup>52</sup>Imam Supriadi, *Metode Riset Akuntansi*, Cet.1, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020, h. 138.

## 2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (*coefficient of determination*) dilambangkan dengan  $r^2$  dan umumnya dinyatakan dalam persentase (%). Koefisien determinasi adalah nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen (x) terhadap variasi (naik/turunnya) variabel dependen (y), dengan kata lain variabel y dapat dijelaskan oleh variabel x sebesar  $r^2$  % dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Variasi y lainnya (sisanya) disebabkan oleh faktor lain yang juga mempengaruhi y dan sudah termasuk dalam kesalahan pengganggu (*disturbance error*).<sup>53</sup>

Berikut adalah rumus koefisien determinasi ( $r^2$ ):

$$r^2 = 1 - \frac{\sum(Y - Y')^2}{\sum(Y - \bar{Y})^2}$$

Dimana  $r^2$  adalah nilai koefisien determinasi,  $\sum(Y - Y')^2$  adalah jumlah keseluruhan selisih antara variabel terikat (Y) terhadap garis regresi dan  $\sum(Y - \bar{Y})^2$  merupakan jumlah keseluruhan selisih antara variabel terikat (Y) terhadap rata-rata variabel terikat.<sup>54</sup>

### J. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian proposal skripsi yang berjudul “Penerapan Strategi Manajemen Risiko Pada Produk Pembiayaan di PT. BPRS Mitra Amanah Kota Palangka Raya” yaitu:

<sup>53</sup>Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*, Jakarta: Kencana, 2016, h.45.

<sup>54</sup>Purbayu Budi Santosa dan Muliawan Hamdani, *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*, Jakarta: Erlangga, 2007, h. 256.

BAB I Pendahuluan memaparkan pendahuluan yang di dalamnya memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, kegunaan dan penelitian.

BAB II Landasan Teori menguraikan tentang tinjauan pustaka dengan kajianteori manajemen risiko produk pembiayaan, pelayanan nasabah, *literature riviews*, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB III Metode Penelitian merupakan gambaran dari proses penelitian di lapangan yang disesuaikan dengan teori dimana metode yang digunakan seperti: pendekatan dan jenis penelitian, definisi operasional, waktu dan lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji penelitian instrumen, uji persyaratan analisis, teknik analisis data, dan sistematika penulisan.

BAB IV Pembahasan ini membahas tentang gambaran umum PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya, penyajian data serta pembahasan hasil data penelitian secara rinci dan menyeluruh.

BAB V Penutup ini berisi uraian akhir dari penelitian yang dilakukan, terbagi atas bagian kesimpulan dan saran dari penulis terkait penelitian yang dilakukan.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum PT BPRS Mitra Amanah**

##### **1. Sejarah PT BPRS Mitra Amanah**

PT BPRS Mitra Amanah atau lebih dikenal dengan BMA adalah bank yang baru saja beroperasi atau tumbuh dan berkembang, sehingga memiliki banyak peluang untuk bermitra usaha. Hal ini didorong dengan keberadaan PT BPRS Mitra Amanah yang merupakan satu-satunya BPRS di wilayah Kalimantan Tengah. PT BPRS Mitra Amanah terletak di jalan Raden Saleh Raya, Komplek Pertokoan Trimitra II Pintu Palangka Raya. Letaknya yang cukup strategis membuat lembaga ini mudah dijangkau oleh masyarakat kota Palangka Raya. PT BPRS Mitra Amanah diresmikan pada 30 Mei 2013. Gedung yang digunakan untuk beroperasi awalnya tiga buah Ruko yang dijadikan menjadi satu dan sekarang menjadi kantor PT BPRS Mitra Amanah.

Sementara mengurus semua perijinan di tingkat provinsi, maka pada bulan Mei – Juni 2013 para pengurus sepakat melakukan recruitment calon karyawan. Tercatat 18 orang yang diterima sebagai karyawan dari 121 orang pelamar. Dalam rangka mempersiapkan Sumber Daya Insani yang mampu bersaing dan bekerja secara *professional*, maka sejak tanggal 05 Juni 2013 s/d 20 Desember 2013, manajemen PT. BPRS Mitra Amanah mulai memberikan pelatihan-pelatihan kepada 18 orang karyawannya, baik itu pelatihan pada beberapa perbankan umum syariah lainnya yang ada di



Kota Palangka raya maupun mendatangkan beberapa orang mentor yang sangat ahli dari Surabaya dan Jakarta.

Pada tanggal 24 Desember 2013, Gubernur Bank Indonesia Jakarta pada akhirnya menerbitkan Surat Keputusan tentang Ijin Operasional kepada PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya dengan nomor: 15/136/KEP.GBI/DPG/2013. Perijinan yang diterbitkan oleh Bank Indonesia ini adalah merupakan perijinan terakhir kalinya, karena sejak 01 Januari 2014 fungsi perijinan perbankan sudah dilakukan oleh Otoritas Jasa keuangan (OJK). Sejak diterimanya lampiran surat keputusan dari Gubernur Bank Indonesia tersebut, manajemen PT. BPRS Mitra Amanah mulai sibuk mempersiapkan diri untuk *soft opening*.<sup>55</sup>

Pada tanggal 21 Januari 2014 dilakukan acara *soft opening* di Kantor PT. BPRS Mitra Amanah, dimana dalam acara tersebut hadir Kepala Bank Indonesia Palangka Raya Bapak Muhammad Nur beserta dengan beberapa orang stafnya, dan Pimpinan Otoritas Jasa Keuangan Provinsi Kalimantan Tengah juga hadir beserta dengan beberapa orang stafnya, Pimpinan Cabang BTN Kalimantan Tengah beserta stafnya, Pimpinan Cabang Bank Muamalat Kalimantan Tengah beserta stafnya, dan beberapa orang pengusaha-pengusaha lokal yang ada di Palangka Raya juga berkenan hadir dalam acara *soft opening* tersebut.

Selanjutnya pada tanggal 19 Februari 2014, PT. BPRS Mitra Amanah mengadakan acara *Grand Opening* yang secara resmi dibuka oleh Bapak

---

<sup>55</sup>Dokumen PT BPRS Mitra Amanah Kota Palangka Raya

Ir. H. Achmad Diran Wakil Gubernur Provinsi Kalimantan Tengah. Selama beberapa waktu dalam melakukan persiapan, yaitu sejak 21 Januari 2014 s/d 19 Februari 2014, PT. BPRS Syariah Mitra Amanah telah mampu menunjukkan eksistensinya. Paling tidak dalam waktu tersebut, bank ini mampu menyerap dana dari masyarakat hingga Rp 335 juta dan memberikan pembiayaan hampir Rp 250 juta.<sup>56</sup>

Pendirian BPRS Mitra Amanah ini adalah dimaksudkan untuk turut serta dalam pelayanan lembaga keuangan bagi masyarakat ekonomi menengah ke bawah, dengan corak khusus yaitu pelayanan perbankan dengan nafas keislaman. Berbeda dari badan usaha swasta pada umumnya, BPRS Mitra Amanah merupakan usaha yang berlandaskan kebersamaan (*Solidarity Corporate*) yang tetap menjunjung tinggi profesionalisme. BPRS Mitra Amanah hadir untuk memberikan pelayanan “*retail banking*” bagi kemajuan bersama sesuai dengan motto “Rahmatan Lil Alamin”.

Selanjutnya pada tahun 2022 ini susunan kepengurusan dan karyawan PT. BPRS Mitra Amanah adalah sebagai berikut:<sup>57</sup>

Komisaris Utama	: H. Yoyo Sugeng Triyogo
Komisaris	: Saijo
Ketua Dewan Pengurus Syariah	: H. Syamsuri Yusuf
Anggota Dewan Pengurus Syariah	: Dr. Syarifuddin
Direktur Utama	: Muhamad Ariyadi
Direktur Bisnis	: Teti Sugiarti

---

<sup>56</sup>Dokumen PT BPRS Mitra Amanah Kota Palangka Raya

<sup>57</sup>Dokumen PT BPRS Mitra Amanah Kota Palangka Raya

## 2. Visi dan Misi PT BPRS Mitra Amanah

### a. Visi

Menjadi bank syariah yang terbesar dan terpercaya di kaliamantan tengah.

### a. Misi

Menjalankan usaha perbankan yang sehat dan amanah dengan produk yang berorientasi pada kebutuhan nasabah, utamanya pada pengembangan usaha kecil, dan menegah dalam rangka pengembangan ekonomi syariah.

## 3. Produk PT BPRS Mitra Amanah

Ada beberapa produk yang dimiliki PT. BPRS Mitra Amanah, antara lain sebagai berikut.<sup>58</sup>

### a) Produk Penghimpunan Dana

#### 1) Tabungan Amanah

Tabungan amanah sebagai sarana simpanan anda untuk hari esok dengan prinsip mudharabah atau bagi hasil di bank BPRS Mitra Amanah. Mendapat bagi hasil langsung ke rekening nasabah dan bebas biaya administrasi. Setoran awal minimal 10 ribu rupiah dengan saldo tabungan minimal 10 ribu rupiah, dan tidak dapat diambil sewaktu-waktu. Hanya dapat diambil bulan juni dan desember (per 6 bulan).

---

<sup>58</sup>Dokumen PT. BPRS Mitra Amanah Palangaka Raya

## 2) TabunganKu

TabunganKu dapat diambil sewaktu-waktu untuk perorangan Warga Negara Indonesia dengan persyaratan mudah dan ringan yang di selenggarakan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hanya dengan setoran awal Rp.20.000,- dan setoran selanjutnya minimal 20.000,- maka nasabah sudah bias membuka rekening TabunganKu.

## 3) Tabungan Qurban

Tabungan Qurban bertujuan mewujudkan salah satu kewajiban umat islam dalam melaksanakan ibadah Qurban tetapi dengan tidak memberatkan karena dilaksanakan dengan cara mencicil/menabung. Tabungan Qurban adalah program khusus bagi anda yang ingin mempersiapkan ibadah Qurban sejak dini, agar ibadah Qurban menjadi lebih ringan. Seperti halnya tabungan pada umumnya, tabungan Qurban (dengan jumlah yang di sepakati) akan di setor setiap bulannya ke rekening pengelola dan dapat diambil saat akan berqurban.

## 4) Tabungan Haji/Umarah

Tabungan Umroh di BPRS Syariah Mitra Amanah memiliki keunggulan: Ringan, setoran awal mulai Rp.100.000, aman dengan bekerjasama dengan bank yang berprinsip syariah. Mudah, Buku Tabungan di pegang oleh jamaah. Menguntungkan, mendapat bagi

hasil bulanan. Flat, pillihan nilai setoran perbulan sesuai dengan kemampuan. Praktis, pendebitan langsung dari bank ke rekening Perusahaan Travel Haji/Umroh dengan persetujuan jamaah. *Flexibel*, bias dikombinasi dengan dana talangan Umroh (opsional). Adapun ketentuan: Pencairan dana hanya dapat dilakukan oelh Perusahaan Travel Haji/Umroh dengan persetujuan jamaah dan keamanan dana setoran dijamin oleh bank.

#### 5) Tabungan Masa Depan

Tabungan Masa Depan adalah program simpanan hari tua yang ditujukan bagi mereka yang bekerja di perusahaan swasta dan tidak memfasilitasi tunjangan hari tua. Dengan kententua: Setiap nasabah hanya diwajibkan menabung selama jangan waktu tertentu yang telah disepakati yaitu minimal 1 tahun dam maksimal tidak terhingga, dengan besaran nilai tabungan setiap bulan yang beragam, yaitu minimal mulai dari Rp. 100.000,-/bulan s/d tak terhingga.

#### 6) Deposito Mudharabah

Deposito Mudharabah adalah Simpanan beberapa investasi tidak terikat yang dikelola berdasarkan prinsip syraiah, dimana penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarakan perjanjian antara nasabah pemilik dana (*shahibulmaal*) dengan Bank (*mudharib*) dengan akad *Mudharabah Muthalaqah*. Dalam hal ini *Shahibul Maal* (nasabah) berhak memperoleh keuntungan bagi hasil sesuai nisbah yang tercantum dalam akad. Dengan syarat: Mengisi

formulir pembukaan rekening dan Menunjukkan bukti asli identitas diri dan menyerahkan foto copy bukti identitas diri. Adapun fasilitasnya:

- a) Deposito minimal Rp.1.000.000,-
- b) Tersedia pilihan jangka waktu: 1, 3, 6, dan 12 bulan
- c) Pada saat jatuh tempo dapat di perpanjang secara otomatis (*Automatic Roll Over/ARO*)

Dengan keuntungan antara lain: Aman dan terjamin, Bebas biaya administrasi bulanan, bagi hasil yang kompetitif, diikutsertakan dalam program penjaminan pemerintah (LPS) dan dapat dijadikan jaminan pembiayaan.

#### b. Produk Pembiayaan

##### 1) Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan yang di pergunakan untuk keperluan pengadaan barang-barang sebagai penambahan modal kerja. Dengan jaminan minimal STNK atau BPKB motor/mobil, dengan maksimal pinjaman 250 juta rupiah dengan jatuh tempo maksimal 4 tahun.

##### 2) Pembiayaan Investasi

Pembiayaan untuk keperluan pembelian barang-barang yang digunakan sebagai keperluan investasi.

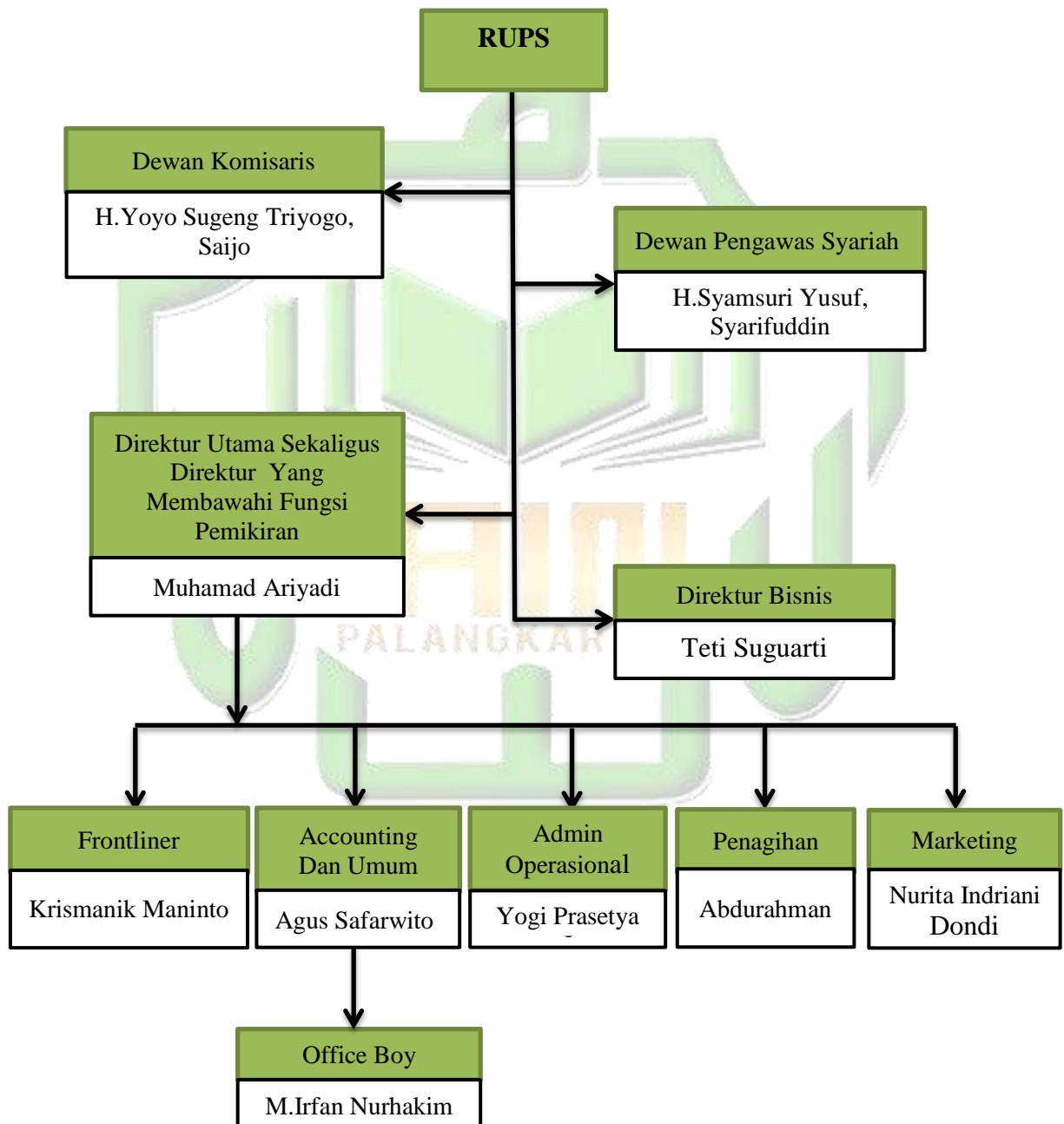
##### 3) Pembiayaan Serba Guna

Pembiayaan serba guna diperuntukkan bagi PNS/Karyawan Swasta yang berpenghasilan tetap dengan menggunakan akad

mudharabah (jual-beli) untuk berbagai keperluan nasabah dengan jaminan asli dan di sertai penggunaan pembiayaan.

#### 4. Struktur Organisasi PT. BPRS Mitra Amanah

**Bagan 4. 1**  
**Struktur Organisasi BPRS Mitra Amanah**



Sumber: Dibuat oleh peneliti tahun 2022.

## B. Penyajian Data

### 1. Data Responden Berdasarkan Karakteristik

Hasil olah data responden berdasarkan latar belakang responden dijabarkan sebagai berikut:

**Tabel 4. 1**  
**Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	31	39.7	39.7	39.7
	P	47	60.3	60.3	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Sumber: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel jumlah responden yang di ambil di PT.BPRS Mitra Amanah yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 31 orang dengan persentase 39,7%, dan perempuan berjumlah 47 orang dengan persentase 60,3%.

**Tabel 4. 2**  
**Data Responden Berdasarkan Umur**

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 Tahun	15	19.2	19.2	19.2
	31-40 Tahun	31	39.7	39.7	59.0
	41-50 Tahun	24	30.8	30.8	89.7
	> 51	8	10.3	10.3	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Sumber: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel jumlah responden yang di ambil di PT.BPRS Mitra Amanah yang umur 20-30 Tahun berjumlah 15 orang dengan



persentase 19,2%, 31-40 Tahun berjumlah 31 orang dengan persentase 39,7%, 41-50 Tahun berjumlah 24 orang dengan persentase 30,8% dan > 51 Tahun berjumlah 8 orang dengan persentase 10,3%.

**Tabel 4. 3**  
**Data Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lainnya	35	44.9	44.9	44.9
	Pedagang	16	20.5	20.5	65.4
	Pegawai negeri	5	6.4	6.4	71.8
	Pegawai swata	22	28.2	28.2	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Sumber: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel jumlah responden yang di ambil di PT.BPRS Mitra Amanah yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri berjumlah 5 orang dengan persentase 6,4%, pegawai swasta berjumlah 22 orang dengan persentase 28,2%, pedagang berjumlah 16 orang dengan persentase 20,5% dan lainnya berjumlah 35 orang dengan persentase 44,9%.

## 2. Data Jawaban Responden

Berikut adalah tabel yang menunjukkan hasil jawaban kuesioner kualitas layanan (X) dan kepuasan nasabah (Y) yang di peroleh dari 78 responden PT.BPRS Mitra Amanah:

**Tabel 4. 4**  
**Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan**

NO	SS		S		KS		TS		STS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	N	%
1	41	52,6	26	33,3	11	14,1	-	-	-	-	78	100
2	42	53,8	28	35,9	8	10,3	-	-	-	-	78	100
3	41	52,6	28	35,9	9	11,5	-	-	-	-	78	100
4	43	55,1	25	32,1	10	12,8	-	-	-	-	78	100
5	42	53,8	27	34,6	9	11,5	-	-	-	-	78	100
6	41	52,6	27	34,6	9	11,5	1	1,3	-	-	78	100
7	40	51,3	28	35,9	10	12,8	-	-	-	-	78	100
8	41	52,6	30	38,5	7	9,0	-	-	-	-	78	100
9	40	51,3	35	44,9	3	3,8	-	-	-	-	78	100
10	37	47,4	32	41,0	9	11,5	-	-	-	-	78	100
11	38	48,7	37	47,4	2	2,6	1	1,3	-	-	78	100
12	41	52,6	37	47,4	-	-	-	-	-	-	78	100
13	41	52,6	30	38,5	8	10,3	-	-	-	-	78	100
14	39	50,0	28	35,9	11	14,1	-	-	-	-	78	100
15	40	51,3	31	39,7	7	9,0	-	-	-	-	78	100
16	38	48,7	27	34,6	13	16,7	-	-	-	-	78	100
17	38	48,7	37	47,4	3	3,8	-	-	-	-	78	100
18	33	42,3	40	51,3	4	5,1	1	1,3	-	-	78	100
19	35	44,9	31	39,7	12	15,4	-	-	-	-	78	100
20	39	50,0	29	37,2	10	12,8	-	-	-	-	78	100
21	33	42,3	41	52,6	4	5,1	-	-	-	-	78	100
22	36	46,2	31	39,7	10	12,8	1	1,3	-	-	78	100
23	34	43,6	39	50,0	5	6,4	-	-	-	-	78	100
24	36	46,2	31	39,7	11	14,1	-	-	-	-	78	100
25	35	44,9	39	50,0	4	5,1	-	-	-	-	78	100
26	42	53,8	30	38,5	6	7,7	-	-	-	-	78	100

27	40	51,3	33	42,3	5	6,4	-	-	-	-	78	100
28	40	51,3	30	38,5	8	10,3	-	-	-	-	78	100
29	35	44,9	40	51,3	3	3,8	-	-	-	-	78	100
30	42	53,8	30	38,5	6	7,7	-	-	-	-	78	100
31	35	44,9	40	51,3	3	3,8	-	-	-	-	78	100
32	41	52,6	30	38,5	7	9,0	-	-	-	-	78	100
33	37	47,4	28	35,9	13	16,7	-	-	-	-	78	100
34	39	50,0	25	32,1	14	17,9	-	-	-	-	78	100
35	37	47,4	29	37,2	12	15,4	-	-	-	-	78	100
36	33	42,3	40	51,3	4	5,1	1	1,3	-	-	78	100
37	42	53,8	30	38,5	5	6,4	1	1,3	-	-	78	100
38	40	51,3	26	33,3	12	15,4	-	-	-	-	78	100
39	41	52,6	31	39,7	6	7,7	-	-	-	-	78	100
40	38	48,7	27	34,6	11	14,1	-	-	-	-	78	100

Sumber: data primer yang diolah 2022

**Tabel 4. 5**  
**Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah**

NO	SS		S		KS		TS		STS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	N	%
1	43	55,1	26	33,3	9	11,5	-	-	-	-	78	100
2	39	50,0	30	38,5	9	11,5	-	-	-	-	78	100
3	36	46,2	32	41,0	9	11,5	1	1,3	-	-	78	100
4	40	51,3	33	42,3	5	6,4	-	-	-	-	78	100
5	40	51,3	35	44,9	3	3,8	-	-	-	-	78	100
6	38	48,7	35	44,9	5	6,4	-	-	-	-	78	100
7	36	46,2	33	42,3	9	11,5	-	-	-	-	78	100
8	39	50,0	35	44,9	4	5,1	-	-	-	-	78	100

Sumber: data primer yang diolah 2022

### 3. Hasil Analisis Data

Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu kualitas layanan sebagai variabel X dan kepuasan nasabah sebagai variabel Y yang bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara kedua variabel. Maka teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *Pearson Product Momen* ( $r$ ) dan Determinasi ( $r^2$ ) dengan menggunakan SPSS 26.0. Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka diperoleh data sebagai berikut:

#### a. Korelasi Pearson Product Moment

Berikut adalah hasil analisis Korelasi *Pearson Product Momen* ( $r$ ) yang menggunakan program SPSS 26.

**Tabel 4. 6 Descriptive Statistics**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Layanan	78	133	200	175.63	21.081
Kepuasan Nasabah	78	25	40	35.32	4.356
Valid N (listwise)	78				

Sumber: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan, diketahui hasil deskriptif dari variabel Kualitas Layanan (X) dengan jumlah  $N = 78$  responden dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 175,63 dan simpangan baku (*standar devination*) sebesar 21,081. Kemudian, hasil deskriptif dari variabel Kepuasan Nasabah (Y) dengan jumlah  $N = 78$  responden dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 35,32 dan simpangan baku (*standar devination*) sebesar 4,356.

**Tabel 4. 7 Correlations**

<b>Correlations</b>			
		Kualitas Layanan	Kepuasan Nasabah
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	1	.863**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	78	78
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.863**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	78	78

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

Sumber: data primer yang diolah 2022

Tabel di atas menunjukkan bahwa korelasi antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Nasabah memiliki nilai sebesar 0,863. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi nilai r, maka 0,863 termasuk tingkat hubungan “sangat kuat”. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan positif yang sangat kuat antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah.

Untuk menentukan signifikansi dari sebuah hipotesis yang telah di rumuskan, maka diperlukan kaidah keputusan yang akan dijadikan pedoman, sebagai berikut:<sup>59</sup>

- a) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig. atau (  $0,05 \leq \text{Sig}$  ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  di tolak, artinya tidak signifikan.

<sup>59</sup>Tony, “*Hubungan Motivasi Konsumsi Mie Instan dengan Situasi Ekonomi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya*”, Skripsi, Palangka Raya: Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2017, h.87.

b) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig. atau ( $0,05 \geq \text{Sig}$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikan.

Hasil analisis diketahui bahwa antara variabel Kualitas Layanan (X) dan variabel Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti hipotesis yang menyatakan apabila nilai signifikan lebih kecil atau sama dengan 0,05 ( $0,05 \geq 0,000$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah.

#### b. Koefisien Determinasi

Berikut adalah hasil analisis Determinasi ( $r^2$ ) yang menggunakan program SPSS 26.

**Tabel 4. 8 Model Summary**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.863 <sup>a</sup>	.745	.742	2.142
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah				

Sumber: data primer yang diolah 2022

Dari tampilan output SPSS Model Summary besarnya adjusted  $R^2$  adalah 0,745, hal ini berarti bahwa 74,5% variabel Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Layanan Sedangkan sisanya ( $100\% - 74,5\% = 25,5\%$ ) dijelaskan oleh variabel (sebab-sebab) lain di luar variabel Kualitas Layanan.

#### 4. Hasil Uji Persyaratan Analisis

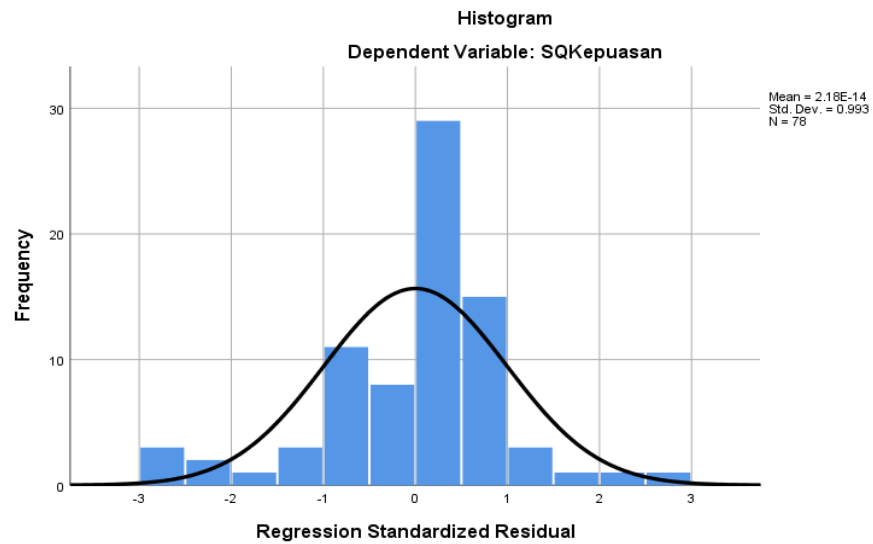
##### a. Uji normalitas data

**Tabel 4. 9**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

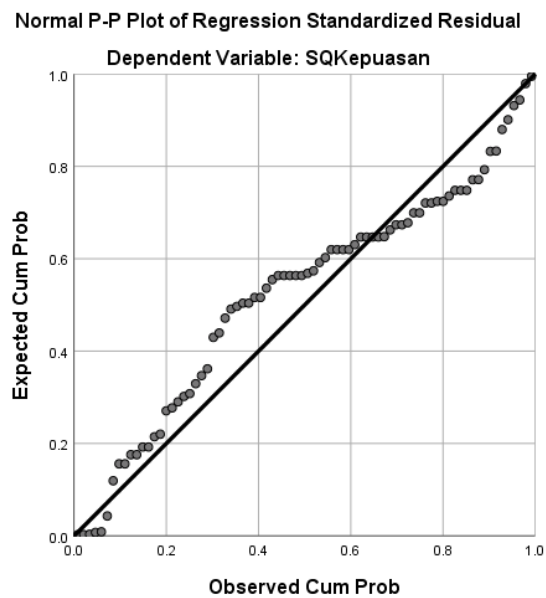
<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>			
		Kualitas Layanan	Kepuasan Nasabah
N		78	78
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	175.76	35.28
	Std. Deviation	20.715	4.218
Most Extreme Differences	Absolute	.218	.163
	Positive	.141	.154
	Negative	-.218	-.163
Test Statistic		.218	.163
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			

Sumber: data primer yang diolah 2022

Dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov, diketahui nilai testnya untuk Kualitas Layanan (X) adalah 0,218 dan Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 0,163 sedangkan nilai probabilitas kedua variabel (Sig) sebesar 0,000, nilai probabilitas ini jauh di bawah standar 5% (0,05) ( $0,00 < 0,05$ ), jadi dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini, data residual tidak terdistribusi secara normal.



**Gambar 4. 1 Histogram**



**Gambar 4. 2 Scatter Plot**

Berdasarkan tampilan output chart di atas kita dapat melihat grafik histogram maupun grafik plot. Di mana grafik histogram memberikan pola distribusi normal. Selanjutnya, pada gambar P-Plot



terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat di simpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linearitas

**Tabel 4. 10 ANOVA**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Kualitas Layanan	Between Groups	(Combined)	1261.295	37	34.089	12.567	.000
		Linearity	1021.023	1	1021.023	376.414	.000
		Deviation from Linearity	240.271	36	6.674	2.461	.003
	Within Groups		108.500	40	2.713		
	Total		1369.795	77			

Sumber: data primer yang diolah 2022

Dari hasil uji linearitas di atas dapat kita lihat bahwa nilai sig *Deviation from Linearity* sebesar  $0,003 < 0,05$  dapat di simpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang linear antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah.

c. Uji heterokedasitas

**Tabel 4. 11 Coefficients**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.602	2.784		1.294	.200
	Kualitas Layanan	-.022	.016	-.158	-1.395	.167

a. Dependent Variable: LN\_RES

Sumber: data primer yang diolah 2022

Setelah di uji heteroskedastisitas dengan metode uji park, dapat diketahui bahwa semua nilai probabilitas (Sig) dari semua koefisien parameter beta sebesar -0,022 menunjukkan hasil yang signifikan ( $0,167 > 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

### C. Pembahasan

Penelitian kali ini dilakukan untuk menganalisis seberapa kuat hubungan antara kualitas layanan yang diberikan terhadap kepuasan yang diterima oleh nasabah PT. BPRS Mitra Amanah. Kualitas layanan dalam penelitian ini memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Mitra Amanah. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang di peroleh yaitu nilai korelasi antara Kualitas Layanan (X) dengan Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai sebesar 0,863. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi nilai r, maka 0,863 termasuk tingkat hubungan “sangat kuat”. Sedangkan nilai Nilai R Square ( $r^2$ ) adalah 0,745, hal ini berarti bahwa 74,5% variabel Kepuasan Nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Kualitas Layanan (X) Sedangkan sisanya ( $100\% - 74,5\% = 25,5\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel Kualitas Layanan.

Hasil nilai korelasi penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu Eva Setyawati (2017) yang berjudul “Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Pada M-One Hotel & Entertainment”, yaitu hasil dari kuesioner kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menunjukkan bahwa rata-rata adalah termasuk dalam katagori sangat baik. Hal itu menunjukan

bahwa PT. BPRS Mitra Amanah mampu dalam memenuhi kepuasan nasabah. Sedangkan jika dilihat dari definisi kepuasan pelanggan hal yang relevan dengan penelitian ini adalah menurut pendapat Schanaanrs, yaitu dengan terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan PT. BPRS Mitra Amanah dan nasabahnya menjadi harmonis, terciptanya loyalitas nasabah dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut yang menguntungkan bagi PT. BPRS Mitra Amanah.

Kemudian berdasarkan interpretasi koefisien korelasi nilai  $r$  (0,863) yang termasuk dalam tingkat hubungan “sangat kuat”, jika dilihat dari perspektif teori ekonomi islam, maka nasabah yang memiliki kontribusi terhadap keberhasilan PT. BPRS Mitra Amanah dan juga sebagai pemakai produk atau jasa pelayanan PT. BPRS Mitra Amanah sudah dilayani dengan baik. Hal ini sejalan dengan perintah Allah SWT dalam Q.S. ‘Abasa ayat 1-14. Tafsiran Q.S. ‘Abasa ayat 1-14 tersebut jika dikaitkan dengan kepuasan nasabah, dapat dipahami bahwa melayani nasabah dengan baik dan setulus hati adalah sebuah keniscayaan dan wajib dilakukan. Tidak boleh memperlakukan nasabah dengan sikap yang tidak menyenangkan, karena setiap nasabah memiliki hak dan kesempatan yang sama untuk mendapatkan pelayanan yang prima dari bank. Oleh karena itu memuaskan nasabah adalah perintah agama.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan mengenai Kualitas Layanan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelirian ini adalah sebagai berikut:

1. Nilai korelasi antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Nasabah memiliki nilai sebesar 0,863. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi nilai  $r$ , maka 0,863 termasuk tingkat hubungan “sangat kuat”.
2. Nilai R Square ( $r^2$ ) adalah 0,745, hal ini berarti bahwa 74,5% variabel Kepuasan Nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu Kualitas Layanan (X) seperti penampilan dan kemampuan karyawan, sarana dan prasarana fisik PT. BPRS Mitra Amanah, kehandalan karyawan, ketanggapan karyawan, empati karyawan, jaminan dan kepastian yang diberikan PT. BPRS Mitra Amanah. Sedangkan sisanya ( $100\% - 74,7\% = 25,5\%$ ) dijelaskan oleh variabel (sebab-sebab) lain di luar variabel Kualitas Layanan.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka ada beberapa saran yang dapat dijadikan bahkan pertimbangan bagi PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya antara lain adalah dari variabel kepuasan nasabah (X), masing-masing indikatornya seperti penampilan dan kemampuan karyawan,

sarana dan prasarana fisik PT. BPRS Mitra Amanah, kehandalan karyawan, Ketanggapan Karyawan, Empati karyawan, jaminan dan kepastian yang diberikan PT. BPRS Mitra Amanah menunjukkan penilaian yang baik dari nasabah. Namun demikian PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya juga perlu terus meningkatkan kualitas layanan nasabah secara maksimal diantaranya:

1. PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya harus mengedepankan layanan ke nasabah, baik itu berupa layanan teknologi seperti computer, ac, cctv, dll, ataupun layanan secara manual seperti kecepatan penanganan transaksi, pelayanan tepat waktu, cepat tanggap dalam menangani masalah nasabah dll, dengan layanan demikian, sehingga dimungkinkan nasabah akan meningkat dan tidak menutup kemungkinan nasabah tersebut akan merekomendasikan produk atau jasa layanan PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya.
2. PT. BPRS Mitra Amanah Palangka Raya juga perlu terus meningkatkan kualitas layanan seperti memperhatikan penampilan karyawan, menjaga kebersihan dan kerapian ruang kerja, pengetahuan karyawan tentang produk dan jasa bank serta dapat membina komunikasi yang baik dengan nasabah.
3. Perlu diadakannya kepastian hukum tentang setoran melalui jempot bola untuk nasabah yang sudah melakukan transaksi.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Amirudin, Ritonga Ahmad Husein dan Samsu, *Manajemen Pemasaran Jasa Lembaga Pendidikan Islam*, Yogyakarta: K-Media, 2021.
- Burhan Bugin, *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*, Jakarta: Kencana, 2013.
- Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Cet. 1, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service), 2015.
- Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Cet. 1, Yogyakarta: CAPS, 2014.
- Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, Cet. 1, Yogyakarta: CAPS, 2015.
- Eva Sundari, *Dinamika Citra dan Pelayanan Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Tinjauan Islam*, Cet.1, Jawa Barat: CV. Adanu Abimata, 2021.
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Ed. 1, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.
- Handi Irawan, *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*, Cet. 1, Jakarta: PT. Gramedia, 2008.
- Imam Supriadi, *Metode Riset Akuntansi*, Cet.1, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, Cet. 7, Jakarta: Kencana, 2017.
- Juliansyah Noor, *Metodologi penelitian Skripsi Tesis Desertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Cet. 4, Jakarta: Kencana, 2010.
- Marzaki, *Metodologi Riset*, Yogyakarta: BPFE UII, 2002
- Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Cet. 1, Jawa Timur: press@unitomo.co.id, 2019.
- Morissan, *Metode Penulisan Survei*, Jakarta: Kencana, 2014.

- Muhammad Kurniawan, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Cet.1, Jawa Barat: CV Adanu Abimata, 2021.
- Paulus Lilik Kristianto, *Psikologi Pemasaran*, Cet. 1, Yogyakarta: CAPS, 2011.
- Purbayu Budi Santosa dan Muliawan Hamdani, *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*, Jakarta: Erlangga, 2007.
- Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*, Jakarta: Kencana, 2016.
- S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010.
- Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010.
- Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, Cet. 1, Medan: KBM Indonesia, 2021.
- Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*, Cet. 1, Jakarta: Prenadmedia Group, 2017.
- Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif*, Cet. 3, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Westriningsih, *Etika Pelayanan Nasabah*, Ed. 1, Yogyakarta: PT. Intan Sejati Klaten, 2015.
- Zaenal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Manajemen Pelayanan Publik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.

## B. Jurnal

- Abd Syukkur dan Tri Sudarwanto, *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Jombang Cabang Ngoro*, *Journal of Business and Innovation Management*, Vol 3, No. 3, Juni 2021.
- Ade Syarif Maulana, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI*, *Jurnal Ekonomi*, Vol. 7, No. 2, November 2016.
- Eka Wardiana, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO), Tbk. Unit Bengo Cabang Vatampane”*, Skripsi, Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019.
- Eva Setyawati, *Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen Pada M-One Hotel & Entertainment*, *E-Jurnal*, Bogor: Universitas Pakuan, 2017.
- Ervan Juliansyah, *Analisis Kualitas Pelayanan pada Kantor Kelurahan Bugis Kota Samarinda*, *Journal Of Law*, Vol. 2, No. 2, 2018.
- Heni Rohaeni dan Nisa Marwa, *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2, No.2, September 2018.
- Ilham Agustian, dkk. *Pengaruh Sistem Informasi Manajemen terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan di PT. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu*, *Jurnal Professional FIS UNIVED*, Vol. 6, No. 1, Juni 2019.
- Nasfi, Rahmad dan Sabri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*, *Journal of Economic Studie*, Vol. 4, No. 1, Januari-Juni 2020.
- N Lilis Suryani, *Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta*, *JENIUS*, Vol. 2, No. 3, Mei 2019.
- Rini Susanti, *Sampling dalam Penelitian Pendidikan*, *Jurnal Teknodik*, Vol. 9, No. 16, Juni 2005.



### C. Skripsi

- Fadillah, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO), Tbk. Unit Bengo Cabang Vatampane”*, Skripsi, Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019.
- Hanik Ulwiyanti, *“Pengaruh Jasa Pick Up Service Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah BMT Amanah Ummah Surabaya”*, Skripsi, Surabaya: Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel, 2013.
- Nurfadillah, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri (BSM)”*, Skripsi, Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017.
- Kevin Aditya Pratama, *“Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Ponorogo”*, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2017.
- Laelatul Muharomah, *“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Produk Pembiayaan”*, Skripsi, Ponorogo : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2017.
- Rahmawati Kamilia, *“Peranan Frontliner Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Terhadap Nasabah Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (PERSERO), Tbk. Cabang Kantor Cabang Pembantu Indihiang”*, Skripsi, Tasikmalaya: Universitas Siliwangi Tasikmalaya, 2021.
- Tika Nurhalimah, *“Strategi Pelayanan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Metro Madani Kantor Cabang Unit Dua Terhadap Keputusan Nasabah”*, Skripsi, Metro Lampung: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2019.
- Tony, *“Hubungan Motivasi Konsumsi Mie Instan dengan Situasi Ekonomi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya”*, Skripsi, Palangka Raya: Insstitut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2017
- Zamal Firdaus, *“Korelasi Antara Pelatihan Teknis Perpajakan, Pengalaman, dan Motivasi Pemeriksa Pajak dengan Kinerja Pemeriksa Pajak pada Kantor Pelayanan Pajak di Jakarata Barat”*, Skripsi, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syariah Hidayatullah, 2009.