

**PENGARUH DIMENSI CARTER PADA KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PADA PT BSI KANTOR CABANG AMUNTAI**

**SKRIPSI**



Oleh

**AKHMAD MUJIBURRAHMAN**

**NIM: 17540005**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI ISLAM (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2021**

**PENGARUH DIMENSI CARTER PADA KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PADA PT BSI KANTOR CABANG AMUNTAI**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Serjana Ekonomi (SE)



Oleh

**AKHMAD MUJIBURRAHMAN**

**NIM: 17540005**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI ISLAM (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN

### PENGARUH DIMENSI CARTER PADA KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BSI KANTOR CABANG AMUNTAI

### SKRIPSI

Oleh

**AKHMAD MUJIBURRAHMAN**

NIM: 17540005

Telah disetujui pada tanggal 29 Maret 2021  
Dosen Pembimbing,



**Dr. Siswanto, SE., M.Si**  
NIP. 19750906 200604 1 001

Mengetahui

Ketua Jurusan,



**Sudharyanto, SE., M.Si., Ph.D.**  
NIP. 19751109 199903 1 003

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH DIMENSI CARTER PADA KUALITAS**  
**LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH**  
**PADA PT BSI KANTOR CABANG AMUNTAI**

**SKRIPSI**

Oleh

**AKHMAD MUJIBURRAHMAN**




NIM: 17540005

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Pernyataan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada 30 Juli 2021

**Susunan Dewan Penguji**

**Tanda Tangan**

- |   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| 1. Ketua Penguji  | ( |  | ) |
| <u><b>Nihayatu Aslamatis S, SE., MM</b></u><br>NIP. 19801109 20160801 2 053 |   |   |   |
| 2. Sekretaris/Pembimbing  | ( |   | ) |
| <u><b>Dr. Siswanto, SE, M.Si</b></u><br>NIP. 19750906 200604 1 001          |   |   |   |
| 3. Penguji Utama  | ( |   | ) |
| <u><b>Irmayanti Hasan, ST., MM</b></u><br>NIP. 19770506 200312 2 001        |   |   |   |

Mengetahui

Ketua Jurusan,



**Supriyanto, SE., M.Si., Ph.D.**  
NIP. 19751109 199903 1 003

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Akhmad Mujiburrahman

NIM : 17540005

Fakultas /Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**"PENGARUH DIMENSI CARTER PADA KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BSI KANTOR CABANG AMUNTAI"**


adalah hasil karya sendiri, bukan "Duplikat" dari pihak orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada "Klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 16 Juli 2021

Hormat saya,

  
Akhmad Mujiburrahman  
NIM : 17540005

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya Ilimah ini kupersembahkan kepada:

Ayah dan Ibu tercinta:

H. Norhayatullah Fadli dan Hj. Fiteriah

Dosen Pembimbing:

Dr. Siswanto, SE., M.Si

Kakak dan Adik tercinta:

Rahmina Hayatul Fitri dan Nia Hayatul Fitri

Teman-temanku:

Noor Latifah, Muhammad Irfan Supian, Abdul Qadir Al Jailani, Fajriyanoor,  
Nordin Cikraisi, H. Rusli, Muhammad Hafif, Hadriansyah, Rudi Hartono, Bagus  
Budyantono, Abdul Haris Ubaidillah, Mamang Taufek, Fawwas Yafi' Syaputro,  
Ridwan, langgeng Cahyo Utomo, Fatih Firmansyah Din Salim, Alvian Nuansa  
Putra, Moh. Iqbal Azzaman S, Moh. Iltizamul Islam, Agil Munawar

## **MOTTO**

“Bukanlah pemuda yang mengatakan “Ini bapakku” Tapi pemuda yang  
mengatakan “Inilah Aku”  
-Ali bin Abi Thalib

## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat, taufik dan hidayah-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, Shalawat serta salam semoga tercurah keharibaan Nabi Muhammad SAW, juga kepada keluarga, para sahabat dan segenap pengikut beliau hingga akhir zaman.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Atas segala bimbingan dan bantuan yang diberikan dari berbagai pihak, maka peneliti mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. H. Nur Asnawi, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Eko Suprayitno, S.E., M.Si., Ph.D selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Siswanto., S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing tugas akhir yang telah memberikan motivasi dan arahan menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ayah, Ibu, Kakak, Adik, dan seluruh keluarga yang senantiasa membeikan do'a dan dukungan secara moral dan spiritual.
7. Bapa Tajuddin Noor dan Ibu Erlyyanti yang memberikan bimbingan dan arahan ditempat penelitian, serta karyawan dan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Amuntai.
8. Ayah, Ibu, Kakak dan adikku tercinta yag telah memberikan semangat, dukungan dan doa yang selalu dipanjatkan kepada Allah SWT demi kesuksesan

putra tercinta sehingga menjadi orang yang bermanfaat baik bagi keluarga dan masyarakat.

9. Sahabat-sahabatku yang telah memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seangkatan dan seperjuangan One Nada-A Angkatan 2017-2018 yang selalu memberikan dukungan dan semangat
11. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Tidak ada satu manusia yang lepas dari segala kekhilafan dan kesalahan, karena itu penulis ucapkan kata maaf atas segala kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis hanya berdoa semoga amal baiknya mendapat ganjaran yang berlipat dari Allah SWT. Dengan demikian iringan doa “Jazakumulah Khairan, Aamiin Ya Rabbal ‘alamin.

Malang, 16 Juli 2021

Penulis,



**Akhmad Mujiburrahman**

**NIM : 17540005**

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	7
1.3    Tujuan Penelitian.....	8
1.4    Manfaat Penelitian.....	8
1.5    Batasan penelitian.....	9
BAB II.....	10
KAJIAN TEORITIS.....	10
2.1    Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu .....	10
2.2    Kajian Teoritis .....	17
2.2.1    Kualitas Pelayanan Islami.....	17
2.2.2    Kepuasan .....	24
2.3    Pengaruh Antar Variabel.....	28
2.4    Kerangka Konseptual.....	31
2.5    Hipotesis.....	32
BAB III.....	33
METODE PENELITIAN .....	33
3.1    Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	33
3.2    Lokasi Penelitian .....	33
3.3    Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1    Populasi.....	33
3.3.2    Sampel.....	34
3.4    Data dan Jenis Data .....	35

3.4.1	Data Primer .....	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	36
3.6.1	Variabel Bebas (Independen).....	36
3.6.2	Variabel Terikat (Dependen) .....	36
3.7	Analisis Data.....	38
3.7.1	Uji Kualitas Data.....	39
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.7.3	Analisis Regresi Berganda.....	41
3.7.4	Uji Hipotesis .....	42
BAB IV	.....	45
<b>PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN.....</b>		<b>45</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	45
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.2	Diskripsi Responden .....	54
4.1.3	Statistik Deskriptif .....	57
4.1.4	Analisis Uji Validitas dan Uji Realibilitas .....	63
4.1.5	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.1.6	Uji Statistik .....	68
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian .....	74
BAB V	.....	80
<b>PENUTUP.....</b>		<b>80</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>84</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Survey The Best Bank.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Jawaban Kuesioner.....	35
Tabel 3.2 Operasional Variabel .....	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2 Usia.....	55
Tabel 4.3 Pendidikan.....	56
Tabel 4.4 Pekerjaan.....	56
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Compliance.....	57
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Assurance.....	58
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Reability.....	59
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Tangible.....	60
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Emphaty.....	61
Tabel 4.10 Distribusi Responsiveness.....	62
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Kepuasan Nasabah.....	63
Tabel 4.12 Uji Validitas.....	64
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolonearitas.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Autokolersi.....	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	68
Tabel 4.19 Uji F (simultan).....	70
Tabel 4.20 Koefisien Determinan.....	71
Tabel 4.21 Uji T (Parsial).....	72
Tabel 4.22 Ringkasan Hasil Regresi.....	74

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. BSI Kantor Cabang Amuntai.....	48

## **DAFTAR LAMPIRAN**

### **Lampiran 1 Hasil SPSS 25**

- a. Uji Validitas dan Reabilitas
- b. Analisis Regresi Linier Berganda
- c. Pengujian Asumsi Klasik

### **Lampiran 2 Kuesioner Penelitian**

### **Lampiran 3 Surat Balasan Penelitian**

### **Lampiran 4 Bukti Konsultasi**

### **Lampiran 5 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme**

### **Lampiran 6 Hasil Turnitin**

### **Lampiran 7 Biodata**

### **Lampiran 8 Foto dan Dokumentasi**

## ABSTRAK

Akhmad Mujiburrahman. 2021. SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Dimensi CARTER Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BSI Kantor Cabang Amuntai. Penelitian Universitas. Jurusan Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing : Dr.Siswano, M.Si

Kata Kunci : *Compliance, Assurance, Reability, Tangible, Emphaty, Responsiveness, Kepuasan, Nasabah*

---

Tujuan peneliti ini untuk mengetahui pengaruh dimensi CARTER yang meliputi *Compliance* (Kepatuhan), *Assurance* (Jaminan), *Reability* (Kehandalan), *Tangible* (Bukti Fisik), *Emphaty* (Kepedulian) *Responsiveness* (Daya Tanggap) terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BSI Kantor Cabang Amuntai.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode analisis data yaitu, Uji Validitas dan Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, serta menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, yang berupa Regresi Linier Berganda. Uji Parsial (t test), Koefisien Determinan ( $R^2$ ), dan Uji Simultan (f test). Dengan subjek penelitian nasabah PT. BSI Kantor Cabang Amuntai dan sampel yang digunakan yaitu *Accidental Sampling* yaitu sampel ditentukan dengan teknik kebetulan. Berdasarkan perhitungan, sampel minimal yang digunakan 98 responden sedangkan responden yang digunakan dalam penelitian ini ada 120 responden.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini ditunjukkan oleh variabel *Responsiveness* yang mempunyai pengaruh Parsial signifikan terhadap kepuasan nasabah dan mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah di PT. BSI Kantor Cabang Amuntai.

## ABSTRACT

Ahmad Mujiburrahman. 2021. THESIS. Title: “The Influence of Dimensions on Service Quality on Customer Satisfaction at PT. BSI Amuntai Branch Office. University Research. Department of Islamic Banking, Faculty of Economics, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang.

Advisor : Dr.Siswano, M.Si

Keywords : *Compliance, Assurance, Reability, Tangible, Empathy, Responsiveness, Satisfaction, Customer*

---

The purpose of this study was to determine the effect of CARTER dimensions which include Compliance, Assurance, Reliability, Tangible (Physical Evidence), Empathy (empathy) Responsiveness (Responsiveness) to Customer at PT. BSI Amuntai Branch Office.

This study uses quantitative descriptive analysis using data analysis methods, namely, Validity Test and Reliability Test, Classical Assumption Test, and uses quantitative descriptive analysis, in the form of Multiple Linear Regression. Partial Test (t test), Determinant Coefficient (R<sup>2</sup>), and Simultaneous Test (f test). With the research subject of PT. BSI Amuntai Branch Office and the sample used is Accidental Sampling, the sample is determined by chance technique. Based on the calculations, the minimum sample used was 98 respondents while the respondents used in this study were 120 respondents.

Based on the results of the research, it shows that service quality has a significant effect on customer satisfaction. The results of this study are indicated by the Responsiveness variable which has a significant partial effect on customer satisfaction and has a dominant influence on customer satisfaction at PT. BSI Amuntai branch office.

## مستخلص البحث

**مجيب الرحمن، أحمد.** 2021. تأثير أبعاد كارتر على جودة الخدمة على رضا العملاء في شركة PT. BSI. مكتب فرعي أمونتي. البحث الجامعي. **قسماالصيرفة الإسلامية كآية الاقتصاد.** جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف: الدكتور سيسوانو الماجستير

**الكلمات الرئيسية:** الامتثال ، التأكيد ، الضعف ، الحقيقي ، التعاطف ، الاستجابة ، الرضا ، العميل

ان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير أبعاد كارتر التي تشمل الامتثال والحزم والموثوقية والملموسة (الدليل المادي) والتعاطف (التعاطف) والاستجابة (الاستجابة) مدى ملاءمة العملاء في PT. BSI. مكتب فرعي أمونتي.

يستخدم هذا البحث التحليل الوصفي الكمي باستخدام طرق تحليل البيانات وهي اختبار المصدقية واختبار الموثوقية واختبار الافتراض الكلاسيكي واستخدام التحليل الوصفي الكمي في شكل الانحدار الخطي المتعدد. الاختبار الجزئي (اختبار t)، ومعامل المحددات ( $R^2$ ) والاختبار المتزامن (اختبار f). مع موضوع البحث PT. BSI. مكتب فرعي أمونتي. والعينة المستخدمة هي أخذ العينات العرضي (*Accidental Sampling*) وهي تحديد العينة بتقنية الصدفة. بناءً على الحسابات ، كان الحد الأدنى للعينة المستخدمة 98 مستجيبًا بينما كان المبحوثون المستخدمون في هذه الدراسة 120 مستجيبًا

بناءً على نتائج البحث ، يظهر أن جودة الخدمة لها تأثير كبير على رضا العملاء. تمت الإشارة إلى نتائج هذا البحث من خلال متغير الاستجابة الذي له تأثير جزئي كبير على رضا العملاء وله تأثير مهم على رضا العملاء في PT. BSI. مكتب فرعي أمونتي.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Sejarah perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Mu'amat Indonesia (BMI) dan Bank-bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) pada tahun 1992 (Cahyani, 2016). Eksistensi bank syariah semakin meningkat setelah muncul Undang-Undang No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah bahwa “Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usaha” (Misbach, 2017). Perbankan syariah merupakan ajaran yang mengedepankan nilai-nilai agama, etika dalam bermuamalah yang membagikan keuntungan secara adil terhadap kedua belah pihak tidak memberatkan kepada salah satu pihak saja.

Industri perbankan syariah Indonesia semakin memantapkan posisinya di perbankan nasional. Hal ini dapat ditunjukkan terus berkembangnya perbankan syariah di Indonesia. Bank-bank syariah yang ada sekarang ini antara lain, Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri, Bank Mega Syariah, BRI Syariah, Bukopin Syariah, BNI Syariah, Bank Jabar Banten Syariah, Bank Panin Syariah, Bank BCA Syariah, Bank Victoria Syariah, Bank Maybank Syariah, Bank Aceh Syariah, BPD Nusa Tenggara Barat Syariah. Saat ini sudah ada 14 Bank Umum Syariah dan 20 Unit Usaha Syariah (*Statistik Perbankan Indonesia, 2021*).

Kemunculan bank berbasis syariah memberikan warna yang baru bagi perkembangan lembaga perbankan di Indonesia, tidak terkecuali di Kota Amuntai.

Munculnya berbagai bank berbasis syariah semakin menambah ketatnya persaingan diantara lembaga perbankan di Kota Amuntai. Jika melihat sejarah beberapa tahun lalu adanya masalah yang dihadapi oleh kasus PT Bank Century, membuat kepercayaan nasabah kepada perusahaan berkurang. Hal ini menjadi tantangan bagi industri perbankan syariah yang ada di Kota Amuntai, seperti Bank Syariah Indonesia (BSI), yang dimaksud Bank Syariah Indonesia di penelitian ini yaitu Bank Mandiri syariah (BSM) Kota Amuntai. Kepuasan nasabah tercipta karena kualitas pelayanan yang baik bagi nasabah (Suhardi and Gadzali, 2020).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank, menurut Sriwidodo dan Indriastuti (2010), (Reni and Asmawati, 2018), (Sujana, 2020) mengenai pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah berdasarkan dari dimensi layanan yaitu *tangible* (tampilan fisik layanan), *reliability* (kemauan dalam menyediakan jasa untuk memberikan service yang baik secara akurat, dapat dipercaya dan diandalkan), *responsiveness* (ketanggapan dalam meberikan layanan), *assurance* (kemampuan dalam memberikan jaminan layanan), dan *empathy* (kemampuan perusahaan dalam memahami keinginan nasabah) (Pasuraman, Zeithaml and Berry, 1988).

Pada dasarnya kualitas pelayanan yang disebut *SERVQUAL* yang bersumber dari perspektif barat khususnya lima multidimensi meliputi: bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan peduli (*empathy*) oleh (Pasuraman, Zeithaml and Berry, 1988). Kelima dimensi

kualitas pelayanan tersebut masih bersifat umum, sehingga ketika diterapkan pada perusahaan yang berkarakteristik khusus seperti perbankan syariah perlu adanya penyesuaian (Putra and Herianingrum, 2014). Bank syariah harus sepenuhnya berdasarkan syariat Islam dalam segala praktiknya termasuk kualitas layanan yang ditawarkan dengan prinsip dan nilai syariah (Khaliq, 2019). Secara empiris terdapat banyak kritik terhadap kualitas pelayanan di bank syariah, dari penerapan bagi hasil, keraguan terhadap kesesuaian operasional bank syariah dengan syariat Islam dan keluhan pelayanan yang kurang professional (Astuti, Wilasari and Utami, 2012).

Menurut Othman dan Owen (2001) dimensi kualitas pelayanan perbankan syariah yang dikenal dengan *CARTER* (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, Responsiveness*). Dimensi kualitas pelayanan yang diteliti oleh Parasuraman yang dikenal dengan *Compliance With Islamic law* (Kepatuhan terhadap hukum Islam) oleh (Putra and Herianingrum, 2014). Tambahan dimensi *Compliance* pada SERVQUAL dikenal dengan *CARTER*, dimana dimensi yang akan menentukan kemampuan bank syariah untuk beroperasi sesuai dengan prinsip syariah atau hukum Islam.

Berdasarkan penelitian Mustofa dan Siyamto (2017), (Juniawan, 2014), (Cahyani, 2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Islami *CARTER* pada variable *Compliance* mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kepuasan nasabah dibandingkan dengan variable lainnya. Namun berdasarkan penelitian Othman dan Owen (2001) pada *Kuwait Financial House (KFH)*, dimensi *compliance*, menurut

nasabahnya merupakan dimensi terpenting diantara lima variabel lain yang ada dalam *CARTER*.

Kualitas dan kepuasan pelanggan sangat erat kaitannya dengan pelayanan perbankan syariah, di mana suatu perusahaan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan tersebut (Ramdhani, Ramdhani and Kurniati, 2011). Kualitas pelayanan yang baik diberikan oleh bank akan mencapai kepuasan nasabah. Menurut Aisyah, (2018) kepuasan nasabah sangat penting bagi perbankan syariah untuk meningkatkan nilai loyalitas dalam membantu organisasi menjadi lebih kompetitif. Mendahulukan kepuasan nasabah adalah itikad yang baik dalam suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (Reni and Asmawati, 2018).

Memberikan pelayanan yang baik kepada umat manusia adalah pekerjaan sangat mulia dan merupakan kebaikan bagi yang mau melakukannya. Islam mengajarkan kepada umatnya apabila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang atau jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, tidak diperbolehkan memberikan sesuatu yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah (2) ayat 267 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ

مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُعْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ ﴿البقرة : ٢٦٧﴾

Artinya: “Hai orang-orang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (QS. Al-Baqarah ayat 267)

Jadi berdasarkan ayat diatas, dijelaskan bahwa untuk menafkahkan atau menyedekahkan harta harus dengan cara yang baik. Baik dari barangnya ataupun cara perolehannya, hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

Dalam ayat lain, Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surat Ali Imran (4) ayat 159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ عَنْهُمْ

وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

﴿آل عمران : ١٥٩﴾

*Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingnya. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawatlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (QS. Ali-Imran ayat 159).*

Berdasarkan ayat diatas, dijelaskan bahwa setiap manusia harusnya berbuat lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Dalam konsep pelayanan maka seseorang harus melayani dengan sikap dan cara-cara yang baik supaya mendapat keridhaan Allah SWT. Selain itu, akan muncul kepuasan pada diri konsumen bukan hanya karena kualitas produk, fasilitas dan juga komunikasi yang baik tetapi juga disebabkan oleh kenyamanan nasabah ketika bertransaksi dengan marketer.

Hasil survey yang dilakukan oleh majalah infobank bekerja sama dengan *Marketing Research Indonesia (MRI)* kategori penghargaan kepada bank-bank

yang dinilai berhasil dalam memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah. Hal ini terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1  
Hasil Survey The Best Bank “*Banking Service Excellence Awards 2020*”  
Oleh Marketing Research Indonesia (MRI)

Kategori BU	Kategori BUS	Kategori UUS	Kategori BPD
Commonwealth Bank	Bank Syariah Mandiri (BSM)	Permata Bank Syariah	Bank DKI
Permata Bank	Bank Central Asia (BCA) Syariah	Bank OCBC BISP	Bank Jatim
Bank Central Asia (BCA)	Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah	Bank Danamon Syariah	Bank Kalsel

Sumber: (Suheriadi, 2020)

Dari Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa untuk kategori Bank Umum Syariah yaitu Bank Mandiri Syariah (BSM) yang sekarang disebut Bank Syariah Indonesia, yang mendapatkan penghargaan sebagai bentuk apresiasi Infobank dan MRI kepada bank yang berhasil meningkatkan kualitas pelayanannya yaitu “Banking service Excellence Awards 2020”. Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha dan elemen penting dalam menentukan keberhasilan pada suatu perusahaan (Randi, Mery and Purbo, 2020).

Pada umumnya, kebanyakan nasabah Bank Mandiri Syariah (BSM) yang sekarang disebut Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Amuntai menitipkan dananya baik dalam bentuk tabungan maupun juga deposito. Dimana dalam hal ini para nasabah tersebut menginginkan kepuasan dari pihak bank, baik dalam bentuk pelayanan maupun fasilitas dan lain-lain.

Tentunya di era modern seperti ini, pihak bank diharuskan mampu menyediakan pelayanan maupun fasilitas yang dibutuhkan oleh nasabah. Namun

masih muncul pernyataan, apakah hal tersebut telah benar-benar dapat memberikan kepuasan bagi nasabah Bank Mandiri Syariah (BSM) yang sekarang disebut PT BSI Kantor Cabang Amuntai ataukah masih belum, tentunya dibutuhkan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan kebenarannya. Sehubungan dengan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH DIMENSI CARTER PADA KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BSI KANTOR CABANG AMUNTAI**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari Dimensi: *Compliance* (kepatuhan), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Emphaty* (empati), *Responsiveness* (ketanggapan) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BSI Kantor Cabang Amuntai?
2. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari *Compliance* (kepatuhan), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Emphaty* (peduli), *Responsiveness* (ketanggapan) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BSI Kantor Cabang Amuntai?
3. Indikator kualitas layanan manakah yang dominan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BSI kantor cabang Amuntai?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji kualitas pelayanan terdiri dari *Compliance* (kepatuhan), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Emphaty* (empati), *Responsiveness* (ketanggapan) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah Studi Pada PT. BSI Kantor Cabang Amuntai.
2. Untuk menguji kualitas pelayanan terdiri dari *Compliance* (kepatuhan), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Emphaty* (empati), *Responsiveness* (ketanggapan) secara Parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BSI Kantor Cabang Amuntai.
3. Untuk mengetahui indikator kualitas layanan yang dominan mempengaruhi terhadap kepuasan nasabah pada PT. BSI Kantor Cabang Amuntai.

### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dari penelitian ini mampu memberikan manfaat secara teoritis, yaitu: Menjadi masukan, tambahan informasi, serta tambahan pengetahuan bagi peneliti lain. Selain itu juga bermanfaat bagi khazanah ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan kontribusi bagi lembaga bersangkutan dalam rangka meningkatkan dalam rangka meningkatkan kinerja kualitas pelayanan dan menjadi evaluasi terhadap kinerja kualitas pelayanan pada PT. BSI Kantor

Cabang Amuntai yang diterapkan selama ini, sehingga bisa menjadi saran serta masukan perbaikan kinerja di masa depan.

### 3. Kegunaan Akademis

Dapat memberikan saran dan masukan untuk keperluan bagi adik-adik kelas bahkan orang-orang yang membaca tulisan ini mengenai kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah di perbankan syariah.

## **1.5 Batasan penelitian**

Berdasarkan responden pada penelitian ini terkait dimensi kualitas pelayanan yang disebut dengan CARTER sesuai dengan yang dilakukan AbdulQawi Othman dan Lynn (2001), meliputi:

1. Compliance (Kepatuhan)
2. Assurance (Jaminan)
3. Reliability (Keandalan)
4. Tangible (Bukti Fisik)
5. Emphaty (Kepedulian)
6. Responsiveness (Daya tanggap)

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORITIS**

#### **2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Sehingga menjadi acuan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Juniawan, (2014) dengan judul “*Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah pada bank Umum Syariah di Jakarta*”, Volume 3 Edisi 1 Januari sampai Juni 2014. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu independent (kualitas layanan syariah) dan variabel dependen (kepuasn pelanggan) untuk diukur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas dari *assurance*, *reliability*, *tangible* dan *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan aspek kepatuhan bank syariah terhadap kepuasan nasabah (syariah compliance).

Rohmati and Fanani, (2016) dengan judul “*Implementasi Kualitas Pelayanan CARTER Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan UJKS Koperasi Karyawan*”, penelitian ini berbentuk jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol 3 No 3 Maret 2016. Menggunakan enam indikator kualtas pelayanan, yakni, compliance, tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dalam penelitian ini menemukan bahwa berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini variable kualitas pelayanan dengan indikator Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empaty tidak berpengaruh secara simultan terhadap anggota koperasi. Indokator Responsiveness, Reliability berpengaruh secara Parsial terhadap anggota koperasi.

Hasan, (2006) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang*”, terdapat dalam jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 1 No 1 April 2006. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kinerja pelayanan terhadap aspek kepuasan nasabah, daya tanggap, jaminan dan kepatuhan pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang. Tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel reliability, tangible dan empathy.

Abu Amar Fauzi, (2016) dengan judul “*Mengukur Pengaruh Kualitas Layanan Model CARTER Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah Indonesia*”, terdapat dalam jurnal Business and Banking Vol 6 November 2016 sampai April 2017. Hasil survei menunjukkan bahwa kualitas layanan bank syariah memiliki hubungan penting dengan kepuasan nasabah. Aspek empati memiliki dampak paling kuat terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah. Di sisi lain kepatuhan merupakan aspek terlemah yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan bank syariah di Indonesia.

Muhammad Ali Ramdhani, Abdullah Ramdhani, Dinar Mariam Kurniati, (2011) dengan judul “*Pengaruh Kualitas Layanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah*”, terdapat dalam jurnal Basic and Applied Sciences tahun 2011. Yang hasilnya menunjukkan bahwa compliance kepatuhan terhadap aspek Syariah dalam menjalankan operasional bisnis memiliki pengaruh yang besar dalam mempengaruhi kepuasan nasabah bank syariah.

AbdulQawi Othman, Lynn Owen, (2001) dengan judul “*The Multi Dimensionality Of CARTER Model To Measure Costomer Service Quality (SQ) In*

*Islamic Banking Industry: A Study In Kuwait Finace House*”, terdapat dalam International Journal of Islamic Financial Services Vol 3 No 4 tahun 2001. Yang mana hasil menunjukkan bahwa penting bagi bank untuk menerapkan program kualitas layanan nasabah berbasis syariah dalam rangka meningkatkan cara pemberian layanan dan produk kepada nasabah oleh karena itu Othman menambahkan dimensi Compliance (kemampuan menerapkan prinsip syariah) untuk melengkapi dimensi layanan sebelumnya.

Ismah Osman, Husniati Ali, Anizah Zainuddin, Wan Edura Wan Rashid, Kamaruzaman Jusoff, (2009) dengan judul “*Costomers Satisfaction in MalaysianIslamic Banking*”, terdapat dalam International Journal of Ekonomic and Finance Vol 1 No 1 Februari 2009. Hasilnya menunjukkan bahwa Compliance yaitu kepatuhan terhadap aspek Syariah menjadi dimensi utama dalam mempengaruhi kepuasan nasabah bank syariah.

Fauz Moh’d Khamis, Rosemaliza AbRashid, (2018) dengan judul “*Service Quality and Customer’s Satisfaction In Tanzania’s Islamic Banks*”, terdapat dalam Journal of Islamic Marketing Vol 9 No 4 tahun 2018. Menunjukkan bahwa *empathy*, *compliance* dan *reliability* ditemukan signifikan terhadap kepuasan di bank syariah di Tanzania.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Dan Indikator Fokus Penelitian	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Ambardi Juniawan, "Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah pada Bank Umum Syariah di Jakarta".(2014).	Indeks Kualitas Layanan Islami (X) 6 indikator: <i>Tangible, Responsiveness, Reliability, Empty, Assurance, Sharia Complaine</i> Terhadap Kepuasan (Y)	Simple Random Sampling	Aspek kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank syariah adalah jaminan, keandalan, bukti fisik dan empati. Tidak ada pengaruh yang signifikan dari aspek kepatuhan (syariah compliance) terhadap kepuasan nasabah bank syariah	Adapun perbedaan penggunaan variabel dan pada objek terdahulu yaitu dibank syariah Jakarta
2.	Rahmati Dani, Fanani Sunan, "Implementasi Kualitas Pelayanan CARTER Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan UJKS Koperasi Karyawan".(2016)	Implementasi Kualitas Pelayanan CARTER (X) Terhadap Kepuasan UJKS Koperasi Karyawan (Y)	Explanotary Survey	Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini variable kualitas pelayanan dengan indikator <i>Tangible, Reliability, Responsiveness,</i>	Adapun perbedaan analisis ini menggunakan analisis path sedangkan sekarang analisis regresi berganda dan pada objek terdahulu

				<i>Assurance</i> dan <i>Empaty</i> tidak berpengaruh secara simultan terhadap anggota koperasi. Indikator <i>Responsiveness</i> , <i>Reliability</i> berpengaruh secara Parsial terhadap anggota koperasi	yaitu di UJKS Koperasi Karyawan
3.	Hasan, “ <i>Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang</i> ”.(2006)	Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah (X) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang (Y)	Conveniense sampling	Hasil penelitian menunjukkan bahwa skala kepuasan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia cabang Semarang berpengaruh signifikan terhadap <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , dan <i>compliance quality</i> . Tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel <i>reliability</i> ,	Adapun perbedaan analisis ini menggunakan analisis multivariat sedangkan sekarang analisis regresi berganda dan pada objek terdahulu di bank muamalat Indonesia cabang Semarang

				<i>tangible, empathy.</i>	
4.	Abu Amar Fauzi, "Mengukur Pengaruh Kualitas Layanan Model CARTER Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah Indonesia".(2016)	Mengukur Pengaruh Kualitas Layanan Model CARTER (X) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah Indonesia (Y)	Judgment Sampling dan Snowball Sampling	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bank syariah memiliki hubungan penting dengan kepuasan nasabah. Aspek empati memiliki dampak paling kuat terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Kepatuhan di sisi lain adalah aspek terlemah yang mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan bank syariah di Indonesia.	Adapun perbedaan analisis ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) sedangkan sekarang analisis regresi berganda
5.	Muhammad Ali Ramdhani, Abdullah Ramdhani, Dinar Mariam Kurniati, "Pengaruh Kualitas Layanan Islami Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Y)	Pengaruh Kualitas Layanan Islami (X) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Y)	Simple Random Sampling	Hasilnya menunjukkan bahwa <i>compliance</i> kepatuhan terhadap aspek Syariah dalam menjalankan operasional bisnis memiliki	Adapun perbedaan analisis ini menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) sedangkan

	<i>Nasabah Bank Syariah</i> ".(2011)			pengaruh yang besar dalam mempengaruhi kepuasan nasabah bank syariah	sekarang analisis regresi berganda
6.	AbdulQawi Othman, Lynn Owen, " <i>The Multi Dimensionality Of CARTER Model To Measure Costomer Service Quality (SQ) In Islamic Banking Industry: A Study In Kuwait Finace House</i> ". (2001)	Multidimensionality of the CARTER Model for Measuring Low-Cost Quality of Service (QS) in the Islamic Banking Sector: A Study on Kuwaiti Financial Institutions	Systematic Random Sampling	Penting bagi bank untuk menerapkan program kualitas layanan nasabah berbasis syariah dalam rangka meningkatkan cara pemberian layanan dan produk kepada nasabah oleh karena itu Othman menambahkan dimensi <i>Compliance</i> (kemampuan menerapkan prinsip syariah) untuk melengkapi dimensi layanan sebelumnya	Adapun perbedaan pada objek terdahulu yaitu dibank syariah Kuwait Finance House
7.	Ismah Osman, Husniati Ali, Anizah Zainuddin, Wan Edura Wan Rashid, Kamaruzaman Jusoff, " <i>Costomers</i>	Costomers satisfaction with Islamic banking in Malaysia	Penelitian Survei	Hasilnya menunjukkan bahwa <i>Compliance</i> yaitu kepatuhan terhadap aspek Syariah menjadi	Adapun perbedaan pada objek terdahulu yaitu dibank syariah Malaysia

	<i>Satisfaction in Malaysian Islamic Banking</i> ".(2009)			dimensi utama dalam mempengaruhi kepuasan nasabah bank syariah	
8.	Fauz Moh'd Khamis, Rosemaliza AbRashid, " <i>Service Quality and Customer's Satisfaction In Tanzania's Islamic Banks</i> ".(2018)	Service Quality and Customer's Satisfaction In Tanzania's Islamic Banks	Regresi	Hasilnya menunjukkan bahwa <i>empathy, compliance</i> dan <i>reliability</i> ditemukan signifikan terhadap kepuasan di bank syariah di tanzania	Adapun perbedaan analisis ini menggunakan analisis regresi sederhana sedangkan sekarang analisis regresi berganda dan pada objek terdahulu di bank syariah Tanzania

Sumber: Olahan Penulis 2021

## 2.2 Kajian Teoritis

### 2.2.1 Kualitas Pelayanan Islami

#### a. Pengertian Kualitas Pelayanan Islami

Menurut Zeithaml, Berry and Parasuraman, (1996) mendefinisikan *Quality Of Service* sebagai suatu sikap yang berhubungan dengan kepuasan, tetapi tidak sama yang dihasilkan dari perbandingan ekspektasi kinerja.

Menurut Aldila and Ibdalsyah, (2018) pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya, pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan

dengan etika yang baik sehingga memberikan kepuasan bagi yang menerimanya.

Menurut Reni and Asmawati, (2018) Islam mengajarkan untuk mencapai hasil usaha yang baik berupa barang dan jasa, harus memberikan kualitas dan tidak menjelekkkan atau merendahkan Islam lainnya.

Dari ketiga definisi sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah seperangkat karakteristik dan karakteristik produk atau layanan yang tergantung pada kemampuannya untuk menyesuaikan dengan nilai-nilai Islam.

#### **b. Indikator Kualitas Pelayanan Islami**

Menurut Zeithaml, Berry and Parasuraman, (1996) indikator kualitas pelayanan adalah bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan peduli (*empathy*). Sementara itu Othman and Owen, (2001) menambahkan indikator tambahan yang disebut Sharia Compliance. Hal ini disebabkan perbedaan budaya, wilayah, agama dan pelayanan masyarakat.

Othman dan Owen mengatakan perusahaan layanan harus menyadari pentingnya kualitas layanan. Karena konsep bekerja dalam Islam dianggap sebagai salah satu jenis ibadah. Nabi SAW bersabda: “*Dari Aisyah ra, bersabda Rasulullah Saw: Allah ‘azza wa jalla menyukai jika salah seorang di antara kalian melakukan suatu amal (pekerjaan) secara itqan (memberikan hasil terbaik).*” Menurut Juniawan, (2014) umat Islam harus memastikan

bahwa apa pun yang mereka lakukan tidak merugikan orang lain dan mereka puas.

Dalam penelitian ini, perusahaan layanan syariah menambahkan langkah-langkah kepatuhan syariah menjadi enam. Menurut survei Othman and Owen, (2001) enam indikator ini disebut “kualitas layanan syariah”, yakni bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), peduli (*empathy*) dan kepatuhan syariah (*compliance*). Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penulis mempertahankan enam indikator “kualitas layanan syariah” yang disebut CARTER:

1) *Compliance* (Kepatuhan)

*Compliance* (Kepatuhan) adalah kemampuan untuk memenuhi hukum islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam (Othman and Owen, 2001). Sedangkan menurut (Suswati, Adillah and Purwoko, 2019) makna kepatuhan Syariah secara operasional adalah kesesuaian produk yang dipasarkan berdasarkan landasan Fatwa Dewan Syari’ah Nasional, seluruh pegawai memahami dan menjalankan sesuai syariat Islam.

Dari beberapa definisi dijelaskan bahwa kepatuhan syariah (*compliance*) merupakan penerapan nilai-nilai Syariah di lembaga keuangan syariah yang menjadikan fatwa DSN-MUI dan peraturan-peraturan Islam sebagai alat ukur pemenuhan prinsip syariah, baik dalam produk, transaksi, dan operasional di perbankan Syariah. Bank syariah tidak boleh menyimpang dari ajaran Islam

dalam menjalankan tugasnya, tetapi harus membantu mereka menghasilkan keuntungan. Sebagaimana firman Allah dalam QS. An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ

تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿النساء : ٢٩﴾

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.” (QS. An-Nisa ayat 29).*

## 2) Assurance (Jaminan)

*Assurance* (Jaminan) adalah sifat ramah dan santun yang menunjukkan pengetahuan, perilaku, dan sifat kredibel karyawan meyelesaikan keluhan anggota, serta memberikan pelayanan sepenuh hati dalam menangani keluhan anggota atau retensi produk dengan harga promosi (Suswati, Adillah and Purwoko, 2019). Dalam Islam, pemberian pelayanan harus bersikap lemah lembut, hal tersebut dijelaskan dalam Al-Qur’an surat Al-Imran ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ

حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ

عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿آل عمران : ١٥٩﴾

*Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingnya. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawatlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (QS. Ali-Imran ayat 159).*

Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap sopan santun dan lemah-lembut maka akan menimbulkan hal yang positif bagi nasabah terhadap perbankan syariah. *Assurance* akan menimbulkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari risiko atau bahaya, sehingga membuat anggota merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap perbankan Syariah.

### 3) *Reliability* (Keandalan)

*Reliability* (Keandalan) adalah kemampuan untuk meningkatkan layanan secara tepat waktu dan memuaskan, memberikan kenyamanan transaksi yang bebas dari kesalahan, sikap karyawan yang empati dan pelayanan yang adil (Suswati, Adillah and Purwoko, 2019). Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS.An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْفُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿النحل : ٩١﴾

“Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang amu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.” (QS. An-Nahl ayat 91).

Pelayanan akan dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah disepakati tercapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap perbankan syariah.

### 4) *Tangible* (Bukti Fisik)

*Tangible* (Bukti Fisik) adalah kemampuan dalam penampilan fasilitas fisik, kondisi gedung yang bersih, nyaman, aman dan tempat parkir yang

aman, serta menjaga penampilan dan keterampilan pegawai (Othman and Owen, 2001). Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS Al-A'raf ayat 26:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِكُمْ وَرِيشًا ۖ وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ۚ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ ﴿٢٦﴾

*“Hai anak Adam, Sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaianmu indah unuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang palingbaik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat.” (QS. Al-A'raf ayat 26).*

Ketidak mampuan perusahaan menampilkan bukti fisik dengan baik akan melemahkan citra serta dapat menciptakan persepsi negatif pada pelanggan. Oleh karena itu, perbankan syariah harus memberikan pelayanan yang baik terutama bukti fisik seperti halnya bangunan yang bersih dan perangkat pendukung operasional agar anggota dapat merasa nyaman dan percaya terhadap bank tersebut.

##### 5) *Emphaty* (Kepedulian)

*Emphaty* (Kepedulian) adalah memberikan perhatian yang tulus dan berupaya memahami keinginan konsumen sehingga mampu memberikan kenyamanan dengan penuh perhatian kepada pelanggan (Suswati, Adillah and Purwoko, 2019). Allah SWT menyuruhkan manusia untuk selalu berlaku adil dan berbuat baik kepada orang lain. Sebagimana firman Allah SWT dalam QS An-Nahl ayat 90:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِي ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴿٩٠﴾

*“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebaikan, memberi kepada aum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran” (QS. An-Nahl ayat 90).*

Sikap empati pegawai ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan nasabah, melayani transaksi dengan senang hati, membantu nasabah ketika layanan sulit ditangani saat mengakses layanan, kesediaan untuk melayani akan meningkatkan kesadaran sikap positif terhadap bank itu sendiri.

#### 6) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

*Responsiveness* (Ketanggapan) adalah suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas (Suswati, Adillah and Purwoko, 2019).

Islam menganjurkan untuk bekerja dengan cepat dan bertanggung jawab agar tidak menyalahgunakan amanat yang ditanggungnya. Sebagaimana firman Allah QS.Al-Isra ayat 34:

﴿ ٣٤ ﴾ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

*“dan penuhilah janji; sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawabannya” (QS.Al-Isra’ :34)*

Daya tanggap adalah bagian dari profesionalitas. Bank syariah professional selalu berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, dan serius dalam memberikan pelayanan.

## 2.2.2 Kepuasan

### a. Pengertian Kepuasan

Satisfaction atau kepuasan dari kata latin “satis” (yang berarti cukup baik) dan “facto” (melaksanakan atau mewujudkan) dengan demikian kepuasan didefinisikan sebagai pemenuhan sesuatu yang sesuai. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kepuasan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang (Reni and Asmawati, 2018). Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Mustofa and Siyamto, 2017). Menurut pendapat Astuti, Wilasari and Utami, (2012) menyatakan bahwa konsumen atau nasabah akan memiliki persepsi positif apabila penyedia jasa memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan konsumen.

Pelanggan adalah orang yang paling penting dalam dunia usaha, kita (para pengusaha, perusahaan) bergantung pada pelanggan, karena pelanggan merupakan tujuan bekerja, dengan cara melayani pelanggan dengan baik, karena pelanggan bagaikan seorang raja yang harus dilayani. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan (Syamsi, 2008).

Menurut Tjiptono, (2008) *dalam* Imansyah *et al*, (2017) dimensi kepuasan adalah:

1. Kesesuaian harapan adalah kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan pelanggan dengan kinerja yang dirasakan pelanggan meliputi:
  - a) Produk yang diperoleh lebih baik dari yang diharapkan.
  - b) Pelayanan yang diterima karyawan memenuhi atau melebihi harapan.
  - c) Layanan yang diperoleh lebih tinggi dari yang diharapkan.
2. Hasrat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait:
  - a) Tertarik dengan retur karena pelayanan yang diberikan karyawan memuaskan.
  - b) Tertarik berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang didapatkan karyawan memuaskan.
  - c) Tertarik untuk mengunjungi kembali karena fasilitas yang disediakan.
3. Kesediaan untuk memberi saran adalah kesediaan pelanggan untuk memberikan suatu produk yang dirasakan oleh teman dan keluarga, meliputi:
  - a) Merekomendasikan kepada teman dan keluarga untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
  - b) Merekomendasikan kepada teman atau kerabat pembelian produk yang diberikan karena fasilitas penunjang yang diberikan cukup.

- c) Merekomendasikan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang diperoleh dari mengkonsumsi produk jasa tersebut.

Kepuasan pelanggan dapat tercapai dengan memberikan pelayanan yang berkualitas, yang baik, sopan dan ramah, karena pelanggan merupakan penentu kesuksesan sebuah perusahaan dan para karyawannya (Haris and Lasika, 2019). Oleh karena itu, karyawan harus memiliki etika pelayanan pelanggan yang baik agar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Etika pelanggan yang baik meliputi:

- a. Berperilaku sopan santu dan empati adalah kunci untuk menyediakan layanan pelanggan. Perilaku yang baik adalah sifat yang ada pada manusia. Sifat yang dicintai Allah.
- b. Melayani pelanggan dan melayani mereka dengan kerendahan hati adalah sikap utama karyawan. Dalam Islam, kesopanan adalah salah satu sifat baik dari rendah hati, sopan, ramah dan selalu diperintahkan untuk membawa senyum kepada pelanggan.
- c. Jujur dan Amanah Rasulullah SAW dikenal sebagai pedagang atau wirausahawan yang kaya raya dan sukses serta selalu dikenal dengan perilaku jujurnya. Kejujuran adalah modal penting untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan dan kunci bisnis untuk memahami kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan (Khaliq, 2019).

## b. Indikator Kepuasan Nasabah

Kepuasan Islam digambarkan sebagai kepuasan pelanggan dengan mempersepsikan pelayanan yang baik. Al-Qur'an telah memerintahkan bahwa ketika umat Islam berbicara kepada orang lain, mereka harus dengan lemah lembut. Allah Swt berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 83:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ  
وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنْتُمْ  
مُعْرِضُونَ

Artinya: “Dan (ingatlah), Ketika kami mengambil janji dari bani Israil (yaitu): Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikan zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling” (QS. Al-Baqarah: 83)

Menurut (Maulana, 2016) perusahaan perlu mempertimbangkan beberapa indikator untuk menentukan kepuasan:

1. Kualitas produk, dengan kata lain jika produk yang digunakan berkualitas tinggi, sehingga mereka akan merasa senang.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu anggota akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu anggota merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi.
4. Harga, yaitu produk dan kualitas yang sama dan harga yang relative rendah, memberikan nilai yang lebih besar kepada anggota.

5. Biaya, yaitu anggota cenderung puas dengan produk dan layanan tanpa harus mengeluarkan biaya tambahan atau menghabiskan waktu untuk mendapatkan produk dan layanan.

Menurut (Krisdianti, 2019) kepuasan konsumen adalah keandalan yang diperhatikan oleh konsumen Ketika mereka telah menggunakan jasa kemudian menyadari bahwa kebetuan dan keinginannya telah sesuai dengan yang diharapkan serta telah terpenuhi secara baik. Faktor kepuasan yang utama adalah persepsi terhadap pelayanan oleh pelanggan, seperti pelayanan yang diberikan, struktur harga, pelayanan tambahan, dan kenyamanan prosedur.

Menurut (Sofyan, Pradhanawati and Nugraha, 2013) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Faktor utama kepuasan adalah kepercayaan yang berkelanjutan pada produk lama dan baru, kesetiaan pada akuisisi, berbicara tentang keunggulan perusahaan, merekomendasikan produk kepada orang lain, memberikan sedikit perhatian pada merek pesaing, pelanggan puas dengan pengurangan biaya layanan.

### **2.3 Pengaruh Antar Variabel**

1. Pengaruh dimensi *Compliance* (kepatuhan) dengan kepuasan nasabah

*Compliance* (kepatuhan) yaitu kemampuan untuk mematuhi hukum Islam yang berdasarkan prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam (Othman and Owen, 2001). Menghormati prinsip-prinsip Islam termasuk produk dan layanan.

Hubungan *compliance* (kepatuhan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin banyak kepatuhan diterapkan, semakin besar dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Menurut survei (Ramdhani, Ramdhani and Kurniati, 2011), (Othman and Owen, 2001), menemukan bahwa variabel kepatuhan adalah kepuasan terhadap pelanggan dan memberikan dampak positif.

2. Hubungan *Assurance* (jaminan) dengan kepuasan nasabah

*Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan untuk memberikan pengetahuan dan disiplin serta kepercayaan diri (Othman and Owen, 2001).

Hubungan *assurance* (jaminan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik implementasi, semakin besar dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Menurut survei (Juniawan, 2014), menunjukkan bahwa variabel *assurance* (jaminan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh dimensi *Reliability* (keandalan) dengan kepuasan nasabah

*Reliability* (keandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal (Othman and Owen, 2001).

Hubungan *reliability* (keandalan) memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik penerapan *reliability* (keandalan), semakin besar dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Menurut survei yang dilakukan oleh (Khamis and AbRashid, 2018) variabel *reliability* (keandalan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh dimensi *Tangible* (bukti fisik) dengan kepuasan nasabah

*Tangible* (bukti fisik) adalah aspek fasilitas, peralatan, personel dan bahan komunikasi (Othman and Owen, 2001).

Hubungan *tangible* (bukti fisik) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik penerapan *tangible* (bukti fisik), semakin besar dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Menurut survei (Rohmati and Fanani, 2016) membuktikan bahwa variabel *tangible* (bukti fisik) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh dimensi *Emphaty* (kepedulian) dengan kepuasan nasabah

*Emphaty* (kepedulian) adalah kemampuan untuk mengarahkan perhatian yang tulus kepada pelanggan (Othman and Owen, 2001).

Hubungan *emphaty* (kepedulian) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin besar penerapan *emphaty* (kepedulian), semakin besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Menurut survei yang dilakukan Abu Amar Fauzi, *et al* (2016), menunjukkan bahwa variabel *emphaty* (kepedulian) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

6. Pengaruh dimensi *Responsiveness* (daya tanggap) dengan kepuasan nasabah

*Responsiveness* (daya tanggap) adalah kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat (Othman and Owen, 2001).

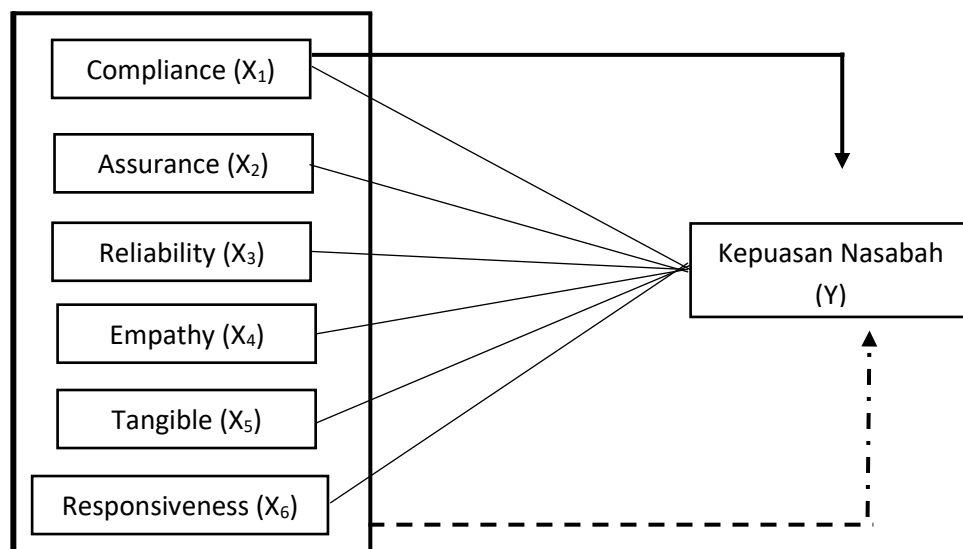
Hubungan *responsiveness* (daya tanggap) berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin besar penerapan *responsiveness* (daya tanggap), semakin besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang

dilakukan oleh (Hasan, 2006) menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

## 2.4 Kerangka Konseptual

Kajian ini merupakan kerangka konseptual yang dapat digunakan sebagai dasar pengumpulan data di lapangan. Sehingga dapat dilihat variabel mana yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) atau yang dimaksud Bank Syariah Mandiri (BSM), untuk mengembangkan kerangka konseptual berdasarkan penalaran penelitian sebelumnya, seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran Konseptual**



Sumber: Olahan Penulis 2021

Keterangan:

-----> Simultan

————— Parsial

—————> Dominan

## 2.5 Hipotesis

Hipotesis adalah tanggapan sementara terhadap rumusan masalah. Hipotesis harus dibuktikan karena masih bersifat spekulasi (Sugiyono, 2013). Adapun hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini *Quality Of Service* (X) dengan beberapa variabel yaitu *Compliance* (X<sub>1</sub>), *Assurance* (X<sub>2</sub>), *Reliability* (X<sub>3</sub>), *Tangible* (X<sub>4</sub>), *Empathy* (X<sub>5</sub>), *Responsiveness* (X<sub>6</sub>). Dimana keenam variabel Kualitas Pelayanan (X) diukur berdasarkan dampaknya terhadap Kepuasan Nasabah (Y) yaitu:

**H1: Kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel: *Compliance* (kepatuhan), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Empathy* (empati), *Responsiveness* (ketanggapan) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada PT. BSI Kantor Cabang Amuntai.**

**H2: Kualitas pelayanan yang terdiri dari *Compliance* (kepatuhan), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Empathy* (peduli), *Responsiveness* (ketanggapan) secara Parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BSI Kantor Cabang Amuntai.**

**H3: Indikator *Compliance* (kepatuhan menerapkan prinsip syariah) pada variabel kualitas pelayanan berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BSI Kantor Cabang Amuntai. Hasil penelitian sesuai dengan yang dilakukan AbdulQawi Othman dan Lynn (2001).**

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut (Arikunto, 2010) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menganalisis menggunakan angka, pengumpulan data, penafsiran terhadap data, dan penampilan dari hasil pengolahan data. Dalam penelitian kuantitatif peneliti harus paham akan kesimpulan dari hasil pengolahan data yang disertai tabel, grafik bagan dan gambar. Metode penelitian kuantitatif juga digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel lain. Maka penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dilakukan penelitian dan pengumpulan data yang diperlakukan terkait dengan masalah penelitian. Dalam studi ini peneliti melakukan survei pada sektor perbankan syariah kota Amuntai yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) atau yang disebut Bank Mandiri Syariah (BSM) Jl. Abdul Aziz No. 120, Antasari, Amuntai Tengah, Daerah Hulu Sungai Utara, Kalimantan Selatan 71417.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah nilai dari hasil pengukuran atau perhitungan semua anggota atau kelompok yang terkait dengan karakteristik tertentu yang telah diidentifikasi oleh seorang peneliti untuk diselidiki dan kemudian ditarik kesimpulannya (Hasan,

2001). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) atau yang dimaksud Bank Mandiri Syariah (BSM).

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian (Syahrums and Salim, 2007). Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* yaitu pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini infinit (tidak terbatas) karena tidak tersedianya database jumlah populasi penelitian (Kojo, Kindangen and Uhing, 2019).

Dalam melakukan sampel *non probabilitas*, dimana dalam penelitian menggunakan *accidental sampling* (sampling isidental), yaitu sampel ditentukan dengan cara teknik kebetulan, dimana siapa saja nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) atau yang dimaksud Bank Mandiri Syariah (BSM) Kota Amuntai, yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel data.

Jumlah sampel yang diambil sebanyak 98 responden, kuesioner akan dibagikan di lokasi Bank Syariah Mandiri (BSM) atau yang sekarang Bank Syariah Indonesia (BSI). Untuk mengetahui jumlah sampel penelitian regresi dapat menggunakan rumus  $50+8n$ , dimana  $n$  adalah jumlah variabel (Lauw, 2013). Dalam penelitian terdapat 6 variabel, maka perhitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel} &= 50+8(n) \\ &= 50+8(6) \\ &= 98 \text{ responden} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, sampel minimal yang digunakan 98 responden sedangkan responden yang saya gunakan dalam penelitian ini ada 120 responden.

### **3.4 Data dan Jenis Data**

#### **3.4.1 Data Primer**

Data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama (Kurniawan and Puspitaningtyas, 2016). Data ini diperoleh dari pengamatan langsung dengan penyebaran angket kepada bagian yang terpaut. Dalam survei ini, sumber data utama berasal dari nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) atau yang dimaksud Bank Mandiri Syariah (BSM) Kantor Cabang kota Amuntai.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dengan kuesioner yaitu pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013). Peneliti menyebarkan daftar pertanyaan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) atau yang dimaksud Bank Mandiri Syariah (BSM) Kantor Cabang Kota Amuntai yang menjadi responden dalam penelitian ini, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai menyusun item-item pertanyaan. Setiap item pada perangkat yang menggunakan skor skala likert dari positif ke negatif. Skala likert dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 3.1**  
**Alternatif Jawaban Kuesioner**

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4

Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Olahan Penulis 2021

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut (Arikunto, 2010) variabel adalah objek penelitian atau titik perhatian suatu penelitian. Variabel yang ada dalam penelitian ini terdiri dari enam variabel independent dan satu variabel dependen.

#### 3.6.1 Variabel Bebas (Independen)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi penyebab perubahan atau terjadinya variabel dependen (Sugiyono, 2013). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Compliance* (X1), *Assurance* (X2), *Reliability* (X3), *Tangible* (X4), *Empathy* (X5), *Responsiveness* (X6).

#### 3.6.2 Variabel Terikat (Dependen)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat yang ditimbulkan oleh variabel bebas (Sugiyono, 2013). Variabel terikat dalam survei ini adalah tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) atau yang dimaksud Bank Mandiri Syariah (BSM) Kantor Cabang Kota Amuntai (Y).

**Tabel 3.2**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber
Kualitas Pelayanan Islami CARTER (X)	<i>Compliance</i> (Kepatuhan.X <sub>1</sub> )	Produk dan layanan berdasarkan prinsip syariah	Othman dan Owen (2001), Astuti <i>et al.</i> , (2009), Juniawan (2014)
	Assurance (Jaminan.X <sub>2</sub> )	Etika	Pasuraman, <i>et al.</i> , (1996), Astuti, <i>et al.</i> , (2009)
		Kepercayaan kepada nasabah	
		Sesuai jaminan yang diberikan	
		Jaminan uang kembali	
		Rekomendasi yang tempat jaminan	
		Kemampuan menyediakan layanan yang ramah	
	<i>Reliability</i> (Kehandalan.X <sub>3</sub> )	Tepat Waktu	Pasuraman, <i>et al.</i> , (1996), Astuti, <i>et al.</i> , (2009)
		Memberikan Layanan	
		Menjanjikan	
		Dapat Diandalkan	
	<i>Tangible</i> (Bukti Fisik.X <sub>4</sub> )	Sikap Tanggap	Pasuraman, <i>et al.</i> , (1996), Astuti, <i>et al.</i> , (2009)
		Kantor	
		Fasilitas	
		Kebersihan kerapian	
	<i>Empathy</i> (Empati.X <sub>5</sub> )	Perhatian	Pasuraman, <i>et al.</i> , (1996), Astuti, <i>et al.</i> , (2009)
		Kepedulian	
		Pelayanan yang tulus	
		Meminta maaf atas kesalahan layanan	
	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan.X <sub>6</sub> )	Memberikan layanan bantuan	Pasuraman, <i>et al.</i> , (1996),
Tidak ada pengabaian			

		permintaan pelanggan	Astuti, <i>et al.</i> , (2009)
		Ketepatan	
		Adanya peberitahuan	
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan Nasabah	Terpenuhinya sistem syariah	Menurut Krisdianti (2019), Kotler and Keller (2008) <i>dalam</i> sofyan, <i>et al</i> (2013).
		Terpenuhinya harapan anggota	
		Kepuasan terhadap fasilitas	
		Kepuasan terhadap layanan	

Sumber: Olahan Penulis 2021

### 3.7 Analisis Data

Analisis data adalah proses menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan bahan-bahan lain sehingga dapat dengan mudah difahami dan hasil penelitian diinformasikan ke pada orang lain. Metode analisis yang diunaka adalah statistik inferensial. (Sugiyono, 2013) Statistik inferensial merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya digeneralisasikan untuk populasi pada sampel yang diambil. Alasan penggunaan metode tersebut disebabkan penelitian ini ingin menguji pengaruh enam variabel independent yaitu *Compliance* ( $X_1$ ), *Assurance* ( $X_2$ ), *Reliability* ( $X_3$ ), *Tangible* ( $X_4$ ), *Empathy* ( $X_5$ ), *Responsiveness* ( $X_6$ ) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji multikolonearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokolerasi, analisis regresi linear berganda, koefisien determinan ( $R^2$ ), uji Parsial da uji simultan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 responden. Aplikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS versi 25.

### 3.7.1 Uji Kualitas Data

#### A. Uji Validitas

Menurut Kurniawan and Puspitaningtyas, (2016), uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui keabsahan, ketepatan atau kecermatan suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Jadi suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Kriteria penilaian uji validitas dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05 jika  $r$  hitung  $>$   $r$  table, maka kuesioner sebagai alat pengukur dikatakan valid atau ada korelasi yang nyata antara kedua variable tersebut.

#### B. Uji Reliabilitas

Menurut Kurniawan and Puspitaningtyas, (2016) uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui kehandalan (tingkat kepercayaan) suatu item yang pertanyaan dalam mengukur variable yang diteliti. Jadi suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variable bisa dikatakan jika nilai *Cronbach Alpha*  $>$ 0,06 sehingga data tersebut bisa dikatakan reliable untuk pengukuran dan meneliti selanjutnya.

### 3.7.2 Uji Asumsi Klasik

#### A. Uji Normalitas

Menurut uji normalitas bertujuan untuk menguji sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam uji t dan f mengasumsi bahwa nilai residual mengikuti distribusi norma. Asumsi ini perlu dilakukan agar uji statistik menjadi valid. Uji normalitas dilakukan menggunakan uji nonparametrik

*Kolmogrov – Sminov* (K-S) data dinyatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikansi *Kolmogrov – Sminov*  $> 0.05$ .

#### B. Uji Multikolinearitas

Menurut Echo Perdana, (2016), uji multikolinearitas merupakan alat uji model regresi untuk menemukan adanya kolinearitas antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolinearitas diantara variabel independent. Pada penelitian ini, pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan VIF (Variance Inflation Factor) antar variabel independent yang dilihat pada matriks kolinearitas. Jika nilai VIF  $< 10,00$  maka tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji, sebaliknya jika nilai VIF  $> 10,00$  maka terjadi multikolinearitas terhadap data yang di uji.

#### C. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Echo Perdana, (2016), uji heteroskedastisitas merupakan uji heteroskedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidak samaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika probabilitasnya signifikan diatas tingkat kepercayaan 5% dapat disimpulkan model regresi tidak mengarah adanya heteroskedastisitas.

#### D. Uji Autokorelasi

Menurut (Echo Perdana, 2016) uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada kolinearitas antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi kolinearitas, maka dinamakan autokorelasi. Untuk mendeteksi gejala autokorelasi dapat

menggunakan uji Durbin Watson (D-W). penentu keputusan ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat dari ketentuan berikut:

1. Bila nilai D-W terletak dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
2. Bila nilai D-W terletak diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
3. Bila nilai D-W terletak diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

### 3.7.3 Analisis Regresi Berganda

(Hasan, 2001) analisis regresi linear berganda merupakan hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independent dengan satu variabel dependen. Persamaannya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Y : Kepuasan Nasabah

$\alpha$  : Nilai Konstanta

$\beta_1 - \beta_6$  : Koefisien korelasi ganda

$X_1$  : *Compliance*

$X_2$  : *Assurance*

$X_3$  : *Responsibility*

$X_4$  : *Tangible*

$X_5$  : *Empathy*

$X_6$  : *Responsiveness*

e : Standar *error*

### 3.7.4 Uji Hipotesis

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

Koefisien determinan ( $R^2$ ) yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinan adalah antara nol dan satu.

#### B. Uji Parsial

Uji Parsial (Uji t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelasan atau independen dalam menerangkan variabel dependen (Rochmat Aldy, 2016). Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dimensi *CARTER* yang terdiri dari *Copliance* (kepatuhan), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Emphaty* (peduli), *Responsiveness* (ketanggapan) secara Parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna Bank Syariah Indonesia (BSI) atau yang dimaksud Bank Mandiri Syariah (BSM) Kantor Cabang Kota Amuntai.

- a. Jika sig (p-value)  $> \alpha$  (0,05) artinya variabel tingkat kualitas pelayanan *CARTER* yang terdiri dari *Copliance* (kepatuhan), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Emphaty* (peduli), *Responsiveness* (ketanggapan) secara Parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan naabah.
- b. Jika sig (p-value)  $< \alpha$  (0,05) artinya variabel tingkat kualitas pelayanan dimensi *CARTER* yang terdiri dari *Copliance* (kepatuhan), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Emphaty* (peduli),

*Responsiveness* (ketanggapan) secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

### C. Uji Simultan

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independent (X) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y) secara simultan (Rochmat Aldy, 2016). Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel tingkat kualitas pelayanan dimensi *CARTER* yang terdiri dari variabel: *Compliance* (kepatuhan), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Emphaty* (empati), *Responsiveness* (ketanggapan) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) atau yang dimaksud Bank Mandiri Syariah (BSM) Kantor Cabang Kota Amuntai.

- a. Jika  $\text{sig (p-value)} > \alpha (0,05)$  artinya variabel tingkat kualitas pelayanan dimensi *CARTER* yang terdiri dari variabel: *Compliance* (kepatuhan), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Emphaty* (empati), *Responsiveness* (ketanggapan) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.
- b. Jika  $\text{sig (p-value)} < \alpha (0,05)$  artinya variabel tingkat kualitas pelayanan dimensi *CARTER* yang terdiri dari variabel: *Compliance* (kepatuhan), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Emphaty* (empati), *Responsiveness* (ketanggapan) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

#### **D. Uji Dominan**

Untuk mengetahui variabel mana yang dominan diantara variabel bebas yang terdiri dari dimensi *Compliance* (kepatuhan), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Emphaty* (empati), *Responsiveness* (ketanggapan) serta variabel terikat kepuasan nasabah, maka dilakukan dengan melihat koefisien regresi yang distandarkan ( $\beta$ ) standardized of coefficient beta dari masing-masing variabel bebas yang signifikan. Variabel yang memiliki koefisien beta terbesar merupakan variabel bebas (X) yang dominan terhadap variabel terikat (Y).

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

###### **A. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia**

Krisis moneter dan ekonomi sejak Juli 1999, yang disusul dengan krisis politik nasional telah membawa dampak besar dalam perekonomian nasional. Krisis politik nasional tersebut telah mengakibatkan perbankan di Indonesia yang didominasi bank-bank konvensional mengalami kesulitan yang sangat parah, saat itulah berkembang pemikiran mengenai suatu konsep yang dapat menyelamatkan perekonomian dari ancaman krisis yang berkepanjangan.

Untuk keluar dari krisis tersebut maka pemerintah melakukan merger terhadap 4 bank pemerintah, yaitu Bank Bumi Daya (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Ekspor Impor Indonesia (BEII) dan Bapindo menjadi satu bank yang kokoh dengan nama PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) sebagai pemilik mayoritas PT. Bank Susila Bakti (BSB) yang merupakan salah satu bank konvensional yang dimiliki Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP), PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi.

Pada tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia (BI) melalui surat memberikan izin perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi usaha berdasarkan prinsip syariah kepada PT. Bank Susila Bakti (BSB) dan menyetujui PT. Bank Susila Bakti

(BSB) menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. BSM mulai beroperasi pada Senin tanggal 25 Rajab 1420 H/ 1 November 1999. Pada tahun 2003 PT. Bank Syariah Mandiri memperoleh predikat sebagai bank syariah terbaik, untuk itu banyak masyarakat berminat menggunakan produk dan jasa BSM, hal ini dilihat banyaknya kantor cabang Bank Syariah Mandiri. Salah satunya didirikan Bank Syariah Mandiri Amuntai yang kemudian sekarang ini menjadi PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Amuntai hasil merger dari 3 bank.

Perkembangan Bank Syariah Indonesia yang meruakan merger antara 3 bank besar di Indonesia yaitu PT Bank Syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, dan PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi intensitas baru yang diberi nama Bank Syariah Indonesia atau BSI. Dengan adanya dukungan pemerintah terhadap dunia perbankan, dari hal itu diharapkan dapat memacu laju perekonomian dan mendukung iklim bisnis dan perindustrian. Setelah melakukan merger, Bank Syariah Indonesia akan jadi bank syariah terbesar di Indonesia dengan total asset Rp. 239, 56 triliun, lebih dari 1.000 kantor cabang, 20.000 karyawan dan menjadi bank dengan peringkat 7 berdasarkan total asset yang dimiliki.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan meyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN. Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.

## **B. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia**

### **a. Visi**

Menjadi Top Bank Syariah Global // Berdasarkan Kapitalisasi Pasar

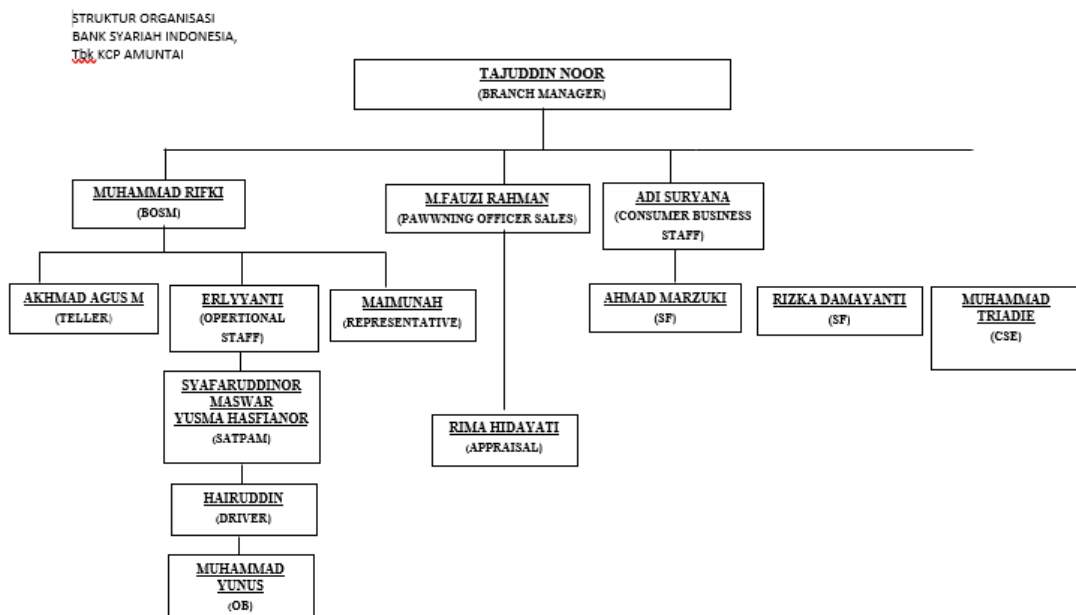
Dalam Waktu 5 Tahun

### **b. Misi**

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik // bagi pemegang saham
3. Menjadi perusahaan pilihan kebanggaan // para talenta terbaik Indonesia

C. **Struktur Organisasi dan Sistem Operasional PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Amuntai**

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi BSI KCP Amuntai**



Sumber: Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai (Mei, 2021)

**a. Pemimpin Cabang Pembantu**

Pemimpin Cabang Pembantu memiliki tugas sebagai berikut:

- 1) Melakukan pertanggung jawaban operasional dan financial kantor cabang pembantu.
- 2) Melaksanakan misi kantor cabang pembantu secara keseluruhan.
- 3) Mengelola pelaksanaan sistem dan prosedur.
- 4) Merencanakan, mengembangkan, melaksanakan, meneglola layanan unggul.
- 5) Mempertanggung jawabkan pelaksanaan tugas, fungsi serta kegiatan pegawai dikantor cabang pembantu.

**b. *Branch Operation Supervisor***

*Branch Operation Supervisor* memiliki tugas sebagai berikut:

- 1) Bertanggung jawab secara langsung kepada *Operation Manager* terhadap hasil kinerja dan aktivitas kinerja dan aktivitas operasional serta pelayanan nasabah;
- 2) Membantu *Operation Manager* dalam fungsi tunai/teller, pelayanan nasabah dan operasional lainnya; dan
- 3) Mengkoordinir pelaksanaan transaksi layanan *front liner* sehingga kebutuhan nasabah dapat terpenuhi dan tidak ada transaksi yang tertunda penyelesaiannya

**c. *Funding Officer***

Tugas, wewenang dan tanggung jawab *funding Officer* adalah sebagai berikut:

- 1) Menawarkan dan menjual produk kepada nasabah yang ada dengan sebaik-baiknya.
- 2) Bertanggung jawab secara langsung kepada usaha terhadap hasil kinerja dan pencapaian target simpanan (DPK).
- 3) Melakukan kegiatan pemasaran untuk dana pihak ketiga (DPK).
- 4) Memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan *cross selling* kepada nasabah untuk mencapai tingkat kepuasan pelayanan nasabah.
- 5) Membuat rencana kunjungan kepada nasabah dalam rangka mencapai dana simpanan (DPK).

- 6) Menjaga hubungan yang baik (*relationship*) kepada nasabah agar dana simpanannya tidak keluar.
- 7) Melaksanakan tugas-tugas lainnya sesuai perintah atasan guna menunjang kegiatan bisnis bank.

**d. *Unit Head***

Tugas, wewenang dan tanggung jawab *Unit Head* adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan pelayanan dan pembinaan kepada nasabah pembiayaan.
- 2) Menyusun rencana pembiayaan.
- 3) Menerima berkas pengajuan pembiayaan.
- 4) Melakukan administrasi pembiayaan.
- 5) Melakukan analisis pembiayaan dan mengajukan berkas hasil analisis kepada komisi pembiayaan.
- 6) Melakukan pembinaan kepada anggota pembiayaan agar tidak macet.
- 7) Membuat laporan perkembangan pembiayaan.
- 8) Membuat akad pembiayaan.

**e. *Customer Service***

*Customer Service* memiliki tugas sebagai berikut:

- 1) Memberikan layanan edukasi perbankan kepada nasabah atau calon nasabah yang akan menggunakan produk dan jasa perbankan di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah;

- 2) Mengumpulkan, menyediakan dan mengelola data internal dan eksternal terkait produk dan jasa perbankan serta informasi atau laporan yang diperlukan dalam rangka mendukung pencapaian kerja;
- 3) Menjaga kerahasiaan *password* yang dikelola *Customer Service* untuk memastikan tidak terjadi penyalahgunaan dalam mengendalikan risiko operasional;

**f. *Teller***

*Teller* memiliki tugas sebagai berikut;

- 1) Memberikan pelayanan transaksi tunai dan *overbooking* sesuai dengan sistem dan prosedur operasional PT. Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai;
- 2) Melakukan perencanaan dan pengurusan kas bersama *Operation Manager* atau *Branch Operation Supervisor* cabang untuk mengutamakan kas bank serta memastikan pengurusan kas yang telah sesuai dengan sistem dan prosedur;
- 3) Mendokumentasikan dan memastikan kelengkapan bukti transfer tunai maupun *overbooking* sesuai kewenangan yang berlaku;
- 4) Menjaga kerahasiaan *password* yang dikelola *Teller* untuk memastikan tidak terjadi penyalahgunaan dalam rangka pengendalian risiko operasional;
- 5) Melakukan rekonsiliasi transaksi *Teller* untuk memastikan bahwa semua transaksi telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang berlaku;
- 6) Melakukan pembukuan, verifikasi awal dan akhir, memeriksa kelengkapan, jumlah dan keabsahan dokumen transaksi tunai maupun *overbooking* dan dokumen terkait;

- 7) Melaksanakan pemasaran penggunaan *e-channel* (ATM, EDC, dan *e-channel* lainnya) sesuai kewenangannya untuk optimalisasi penggunaan *e-channel*; dan
- 8) Melaksanakan proses pemeriksaan, registrasi dan administrasi pinjaman, simpan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu beserta agunannya, berkas simpanan, dan jasa bank lainnya untuk memastikan kelengkapan dan tata tertib administasi sesuai kewenangan yang berlaku;
- 9) Melaksanakan proses, registrasi dan administrasi pinjaman, simpanan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu dan jasa bank lainnya sesuai ketentuan yang berlaku;
- 10) Mengelola berkas pinjaman Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu beserta agunannya, berkas simpanan, dan jasa bank lainnya untuk memastikan kelengkapan dan tata tertib administrasi sesuai kewenangan yang berlaku;
- 11) Mengegendakan dan mendokumentasikan surat keluar dan surat masuk sesuai bidang tugasnya untuk memastikan surat atau dokumen yang didistribusikan atau diarsipkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan kepentingannya;
- 12) Melakukan pengelolaan dokumen, surat berharga sesuai ketentuan yang berlaku untuk menghindari penyalahgunaan surat berharga;
- 13) Mengelola ATM sebagai petugas ATM;
- 14) Melakukan pengelolaan logistic, administrasi pekerja sesuai dengan ketentuan yang berlaku;

- 15) Pencapaian *fee based-income* (FBI) dari penjualan produk dan jasa perbankan lainnya serta *e-banking* dibandingkan dengan target;
- 16) Melakukan setting AGF pada rekening debitur dan memastikan bahwa semua pencairan realisasi pinjaman melalui rekening faedah sesuai dengan ketentuan yang berlaku; dan
- 17) Melaksanakan tugas-tugas kedinasan dari atasan (BOS atau Pimpinan Cabang) sesuai dengan peran dan kompetensinya untuk mencapai target yang ditetapkan secara efektif dan efisien.

#### **D. Produk Dan Jasa Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang**

##### **Amuntai**

- a. Produk penghimpun dana (Funding)
  - 1) BSI Tabungan Easy Mudharabah
  - 2) BSI Tabungan Berencana
  - 3) BSI Tabungan Easy Wadiah
  - 4) BSI Tabungan Pendidikan
  - 5) BSI Tabungan Valas
  - 6) BSI Tabungan pensiun
  - 7) BSI Tabunganku
  - 8) BSI Giro
  - 9) BSI Deposito
  - 10) BSI Tabungan Haji Indonesia
  - 11) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia
  - 12) BSI Tabungan Bisnis

13) BSI Tabungan Deposito

b. Produk Penyaluran Dana

- 1) BSI Griya
- 2) BSI Oto
- 3) BSI Implan
- 4) Pembiayaan Kendaraan Bermotor
- 5) BSI Warung Mikro
- 6) BSI Gadai Emas
- 7) BSI Cicil Emas
- 8) BSI Tabungan Pensiun

c. Produk Jasa dan Layanan

- 1) BSI Call
- 2) BSI Mobile Banking
- 3) BSI Net Banking
- 4) BSI Card

#### **4.1.2 Diskripsi Responden**

Responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 120 orang. Penyajian data mengenai identitas responden yaitu untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri responden. Sedangkan prosedurnya dengan jalan menyebarkan kuesioner dan meminta untuk mengisi kuesioner. Adapun gambaran tentang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini di klasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pekerjaan.

## 1. Jenis Kelamin

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	64	52%
Perempuan	56	48%
Jumlah	120	100%

Sumber: Olahan Penulis 2021

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan jenis laki-laki sebanyak 64 orang (53,3%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 56 orang (46,7%).

## 2. Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**  
**Berdasarkan Jenis Kelamin**

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
17-25 Tahun	37	30,8%
26-34 Tahun	32	26,7%
35-45 Tahun	30	25%
>45 Tahun	21	17,5%
Jumlah	120	100%

Sumber: Olahan Penulis 2021

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden jenis kelamin 17-25 tahun sebanyak 37 orang (30,8%), 26-34 tahun sebanyak 32 orang (26,7%), 35-45 sebanyak (25%), dan >45 sebanyak 21 (17,5%).

### 3. Pendidikan

**Tabel 4.3**  
**Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SD	1	1%
SMP	1	1%
SMA/SMK/MAN	43	35,8%
DIPLOMA/Sarjana	75	62,5%
Jumlah	120	

Sumber: Olahan Penulis 2021

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan SD 1 orang (1%), responden SMP 1 orang (1%), responden SMA/SMK/MAN 43 orang (35,8%), responden DIPLOMA/Sarjana 75 orang (62,5%).

### 4. Pekerjaan

**Tabel 4.4**  
**Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	19	15,8%
PNS	41	34,2%
Wiraswasta/Pengusaha	33	27,5%
Pegawai Swasta	20	16,7%
Lainnya	7	7%
Jumlah	120	100%

Sumber: Olahan Penulis 2021

Tabel diatas menunjukan bahwa responden dengan tingkat pekerjaan Pendidikan/mahasiswa sebanyak 19 (15,8%), PNS sebanyak 41 (34,2%), wiraswasta/pengusaha sebanyak 33 (27,5%), pegawai swasta sebanyak 20 (16,7%), dan yang lainnya sebanyak 7 (7%).

### 4.1.3 Statistik Deskriptif

Deskripsi Data dalam penelitian ini dilakukan memberikan gambaran tanggapan responden secara umum tentang *Compliance* (X1), *Assurance* (X2), *Reability* (X3), *Tangible* (X4), *Emphaty* (X5), *Responsiveness* (X6), dan Kepuasan Nasabah (Y).

#### A. Compliance (X1)

Gambaran umum variabel Compliance terdiri dari empat indikator yaitu Bank memberikan produk dan jasa syariah kepada nasabahnya (X1.1), Produk yang ditawarkan bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (Gharar) (X1.2), Tidak ada pembayaran bunga, baik untuk tabungan maupun pinjaman di bank syariah (X1.3), Bank syariah menawarkan produk investasi bagi hasil (X1.4).

**Tabel 4.5**

#### **Distribusi Frekuensi Item Compliance**

Item	STS		TS		KS		S		SS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0	0	0	1	0,83%	12	10%	107	89,16%	120	100%	4,88
X1.2	0	0	0	0	4	3,33%	25	20,83%	91	75,83%	120	100%	4,72
X1.3	0	0	0	0	6	5%	30	25%	84	70%	120	100%	4,65
X1.4	0	0	0	0	5	4,16%	18	15%	97	80,8%	120	100%	4,76
Rata-rata total skor												4,75	

Sumber: Olahan Penulis 2021

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai *mean* tertinggi X1.1 dengan nilai 4,88 dan nilai terendah item X1.3 dengan nilai 4,65. Jadi sebagai nilai tertinggi dalam penyebaran koesioner menunjukkan pelaksanaan baik, sehingga dapat memberikan pengaruh dari variabel *Compliance*, sebaliknya item X1.3 sebagai nilai terendah dalam penyebaran kuesioner menunjukkan pelaksanaan kurang baik, sehingga kurang memberikan pengaruh dari variabel *Compliance*.

## B. Assurance (X2)

Gambaran umum variabel Assurance terdiri dari empat indikator yaitu Karyawan bank sopan kepada nasabah (X2.1), Karyawan memberikan saya kepercayaan terhadap bank yang dipilih (X2.2), Karyawan bank merekomendasikan keamanan jaminan kepada nasabah (X2.3), Kemampuan karyawan memberikan pelayanan ramah ke nasabah (X2.4).

**Tabel 4.6**

### Distribusi Frekuensi Item Assurance

Item	STS		TS		KS		S		SS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	0	0	0	0	6	5%	31	25,83%	83	69,16%	120	100%	4,64
X2.2	0	0	0	0	13	10,83%	57	47,5%	50	41,66%	120	100%	4,30
X2.3	0	0	0	0	13	10,83%	64	53,33%	43	35,83%	120	100%	4,54
X2.4	0	0	0	0	7	5,83%	28	23,33%	90	75%	120	100%	4,85
Rata-rata total skor												4,58	

Sumber: Olahan Penulis 2021

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai *mean* tertinggi item X2.4 dengan nilai 4,85 dan nilai terendah item X2.2 dengan nilai 4,30. Jadi item X2.4 sebagai nilai tertinggi dalam penyebaran kuesioner menunjukkan pelaksanaan yang baik, sehingga dapat memberikan pengaruh dari variabel *Assurance*, sebaliknya item X2.2 sebagai nilai terendah dalam penyebaram kuesioner menunjukkan pelaksanaan kurang baik, sehingga kurang memberikan pengaruh dari variabel *Assurance*.

## C. Reability (X3)

Gambaran umum variabel Reability terdiri dari empat indikator yaitu Pelayanan yang diberikan pihak bank tepat waktu (X3.1), Bank memberikan layanan menjanjikan kepada nasabah dengan cara handal (X3.2), bank dapat membantu

mengatasi permasalahan saya (X3.3), Bank memberikan pelayanan yang terbaik kepada saya (X3.4).

**Tabel 4.7**

**Distribusi Frekuensi Item Reability**

Item	STS		TS		KS		S		SS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X3.1	0	0	0	0	3	2,5%	68	56,66%	49	40,83%	120	100%	4,38
X3.2	0	0	0	0	1	0,83%	50	41,66%	69	57,5%	120	100%	4,56
X3.3	0	0	0	0	0	0	54	45%	66	55%	120	100%	4,55
X3.4	0	0	0	0	1	0,83%	17	14,16%	102	85%	120	100%	4,84
Rata-rata total skor													4,58

Sumber: Olahan Penulis 2021

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai *mean* tertinggi X3.4 dengan nilai 4,84 dan nilai terendah item X3.1 dengan nilai 4,38. Jadi sebagai nilai tertinggi dalam pelaksanaan penyebaran kuesioner menunjukkan pelaksanaan baik, sehingga dapat memberikan pengaruh dri variabel *Reability*, sebaliknya item X3.1 sebagai nilai terendah dalam penyebaran kuesioner menunjukkan pelaksanaan kurang baik, sehingga kurang memberikan pengaruh dari variabel *Reability*.

**D. Tangible (X4)**

Gambaran umum variabel margin terdiri dari empat indikator yaitu Lokasi bank yang sangat startegis atau mudah dijangkau (X4.1), Fasilitas yang dimiliki sudah memadai untuk bertransaksi (X4.2), Ruang kantor yang bersih (X4.3), Penampilan karyawan rapi dan menarik (X4.4).

**Tabel 4.8****Distribusi Frekuensi Item Tangible**

Item	STS		TS		KS		S		SS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X4.1	0	0	0	0	1	0,83%	40	33,33%	79	65,83%	120	100%	4,65
X4.2	0	0	0	0	2	1,66%	44	36,66%	74	61,66%	120	100%	4,6
X4.3	0	0	0	0	0	0	18	15%	102	85%	120	100%	4,85
X4.4	0	0	0	0	0	0	23	19,16%	97	5,83%	120	100%	4,80
Rata-rata total skor													4,72

Sumber: Olahan Penulis 2021

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan nilai *mean* tertinggi X4.3 dengan nilai 4,85 da nilai terendah item X4.2 dengan nilai 4,6. Jadi sebagai nilai tertinggi dalam penyebaran kuesioner menunjukkan pelaksanaan baik, sehingga dapat memberikan pengaruh dari variabel *Tangible*, sebaliknya item X4.2 sebagai nilai terendah dalam penyebaran kuesiner menunjukkan pelaksanaan kurang baik, sehingga kurang memberikan pengaruh dari variabel *Tangible*.

#### E. Emphaty (X5)

Gambaran umum variabel Emphaty terdiri dari empat indikator yaitu Karyawan ank memberikan perhatian kepada saya (X5.1), Karyawan bank memahami kebutuhan saya (X5.2), Karyawan bank membantu saya dengan tulus dan senang hati (X5.3), Karyawan bank selalu meminta maaf apabila ada pelayanan yang kurang baik dalam melaksanakan tugasnya (X5.4).

**Tabel 4.9****Distribusi Frekuensi Item Emphaty**

Item	STS		TS		KS		S		SS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X5.1	0	0	0	0	1	0,83%	30	25%	89	74,16%	120	100%	4,73
X5.2	0	0	0	0	0	0	62	61,66%	54	45%	120	100%	4,31
X5.3	0	0	0	0	0	0	57	47,5%	63	52,5%	120	100%	4,52
X5.4	0	0	0	0	0	0	18	15%	102	85%	120	100%	4,85
Rata-rata total skor												4,60	

Sumber: Olahan Penulis 2021

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan nilai *mean* tertinggi X5.4 dengan nilai 4,85 dan nilai terendah X5.2 dengan nilai 4,31. Jadi sebagai nilai tertinggi dalam penyebaran kuesioner menunjukkan pelaksanaan baik, sehingga dapat memberikan pengaruh dari variabel *Emphaty*, sebaliknya item X5.2 sebagai nilai terendah dalam penyebaran kuesioner menunjukkan pelaksanaan kurang baik, sehingga kurang memberikan pengaruh dari variabel *Emphaty*.

#### F. Responsiveness (X6)

Gambaran umum variabel Responsiveness terdiri dari empat indikator yaitu Karyawan bank tanggap Ketika nasabah meminta bantuan (X6.1), Cepat dalam menangani transaksi serta keluhan saya (X6.2), Mamu menyelesaikan kuhan saya dalam hal transaksi (X6.3), Adanya pemberitahuan dari karyawan terkait transaksi yang saya lakukan di bank (X6.4).

**Tabel 4.10****Distribusi Frekuensi Item Responsiveness**

Item	STS		TS		KS		S		SS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X6.1	0	0	0	0	0	0	33	27,5%	87	72,5%	120	100%	4,72
X6.2	0	0	0	0	4	3,33%	66	55%	48	40%	120	100%	4,3
X6.3	0	0	0	0	2	1,66%	70	58,33%	40	33,33%	120	100%	3,71
X6.4	0	0	0	0	2	1,66%	60	50%	58	48,33%	120	100%	4,46
Rata-rata total skor												4,29	

Sumber: Olahan Penulis 2021

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai *mean* tertinggi X6.1 dengan nilai 4,72 dan nilai terendah item X6.2 dengan nilai 4,3. Jadi sebagai nilai tertinggi dalam penyebaran kuesioner menunjukkan pelaksanaan baik, sehingga dapat memberikan pengaruh dari variabel *Responsiveness*, sebaliknya item X6.2 sebagai nilai terendah dalam penyebaran kuesioner menunjukkan pelaksanaan kurang baik sehingga kurang memberikan pengaruh dari variabel *Responsiveness*.

#### G. Kepuasan Nasabah (Y)

Gambaran umum variabel terdiri dari empat indikator yaitu Sistem yang diterapkan membuat nasabah merasa senang untuk terus menggunakan produk dari PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Amuntai (Y1.1), Menurut saya produk dan layanan yang diberikan PT. Bank Syariah Indoensia Kantor Cabang Amuntaitelah memenuhi harapan saya (Y1.2), Saya merasa puas dengan fasilitas serta serana dan prasarana yang disediakan PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Amuntai (Y1.3), Sara merasapuas dengan kemudahan dan keamanan dalam setiap transaksi di PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Amuntai (Y1.4).

**Tabel 4.11****Distribusi Frekuensi Item Kepuasan Nasabah**

Item	STS		TS		KS		S		SS		Total		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1.1	0	0	0	0	1	0,83%	11	9,16%	93	77,5%	120	100%	4,26
Y1.2	0	0	0	0	0	0	31	25,83%	89	74,16%	120	100%	4,74
Y1.3	0	0	0	0	1	0,83%	40	33,33%	79	65,83%	120	100%	4,65
Y1.4	0	0	0	0	0	0	34	28,33%	87	72,5%	120	100%	4,78
Rata-rata total skor												4,60	

Sumber: Olahan Penulis 2021

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai *mean* tertinggi Y1.4 dengan nilai 4,78 dan nilai terendah item Y1.1 dengan nilai 4,26. Jadi sebagai nilai tertinggi dalam penyebaran kuesioner menunjukkan pelaksanaan baik, sehingga dapat memberikan pengaruh dari variabel Kepuasan Nasabah, sebaliknya item Y1.1 sebagai nilai terendah dalam penyebaran kuesioner menunjukkan pelaksanaan kurang baik, sehingga kurang memberikan pengaruh dari variabel Kepuasan Nasabah.

#### 4.1.4 Analisis Uji Validitas dan Uji Realibilitas

##### A. Uji Validitas Data

Pengujian validitas instrumenn menggunakan metode Korelasi Product Moment yaitu membandingkan nilai koefisien korelasi (*r*-hitung) dengan nilai *r*-tabel pada taraf nyata  $\alpha$  5%. Item pertanyaan dikatakan valid apabila nilai *r*-hitung  $>$  *r*-tabel atau nilai signifikansi  $<$  taraf nyata  $\alpha$  5%. Hasil pengujian validitas instrument disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Koefisien Validitas	R <sub>tabel</sub> (N=120)	Keterangan
X1 Compliance	X1.1	0,577	0,179	Valid
	X1.2	0,590	0,179	Valid
	X1.3	0,612	0,179	Valid
	X1.4	0,578	0,179	Valid
X2 Assurance	X2.1	0,774	0,179	Valid
	X2.2	0,779	0,179	Valid
	X2.3	0,837	0,179	Valid
	X2.4	0,750	0,179	Valid
X3 Reliability	X3.1	0,550	0,179	Valid
	X3.2	0,540	0,179	Valid
	X3.3	0,709	0,179	Valid
	X3.4	0,535	0,179	Valid
X.4 Tangible	X4.1	0,749	0,179	Valid
	X4.2	0,570	0,179	Valid
	X4.3	0,633	0,179	Valid
	X4.4	0,710	0,179	Valid
X5 Emphaty	X5.1	0,564	0,179	Valid
	X5.2	0,732	0,179	Valid
	X5.3	0,507	0,179	Valid
	X5.4	0,670	0,179	Valid
X6 Responsiveness	X6.1	0,590	0,179	Valid
	X6.2	0,640	0,179	Valid
	X6.3	0,779	0,179	Valid
	X6.4	0,545	0,179	Valid
Y Kepuasan Nasabah	Y1	0,782	0,179	Valid
	Y2	0,700	0,179	Valid
	Y3	0,737	0,179	Valid
	Y4	0,645	0,179	Valid

Sumber: Olahan Penulis 2021

### **B. Uji Reliabilitas Instrumen**

Pengujian reliabilitas instrument dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Suatu intrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,600. Hasil pengujian reliabilitas instrument disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien Reliabilitas	Cut Off	Keterangan
Compliance	0,828	0,60	Reliabel
Assurance	0,795	0,60	Reliabel
Reliability	0,844	0,60	Reliabel
Tangible	0,874	0,60	Reliabel
Emphaty	0,753	0,60	Reliabel
Responsiveness	0,838	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,738	0,60	Reliabel

Sumber: Olahan Penulis 2021

#### 4.1.5 Uji Asumsi Klasik

##### A. Uji Normalitas

Uji normalitas penting untuk digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu data dengan harapan bahwa hasil dari pengujian dikatakan valid. Pada pengujian dalam uji normalitas metode yang digunakan adalah Kolmogorov Smirnov yang dapat dikatakan apabila nilai berdistribusi normal maka nilai signifikan  $>0,05$  dan jika tidak normal maka  $<.0,05$ . Berikut merupakan table hasil pemaparan dari uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov Smirnov antara lain sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.56
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.778
Asymp. Sig. (2-tailed)		.994

Sumber: Output SPSS versi 25 Olahan Penulis (2021)

Pada tabel 4.14 diatas dalam nilai Asymp.Sig (2-tailed) 0,994 dapat dikatakan bahwasanya nilai tersebut lebih besar dari 0,05 selain itu data tersebut berdistribusi normal.

### B. Uji Multikolinearitas

Dalam melakukan uji multikolinearitas dengan cara nilai *tolerance* dan *Variance Inflation factor* (VIF). Nilai yang umum dipakai untuk apabila nilai *tolerance*  $< 0,1$  atau sama dengan nilai  $VIF > 10$ . Dan sebaliknya apabila  $VIF < 10$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 4.15**

#### Hasil Uji Multikolonearitas

Variabel Independen	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Compliance</i>	0.544	1.839
<i>Assurance</i>	0.509	1.966
<i>Realibility</i>	0.327	3.061
<i>Tagible</i>	0.890	1.251
<i>Emphaty</i>	0.697	1.675
<i>Responsiveness</i>	0.773	1.728

Sumber: Output SPSS versi 25 Olahan Penulis (2021)

Pada tabel 4.15 dapat diketahui bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*)  $< 10$  maka dapat disimpulkan dari enam variabel independent *Compliance* (X1), *Assurance* (X2), *Realibility* (X3), *Tagible* (X4), *Emphaty* (X5), *Responsiveness* (X6) dikatakan bahwasanya tidak ada korelasi atau tidak multikolinearitas, hal tersebut dapat dilakukan penelitian pada tahap selanjutnya.

### C. Uji Heteroskedasitas

Jika probalitasnya signifikan diatas tingkat kepercayaan 0,05 dapat disimpulkan model regresi tidak mengarah adanya heterosdasitas sebagai berikut:

**Tabel 4.16**

#### Hasil Uji Heteroskedasitas

Vaiabel Bebas	Sig.	Keterangan
<i>Compliance</i>	0.910	Tidak terjadi Heteroskedasitas
<i>Assurance</i>	0.926	Tidak terjadi Heteroskedasitas
<i>Realibility</i>	0.249	Tidak terjadi Heteroskedasitas
<i>Tagible</i>	0.910	Tidak terjadi Heteroskedasitas
<i>Emphaty</i>	0.926	Tidak terjadi Heteroskedasitas
<i>Responsiveness</i>	0.249	Tidak terjadi Heteroskedasitas

Sumber: Output SPSS versi 25 Olahan Penulis (2021)

Dari hasil uji heteroskedasitas diperoleh nilai signifikansi untuk semua variabel >0,05. Oleh karena itu nilai signifikansi di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas. Atau dengan kata lain asumsi non-heteroskedasitas.

### D. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi bertujuan untuk menguji seuah asumsi dan regresi terdapat korelasi dalam variabel independent dengan dirinya sendiri atau tidak. Untuk mengetahui hal tersebut dapat digunakan dengan Durbi Watson (DW).

**Tabel 4.17**

#### Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.820	.897	.499	1.635	1.916

Sumber: Output SPSS versi 25 Olahan Penulis (2021)

Dari tabel 4.17 skor D-W 1.916 jadi dapat dikatakan bahwa tidak ada autokorelasi positif (tidak terjadi autokorelasi) karena D-W berada diantara -2 sampai +2.

#### 4.1.6 Uji Statistik

##### A. Hasil Regresi Linier Berganda

Dari pengolahan data dengan menggunakan regresi linier berganda, dilakukan beberapa tahapan untuk mencari hubungan antara variabel independent dan variabel dependen, melalui hubungan *Compliance* (X1), *Assurance* (X2), *Reliability* (X3), *Tangible* (X4), *Emphaty* (X5), *Responsiveness* (X6), dan Kepuasan Nasabah (Y). hasil regresi dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.18**

##### Hasil regresi Linier Berganda

Model	Untandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	2.686	2.880		.993	.053
Compliance	.624	.115	.432	5.434	.000
Assurance	.282	.158	.424	4.372	.032
Reability	.290	.071	.364	4.067	.000
Tangible	.264	0.97	.231	2.710	.038
Emphaty	.601	.446	.080	3.158	.025
Responsiveness	.869	.925	.921	8.692	.020

Sumber: Output SPSS versi 25 Olahan Penulis (2021)

Variabel terikat pada regresi ini adalah kepuasan nasabah *Compliance* (X1), *Assurance* (X2), *Reliability* (X3), *Tangible* (X4), *Emphaty* (X5), *Responsiveness* (X6), model regresi berdasarkan hasil analisis diatas adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,686 + 0,624 (X1) + 0,282 (X2) + 0,290 (X3) + 0,264 (X4) + 0,601 (X5) + 0,869 (X6) + e$$

Dalam penelitian ini, koefisien beta yang digunakan adalah *unstandardized coefficients*. Hal ini karena *ustandardized* sering digunakan dalam model regresi yang fungsinya untuk memprediksi masa depan dengan data masa lalu, *standardized* sering digunakan dalam persamaan regresi yang fungsinya untuk mengetahui pengaruh dan kontribusi spesifik antara variabel independent dan dependen, tetapi baru kemudian diterapkan pada sampel tersebut. Persamaan regresi dari hasil estimasi analisis regresi linier berganda adalah:

Adalah nilai ketika belum ada variabel lain yang mempengaruhi, jadi jumlah kepuasan nasabah PT BSI Kantor Cabang Amuntai 2,686.

- $b_1 = 0,624$

Nilai konstan dari koefisien regresi ( $b_1$ ) adalah sebesar 0,624 dengan tanda positif, dapat dikatakan bahwa dengan peningkatan variabel faktor *Compliance*, maka secara langsung berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah.

- $b_2 = 0,282$

Nilai konstan dari koefisien ( $b_2$ ) adalah sebesar 0,282 dengan tanda positif, dapat dikatakan bahwa dengan peningkatan variabel faktor Assurance, maka secara langsung berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah.

- $b_3 = 0,290$

Nilai konstan dari koefisien ( $b_3$ ) adalah sebesar 0,290 dengan tanda positif dapat dikatakan bahwa dengan peningkatan variabel faktor Reliability, maka secara langsung berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah.

- $b_4 = 0,264$

Nilai konstan dari koefisien ( $b_4$ ) adalah sebesar 0,264 dengan tanda positif dapat dikatakan bahwa dengan peningkatan variabel faktor Tangible, maka secara langsung berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah.

- $b_5 = 0,601$

Nilai konstan dari koefisien ( $b_5$ ) adalah sebesar 0,601 dengan tanda positif dapat dikatakan bahwa dengan peningkatan variabel faktor Emphaty, maka secara langsung berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah.

- $b_6 = 0,869$

Nilai konstan dari koefisien ( $b_6$ ) adalah sebesar 0,869 dengan tanda positif dapat dikatakan bahwa dengan peningkatan variabel faktor Responsiveness, maka secara langsung berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah.

### B. Uji F (Simultan)

$$\begin{aligned}
 \text{Mencari } F_{\text{tabel}} &= F(k ; n - k) \\
 &= F(6 ; 120 - 6) \\
 &= F(6 ; 114) \\
 &= 2,18
 \end{aligned}$$

**Tabel 4.19**

### Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	273.711	4	68.428	25.608	.000
Residual	253.849	95	2.672		
Total	527.560	99			

Sumber: Output SPSS versi 25 Olahan Penulis (2021)

Berdasarkan tabel diatas didapatkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 25,608 dan nilai signifikan sebesar 0,000, sehingga dapat disimpulkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  2,18 dan probabilitas dalam penelitian ini  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari *Compliance* (X1), *Assurance* (X2), *Reliability* (X3), *Tangible* (X4), *Emphaty* (X5), *Responsiveness* (X6) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y).

### C. Koefisien Determinan

**Tabel 4.20**

#### **Koefisien Determinan**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820	.897	.499	1.635

Sumber: Output SPSS versi 25 Olahan Penulis (2021)

Berdasarkan tabel 4.20 diatas diketahui bahwa uji koefisien determinan dapat diketahui R Square 0,897% atau sebesar 90% artinya kualitas pelayanan dipengaruhi oleh kepuasan nasabah, sedangkan sisanya 0,103% atau sebesar 10% dipengaruhi faktor lain.

### D. Uji T (Parsial)

$$\begin{aligned}
 \text{Mencari } T_{tabel} &= t(\alpha/2 ; n - k - 1) \\
 &= t(0,05/2 ; 120 - 6 - 1) \\
 &= t(0,025 ; 113) \\
 &= 1,98118
 \end{aligned}$$

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji T (Parsal)**

<b>Variabel Bebas</b>	<b>t<sub>hitung</sub></b>	<b>Sig.t</b>	<b>t<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Compliance (X1)	5.434	.000	1,981	Signifikan
Assurance (X2)	4.372	.032	1,981	Signifikan
Reability (X3)	4.067	.000	1,981	Signifikan
Tangible (X4)	2.710	.038	1,981	Signifikan
Emphaty (5)	3.158	.025	1,981	Signifikan
Responsiveness (X6)	8.692	.020	1,981	Signifikan

Sumber: Output SPSS versi 25 Olahan Penulis (2021)

Hasil dari output uji Parsial (Uji t) pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Compliance (X1)

Pada variabel *compliance* (X1) memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,434 > 1,981$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya dalam pengujian ini dapat dinyatakan bahwa variabel *Compliance* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

b) Assurance (X2)

Pada variabel *Assurance* (X2) memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,327 > 1,981$  dengan nilai signifikan  $0,032 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya dalam pengujian ini dapat dinyatakan bahwa variabel *Assurance* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

c) Reliability (X3)

Pada variabel *Reliability* (X3) memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,067 > 1,981$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya dalam pengujian ini dapat dinyatakan bahwa variabel *Reliability* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

d) *Tangible* (X4)

Pada variabel *Tangible* (X4) memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,710 > 1,981$  dengan nilai signifikan  $0,038 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya dalam pengujian ini dapat dinyatakan bahwa variabel *Tangible* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

e) *Emphaty* (X5)

Pada variabel *Emphaty* (X5) memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3.158 > 1,981$  dengan nilai signifikan  $0,025 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya dalam pengujian ini dapat dinyatakan bahwa variabel *Emphaty* terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

f) *Responsiveness* (X6)

Pada variabel *Risponsiveness* (X6) memiliki  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $8,692 > 1,981$  dengan nilai signifikan  $0,020 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya dalam pengujian ini dapat dinyatakan bahwa variabel *Responsiveness*, terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

### **E. Penentuan Variabel Yang Paling Dominan**

Penentuan variabel independent yang paling berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y), dapat dilakukan dengan membandingkan koefisien regresi (Beta) antara variabel satu dengan variabel yang lain. Yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah variabel yang memiliki koefisien regresi (Beta) yang paling besar sebagai berikut:

Tabel 4.22

## Rinkasan Hasil Analisis Regresi

No	Variabel	Koefisien Beta	Keterangan
1	Responsiveness (X6)	0,921	Signifikan
2	Compliance (X1)	0,432	Signifikan
3	Assurance (X2)	0,424	Signifikan
4	Reability (X3)	0,364	Signifikan
5	Tangible (X4)	0,231	Signifikan
6	Emphaty (X5)	0,80	Signifikan

Sumber: Olahan Penulis (2021)

Berdasarkan tabel 4.22 bahwa hasil estimasi dapat diketahui bahwa variabel yang memiliki koefisien standardisasi terbesar adalah variabel Responsiveness sebesar 0,921. Dengan demikian Responsiveness memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah.

## 4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

### A. Pengaruh Compliance (X1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil di atas dapat dikatakan bahwa variabel Compliance (X1) mempengaruhi variabel Kepuasan Nasabah dengan uji t (parsial) memiliki t hitung (5,434) > t table (1,981) dan nilai signifikan (0,000) < 0,05. Artinya bahwa Hipotesis diterima yang berarti variabel Compliance (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai. Di mana besarnya pengaruh Compliance (X1) sebesar terhadap Kepuasan Nasabah.

*Compliance* (Kepatuhan) adalah kemampuan untuk memenuhi hukum islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip perbankan dan ekonomi Islam (Othman and Owen, 2001). Sedangkan menurut (Suswati, Adillah and Purwoko, 2019) makna kepatuhan Syariah secara operasional adalah kesesuaian produk yang

dipasarkan berdasarkan landasan Fatwa Dewan Syari'ah Nasioanl, seluruh pegawai memahami dan menjalankan sesua syariat Islam.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terkait “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah” yang dilakukan oleh Muhammad Ali Ramdhani *et al* (2011), AbdulQawi Othman and Lynn Owen (2001), Ismah Osman *et al* (2009).

#### **B. Pengaruh Assurance (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil di atas dapat dikatakan bahwa variabel Assurance (X2) mempengaruhi variabel Kepuasan Nasabah dengan uji t (parsial) memiliki t hitung (4,327) > t tabel (1,981) dan nilai signifikan (0,032) < 0,05. Artinya bahwa Hopotesis diterima yang berarti variabel Assurance (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai. Di mana besarnya pengaruh Assurance (X2) sebesar terhadap Kepuasan Nasabah.

*Assurance* (Jaminan) adalah sifat ramah dan santun yang menunjukkan pengetahuan, perilaku, dan sifat kredibel karyawan meyelesaikan keluhan anggota, serta memberikan pelayanan seenuh hati dalam menangani keluha anggota atau retensi produk dengan harga promosi (Suswati, Adillah and Purwoko, 2019).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terkait “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah” yang dilakukan oleh Ambardi Juniawan (2014).

### C. Pengaruh Reability (X3) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil di atas dapat dikatakan bahwa variabel Reability (X3) mempengaruhi variabel Kepuasan Nasabah dengan uji t (parsial) memiliki t hitung (4,067) > t tabel (1,981) dan nilai signifikan (0,000) < 0,05. Artinya bahwa Hipotesis diterima yang berarti variabel Reability (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai. Di mana besarnya pengaruh Reability (X3) sebesar terhadap Kepuasan Nasabah.

*Reliability* (Keandalan) adalah kemampuan untuk meningkatkan layanan secara tepat waktu dan memuaskan, memberikan kenyamanan transaksi yang bebas dari kesalahan, sikap karyawan yang empati dan pelayanan yang adil (Suswati, Adillah and Purwoko, 2019).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terkait “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah” yang dilakukan oleh Fauz Moh’d Khamis et al (2018).

### D. Pengaruh Tangible (X4) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil di atas dapat dikatakan bahwa variabel Tangible (X4) mempengaruhi variabel Kepuasan Nasabah dengan uji t (parsial) memiliki t hitung (2,710) > t tabel (1,981) dan nilai signifikan (0,038) < 0,05. Artinya bahwa Hipotesis diterima yang berarti variabel Tagible (X4) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai. Di mana besarnya pengaruh Tangible (X4) sebesar terhadap Kepuasan Nasabah.

*Tangible* (Bukti Fisik) adalah kemampuan dalam penampilan fasilitas fisik, kondisi gedung yang bersih, nyaman, aman dan tempat parkir yang aman, serta menjaga penampilan dan keterampilan pegawai (Othman and Owen, 2001).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terkait “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah” yang dilakukan oleh Rahmati Dani *et al* (2016)

#### **E. Pengaruh Emphaty (X5) Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil di atas dapat dikatakan bahwa variabel Emphaty (X5) mempengaruhi variabel Kepuasan Nasabah dengan uji t (parsial) memiliki t hitung (3,158) > t tabel (1,981) dan nilai signifikan (0,025) < 0,05. Artinya bahwa Hopotesis diterima yang berarti variabel Emphaty (X5) berpengaruh positif dan sigifkan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai. Di mana besarnya pengaruh Emphaty (X5) sebesar terhadap Kepuasan Nasabah.

*Emphaty* (Kepedulian) adalah memberikan perhatian yang tulus dan berupaya memahami keinginan konsumen sehingga mampu memberikan kenyamanan dengan penuh perhatian kepada pelanggan (Suswati, Adillah and Purwoko, 2019).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terkait “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah” yang dilakukan oleh Abu Amar Fauzi (2016)

#### **F. Pengaruh Responsiveness (X6) Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil di atas dapat dikatakan bahwa variabel Responsiveness (X6) mempengaruhi variabel Kepuasan Nasabah dengan uji t (parsial) memiliki t hitung

$(8,692) > t$  tabel  $(1,981)$  dan nilai signifikan  $(0,020) < 0,05$ . Artinya bahwa Hipotesis diterima yang berarti variabel Responsiveness (X6) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai. Di mana besarnya pengaruh Responsiveness (X6) sebesar terhadap Kepuasan Nasabah.

*Responsiveness* (Ketanggapan) adalah suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas (Suswati, Adillah and Purwoko, 2019).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terkait “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah” yang dilakukan oleh Hasan (2006)

#### **G. Pengaruh Dimensi Compliance, Assurance, Reability, Tangible, Emphaty, Responsiveness terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) adalah Responsiveness (X6) dengan 0,921, diikuti variabel Complaine (X1) 0,432, Assurance (X2) 0,424, Reability (X3) 0,364, Tangible (X4) 0,231, dan Emphaty (X5) 0,080. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan bahwa hubungan antar variabel Compliance (X1), Assurane (X2), Reability (X3), Tangible (X4), Emphaty (X5) dan Responsiveness (X6) memiliki hubungan yang positif dan erat yaitu 0,897% atau 90% dan 0,103% atau 10% dijelaskan oleh variabel lain di luar persamaan regresi yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel Responsiveness yang berpengaruh secara signifikan dan dominan terhadap kepuasan nasabah, walaupun

hanya variabel Responsiveness yang berpengaruh secara signifikan akan tetapi ini sesuai dengan konsep kualitas pelayanan dalam Islam, karena merupakan kemauan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat. Dengan karyawan memberikan pelayanan yang selalu dalam posisi siap dan tidak membiarkan nasabah lama menunggu, maka nasabah akan menilai positif kualitas pelayanan. Artinya semakin baik penerapan *Responsiveness* (daya tanggap) maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan nasabah. Hal tersebut dapat dilihat dalam firman Allah SWT pada surah Al-Isra' ayat 34 yang berbunyi:

﴿ ۳۴ ﴾ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

“dan penuhilah janji; sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggungjawabnya” (QS.Al-Isra' :34)

Dalam ayat tersebut dapat ditarik kesimpulan, daya tanggap merupakan bagian dari profesionalitas. Perbankan syariah yang profesional senantiasa berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, dan bersungguh-sungguh dalam memberikan pelayanan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil pembahasan mengenai Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Compliance* (X1), *Assurance* (X2), *Reliability* (X3), *Tangible* (X4), *Emphaty* (X5), *Responsiveness* (X6), terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT. BSI Kantor Cabang Amuntai, dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan (uji F) diketahui kualitas pelayanan yang terdiri dari *Compliance* (X1), *Assurance* (X2), *Reliability* (X3), *Tangible* (X4), *Emphaty* (X5), *Responsiveness* (X6), memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT. BSI Kantor Cabang Amuntai.
2. Berdasarkan (uji t) diketahui kualitas pelayanan yang terdiri dari *Compliance* (X1), *Assurance* (X2), *Reliability* (X3), *Tangible* (X4), *Emphaty* (X5), *Responsiveness* (X6) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai.
  - a. Berdasarkan uji parsial untuk variabel bebas berupa *Compliance* (X1) nilai t hitung (5,434) lebih besar dari t tabel sebesar (1,981) maka terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan dimensi *Compliance* (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai. Hal ini menyatakan bahwa semakin baik dimensi *Compliance* maka semakin baik pula Kepuasan Nasabah. Diperoleh t hitung dimensi *Compliance* 5,434 dengan nilai signifikansi 0,000 maka nilai signifikansi tersebut dibawah dari taraf 0,05. Sehingga disimpulkan secara individu (*parsial*) dimensi

Compliance (X1) terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

- b. Berdasarkan uji parsial untuk variabel bebas berupa Assurance (X2) nilai t hitung (4,372) lebih besar dari t tabel sebesar (1,981) maka terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan dimensi Assurance (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai. Hal ini menyatakan bahwa semakin baik dimensi Assurance maka semakin baik pula Kepuasan Nasabah. Diperoleh t hitung dimensi Assurance 4,372 dengan nilai signifikansi 0,032 maka nilai signifikansi tersebut dibawah dari taraf 0,05. Sehingga disimpulkan secara individu (*parsial*) dimensi Assurance (X2) terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
- c. Berdasarkan uji parsial untuk variabel bebas berupa Reability (X3) nilai t hitung (4,067) lebih besar dari t tabel sebesar (1,981) maka terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan dimensi Reability (X3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai. Hal ini menyatakan bahwa semakin baik dimensi Reability maka semakin baik pula Kepuasan Nasabah. Diperoleh t hitung dimensi Reability 4,067 dengan nilai signifikansi 0,000 maka nilai signifikansi tersebut dibawah dari taraf 0,05. Sehingga disimpulkan secara individu (*parsial*) dimensi Reability (X3) terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

- d. Berdasarkan uji parsial untuk variabel bebas berupa Tangible (X4) nilai t hitung (2,710) lebih besar dari t tabel sebesar (1,981) maka terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan dimensi Tangible (X4) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai. Hal ini menyatakan bahwa semakin baik dimensi Tangible maka semakin baik pula Kepuasan Nasabah. Diperoleh t hitung dimensi Tangible 2,710 dengan nilai signifikansi 0,038 maka nilai signifikansi tersebut dibawah dari taraf 0,05. Sehingga disimpulkan secara individu (*parsial*) dimensi Tangible (X4) terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
- e. Berdasarkan uji parsial untuk variabel bebas berupa Emphaty (X5) nilai t hitung (3,158) lebih besar dari t tabel sebesar (1,981) maka terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan dimensi Emphaty (X5) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai. Hal ini menyatakan bahwa semakin baik dimensi Emphaty maka semakin baik pula Kepuasan Nasabah. Diperoleh t hitung dimensi Emphaty 3,158 dengan nilai signifikansi 0,025 maka nilai signifikansi tersebut dibawah dari taraf 0,05. Sehingga disimpulkan secara individu (*parsial*) dimensi Emphaty (X5) terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
- f. Berdasarkan uji parsial untuk variabel bebas berupa Responsiveness (X6) nilai t hitung (8,692) lebih besar dari t tabel sebesar (1,981) maka terbukti mempunyai pengaruh yang signifikan dimensi Responsiveness (X6) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai. Hal ini menyatakan bahwa semakin baik dimensi Responsiveness maka

semakin baik pula Kepuasan Nasabah. Diperoleh  $t$  hitung dimensi Responsiveness dengan nilai signifikansi 0,020 maka nilai signifikansi tersebut dibawah dari taraf 0,05. Sehingga disimpulkan secara individu (*parsial*) dimensi Responsiveness (X6) terbukti mempunyai pengaruh signifikan teradap Kepuasan Nasabah.

3. Dari hasil pengujian penelitian Parsial (uji  $t$ ) kualitas pelayanan yang terdiri dari 6 indikator, diketahui ada satu variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BSI Kantor Cabang Amuntai, yaitu variabel Responsiveness.

## 5.2 Saran

1. Bagi PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Amuntai, dianjurkan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang meliputi Compliance (kepatuhan), Assurance (jaminan), Reability (keandalan), Tangible (bukti fisik), Emphaty (empati/peduli), Responsiveness (ketanggapan) dan mempertahankan variabel Responsiveness juga meningkatkan variabel-variabel yang belum dominan khususnya variabel Emphaty.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penelitian lain tentang kualitas pelayanan dengan menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi lebih besar dari penelitian ini. Sehingga hasil yang didapatkan dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi perkembangan masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, M. (2018) 'Islamic Bank Service Quality and Its Impact on Indonesian Customers' Satisfaction and Loyalty', *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 10(2), pp. 367–388. doi: 10.15408/aiq.v10i2.7135.
- Aldila, S. A. and Ibdalsyah, H. (2018) 'Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Model CARTER Di BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor', *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syari'ah. State Institute of Islamic Studies (Tulungagung)*, 4(2).
- Arikunto, S. (2010) *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Astuti, S. P., Wilasari, W. and Utami, D. E. (2012) 'Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Bank Syariah Penelitian Dengan Fuzzy Servqual Dan Dimensi Carter', *International Research Journal Of Business Studies*, 2(1).
- Cahyani, P. D. (2016) 'Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta', *ESENSI*, 6(2), pp. 151–162. doi: 10.15408/ess.v6i2.3570.
- Echo Perdana, K. (2016) *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen FE UBB.
- Fauzi, A. A. (2019) 'Mengukur pengaruh kualitas layanan model CARTER terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah Indonesia', *Journal of Business & Banking*, 6(2). doi: 10.14414/jbb.v6i2.718.
- Haris, R. and Lasika, M. D. (2019) 'Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Islami Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Outlet Rabbani DI KOTA JAMBI', *ILTIZAM Journal of Shariah Economic Research*, 3(2), p. 57. doi: 10.30631/iltizam.v3i2.535.
- Hasan, H. (2006) 'Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang', *Akses*, 1(1), p. 56479.
- Hasan, I. (2001) *Pokok-pokok materi statistik I*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Imansyah, I. and Irawan, H. (2017) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Kerta Gaya Pusaka Cabang Kandangan', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 3(3). doi: 10.35972/jieb.v3i3.133.
- Juniawan, A. (2014) 'Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Jakarta', *Liquidity*, 3(1), pp. 51–59.
- Khaliq, R. (2019) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan', *RELEVANCE* :

*Journal of Management and Business*, 2(1). doi: 10.22515/relevance.v2i1.1609.

- Khamis, F. M. and AbRashid, R. (2018) 'Service quality and customer's satisfaction in Tanzania's Islamic banks: A case study at People's Bank of Zanzibar (PBZ)', *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), pp. 884–900. doi: 10.1108/JIMA-09-2016-0068.
- Kojo, A. I., Kindangen, P. and Uhing, Y. (2019) 'Pengaruh Manajemen Perubahan, Budaya Organisasi Dan Keterlibatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Bank Sulut Go', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3).
- Krisdianti, D. L. (2019) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Malang Town Square', p. 9.
- Kurniawan, A. W. and Puspitaningtyas, Z. (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Buku.
- Lauw, J. (2013) 'Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square Dan The Square Surabaya', *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).
- Maulana, A. S. (2016) 'Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI', *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), p. 78663.
- Misbach, I. (2017) 'Pengaruh Islamic Bank Service Quality terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Bank Umum Syariah', *Jurnal Telaah Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), pp. 55–77.
- Mustofa, U. A. and Siyamto, Y. (2017) 'Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Surakarta', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02). doi: 10.29040/jiei.v1i02.32.
- Nasfi, N., Rahmad, R. and Sabri, S. (2020) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah', *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(1), pp. 19–38.
- Osman, 'Ismah *et al.* (2009) 'Customers Satisfaction in Malaysian Islamic Banking', *International Journal of Economics and Finance*, 1(1), p. p197. doi: 10.5539/ijef.v1n1p197.
- Othman, A. and Owen, L. (2001) 'The multi dimensionality of Carter Model to measure customer service quality (SQ) in Islamic banking industry: a study in Kuwait finance house', *International Journal of Islamic Financial Services*, 3(4), pp. 1–12.

- Pasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. (1988) 'SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality.', *Journal Of Retailing*, 64, p. 30.
- Putra, R. P. and Herianingrum, S. (2014) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya', *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 1(9).
- Ramdhani, M. A., Ramdhani, A. and Kurniati, D. M. (2011) 'The Influence Of Service Quality Toward Customer Satisfaction Of Islamic Sharia Bank', p. 6.
- Randi, S., Mery, T. and Purbo, J. (2020) *Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah*. PhD Thesis. Universitas Bung Hatta.
- Reni, D. and Asmawati, S. (2018) 'Kualitas Pelayanan Frontliner dan Kepuasan Nasabah', *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 7(2). doi: 10.47903/ji.v7i2.51.
- Rochmat Aldy, P. (2016) *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group.
- Rohmati, D. and Fanani, S. (2016) 'Implementasi kualitas pelayanan pendekatan CARTER dan pengaruhnya terhadap kepuasan UJKS koperasi karyawan', *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 3(3), p. 203.
- Sofyan, I. L., Pradhanawati, A. and Nugraha, H. S. (2013) 'Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas, Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Star Clean Car Wash Semarang', p. 12.
- Sriwidodo, U. (2010) 'Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah', 10(2), p. 10.
- Statistik Perbankan Indonesia* (2021). Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suhardi, D. and Gadzali, S. S. (2020) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt.Bank Mandiri Republik Indonesia Unit Tanjung Siang', *The World of Business Administration Journal*, pp. 20–42. doi: 10.37950/wbaj.vi.745.
- Suheriadi (2020) 'Ini Dia Bank Dengan Pelayanan Terbaik Tahun 2020', *Infobanknews*, 23 July. Available at: <https://infobanknews.com/topnews/ini-dia-bank-dengan-pelayanan-terbaik-tahun-2020/> (Accessed: 8 February 2021).

- Sujana, I. W. (2020) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah di Kota BauBau', *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 3(2), pp. 187–199.
- Suswati, D., Adillah, F. and Purwoko, P. (2019) 'Kualitas Pelayanan Sebagai Determinan Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bangun Drajat Warga', *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), pp. 137–148.
- Syahrum and Salim (2007) *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Medan: Citapustaka Media.
- Syamsi, S. (2008) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen pada Siswa Bimbingan dan Konsultasi Belajar Al Qolam Bandarlampung', *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 5(1), p. 17227.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L. and Parasuraman, A. (1996) 'The behavioral consequences of service quality', *Journal of marketing*, 60(2), pp. 31–46.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### 1. Hasil SPSS 25

##### a. Uji Validitas dan Reabilitas

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	SKOR
X1.1	Pearson Correlation	1	.099	.086	.070	.577**
	Sig. (2-tailed)		.326	.393	.489	.005
	N	120	120	120	120	120
X1.2	Pearson Correlation	.099	1	.624**	-.170	.590**
	Sig. (2-tailed)	.326		.000	.090	.000
	N	120	120	120	120	120
X1.3	Pearson Correlation	.086	.624**	1	-.078	.612**
	Sig. (2-tailed)	.393	.000		.443	.000
	N	120	120	120	120	120
X1.4	Pearson Correlation	-.070	-.170	-.078	1	.578**
	Sig. (2-tailed)	.489	.090	.443		.000
	N	120	120	120	120	120
SKOR	Pearson Correlation	.277**	.490**	.612**	.578**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	4

## Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	SKOR
X2.1	Pearson Correlation	1	.604**	.540**	.458**	.774**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X2.2	Pearson Correlation	.604**	1	.628**	.478**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X2.3	Pearson Correlation	.540**	.628**	1	.604**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X2.4	Pearson Correlation	.458**	.478**	.604**	1	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120
SKOR	Pearson Correlation	.774**	.799**	.837**	.750**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	4

## Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	SKOR
X3.1	Pearson Correlation	1	-.061	-.013	-.109	.550**
	Sig. (2-tailed)		.545	.896	.279	.000
	N	120	120	120	120	120
X3.2	Pearson Correlation	-.061	1	.313**	.084	.540**
	Sig. (2-tailed)	.545		.002	.408	.000
	N	120	120	120	120	120
X3.3	Pearson Correlation	-.013	.313**	1	.299**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.896	.002		.002	.000
	N	120	120	120	120	120
X3.4	Pearson Correlation	-.109	.084	.299**	1	.535*
	Sig. (2-tailed)	.279	.408	.002		.018
	N	120	120	120	120	120
SKOR	Pearson Correlation	.450**	.540**	.709**	.235*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.018	
	N	120	120	120	120	120

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	4

## Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	SKOR
X4.1	Pearson Correlation	1	.342**	.293**	.175	.749**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.082	.000
	N	120	120	120	120	120
X4.2	Pearson Correlation	.342**	1	.093	.115	.570**
	Sig. (2-tailed)	.000		.358	.256	.000
	N	120	120	120	120	120
X4.3	Pearson Correlation	-.293**	-.093	1	.192	.633**
	Sig. (2-tailed)	.003	.358		.056	.000
	N	120	120	120	120	120
X4.4	Pearson Correlation	.175	.115	.192	1	.710**
	Sig. (2-tailed)	.082	.256	.056		.000
	N	120	120	120	120	120
SKOR	Pearson Correlation	.349**	.400**	.433**	.710**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	4

## Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	SKOR
X5.1	Pearson Correlation	1	.255 <sup>*</sup>	.375 <sup>**</sup>	.057	.564 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		.010	.000	.571	.000
	N	120	120	120	120	120
X5.2	Pearson Correlation	.255 <sup>*</sup>	1	.224 <sup>*</sup>	.401 <sup>**</sup>	.732 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.010		.025	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X5.3	Pearson Correlation	.375 <sup>**</sup>	.224 <sup>*</sup>	1	.041	.507 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.025		.682	.000
	N	120	120	120	120	120
X5.4	Pearson Correlation	.057	.401 <sup>**</sup>	.041	1	.670 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.571	.000	.682		.000
	N	120	120	120	120	120
SKOR	Pearson Correlation	.564 <sup>**</sup>	.732 <sup>**</sup>	.507 <sup>**</sup>	.670 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.735	4

## Correlations

		X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	SKOR
X6.1	Pearson Correlation	1	.061	.013	.109	.590**
	Sig. (2-tailed)		.545	.896	.279	.000
	N	120	120	120	120	120
X6.2	Pearson Correlation	-.061	1	.313**	.084	.640**
	Sig. (2-tailed)	.545		.002	.408	.000
	N	120	120	120	120	120
X6.3	Pearson Correlation	-.013	.313**	1	.299**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.896	.002		.002	.000
	N	120	120	120	120	120
X6.4	Pearson Correlation	-.109	.084	.299**	1	.545*
	Sig. (2-tailed)	.279	.408	.002		.018
	N	120	120	120	120	120
SKOR	Pearson Correlation	.450**	.540**	.709**	.235*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.018	
	N	120	120	120	120	120

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	4

## Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	SKOR
Y.1	Pearson Correlation	1	.627**	.472**	.303**	.782**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000
	N	120	120	120	120	120
Y.2	Pearson Correlation	.627**	1	.463**	.115	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.253	.000
	N	120	120	120	120	120
Y.3	Pearson Correlation	.472**	.463**	1	.364**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120
Y.4	Pearson Correlation	.303**	.115	.364**	1	.645**
	Sig. (2-tailed)	.002	.253	.000		.000
	N	120	120	120	120	120
SKOR	Pearson Correlation	.782**	.700**	.737**	.645**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.735	4

## b. Analisis Regresi Linier Berganda

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820 <sup>a</sup>	.897	.499	1.635

a. Predictors: (Constant),

Kepatuhan,Jaminan,Kehandalan,Fisisk,Empati,Ketanggapan

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	273.711	4	68.428	<b>25.608</b>	<b>.000<sup>b</sup></b>
	Residual	253.849	95	2.672		
	Total	527.560	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepatuhan,Jaminan,Kehandalan,Fisisk,Empati,Ketanggapan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	<b>(Constant)</b>	<b>2.686</b>	<b>2.880</b>		<b>.933</b>	<b>.053</b>
	<i>Compliance</i>	<b>.624</b>	<b>.115</b>	<b>.432</b>	<b>5.434</b>	<b>.000</b>
	<i>Assurance</i>	<b>.282</b>	<b>.158</b>	<b>.424</b>	<b>4.372</b>	<b>.032</b>
	<i>Realibility</i>	<b>.290</b>	<b>.071</b>	<b>.364</b>	<b>4.067</b>	<b>.000</b>
	<i>Tagible</i>	<b>.264</b>	<b>.097</b>	<b>.231</b>	<b>2.710</b>	<b>.038</b>
	<i>Emphaty</i>	<b>.601</b>	<b>.446</b>	<b>.080</b>	<b>3.158</b>	<b>.025</b>
	<i>Responsiveness</i>	<b>.869</b>	<b>.925</b>	<b>.921</b>	<b>8.692</b>	<b>.020</b>

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

c. Pengujian Asumsi Klasik

Asumsi Heteroskedasitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.213	4.037		.112	.911
	<i>Compliance</i>	-8.315	4.632	-.018	-.114	.910
	<i>Assurance</i>	-15.621	16.705	-.015	-.094	.926
	<i>Realibility</i>	.017	.015	.240	1.163	.249
	<i>Tagible</i>	-8.315	4.632	-.018	-.114	.910
	<i>Emphaty</i>	-15.621	16.705	-.015	-.094	.926
	<i>Responsiveness</i>	.017	.015	.240	1.163	.249

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.56
	Absolute	.086
Most Extreme Differences	Positive	.086
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		.778
Asymp. Sig. (2-tailed)		.994

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Asumsi Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
<b>(Constant)</b>	.0064	0.279		-2.435	.018		
<b>Compliance</b>	.439	.616	.066	.994	.324	.544	1.839
<b>Assurance</b>	.801	.446	.080	1.158	.251	.509	1.966
<b>Realibility</b>	.269	.025	.921	1.692	.000	.327	3.061
<b>Tagible</b>	.624	.115	.432	5.434	.000	.890	1.251
<b>Emphaty</b>	.218	.127	.424	2.12	.029	.697	1.675
<b>Responsiveness</b>	.290	.071	.364	4.067	.000	.773	1.728

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

### Asumsi Autokolerasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.820 <sup>a</sup>	.897	.499	1.635	<b>1.916</b>

a. Predictors: (Constant), Kepatuhan, Jaminan, Kehandalan, Fisik, Empati, ketanggapan

b. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

## 2. Lampiran

### Kuesioner Penelitian

#### KOESIONER PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk Pengaruh Dimensi CARTER Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai. Tidak ada kriteria benar atau salah dalam pengisian kuesioner ini untuk itu saya memohon agar Bapak/Ibu/Saudara/i, dapat memberikan jawaban pada setiap pertanyaan.

Adapun tujuan dari kuesioner ini adalah:

1. Tujuan kuesioner ini untuk memperoleh gambaran secara obyektif Pengaruh Dimensi CARTER Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai.
2. Nilai yang diberikan oleh nasabah diharapkan sebagai nilai yang dapat dipertanggung jawabkan.
3. Hasil dari pengisian kuesioner ini akan digunakan untuk bahan penyusunan Pengaruh Dimensi CARTER Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai.
4. Seluruh informasi yang terkumpul akan saya gunakan untuk kepentingan akademis dan tidak akan saya berikan ke pihak lain. Selanjutnya data yang terkumpul akan disajikan tanpa mencantumkan nama orang dan organisasi, sehingga data tersebut tersaji dalam bentuk keseluruhan dan bukan data individu Bapak/Ibu/Saudara/i.
5. Keterangan nilai skala:  
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Dimana Alternatif Jawaban Pengaruh Dimensi CARTER Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai, dapat dijabarkan sebagai berikut:
  - a) Sangat Setuju (SS) dengan nilai 5

- b) Setuju (S) dengan nilai 4
- c) Netral (N) dengan nilai 3
- d) Tidak Setuju (TS) dengan nilai 2
- e) Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1

#### **Data Responden**

Nama Responden :

Jenis Kelamin :

Laki-Laki

Perempuan

Usia :

< 17 Tahun

31-45 Tahun

17-20 Tahun

46-60 Tahun

21-30 Tahun

> 61 Tahun Keatas

Status Pernikahan :

Menikah

Belum Menikah

Pendidikan Terakhir :

SD

SMA/SMK/MAN

SMP/MTSN

Diploma/Sarjana

Pekerjaan :

Pegawai Negeri

Wiraswasta

Pegawai Swasta

Pelajar/Mahasiswa

Lainnya.....

Penghasilan Anda Sebulan :

< Rp 500.000.-

Rp 500.000.- s.d Rp 1.000.000.-

Rp 1.000.000.- s.d Rp 3.000.000.

Rp 3.000.000.- s.d Rp 5.000.000.-

> Rp 5.000.000.-

Berilah tanda ceklis/centang (√) pada satu kolom yang paling sesuai menurut bapak/ibu rasakan pada setiap pertanyaan berikut.

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
<b>Variabel Compliance (Kepatuhan.X1)</b>						
1.	Bank memberikan produk dan jasa syariah kepada nasabahnya					
2.	Produk yang ditawarkan bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (Gharar)					
3.	Tidak ada pembayaran bunga baik untuk tabungan maupun pinjaman di bank syariah					
4.	Bank syariah menawarkan produk investasi bagi hasil					

<b>Variabel Assurance (Jaminan.X2)</b>					
5.	Karyawan bank sopan serta bersahabat kepada nasabah				
6.	Karyawan bank memberikan saya kepercayaan terhadap bank yang dipilih				
7.	Karyawan bank merekomendasi keamanan jaminan kepada nasabah				
8.	Kemampuan karyawan memberikan pelayanan yang ramah ke nasabah				
<b>Variabel Reliability (Kehandalan.X3)</b>					
9.	Pelayanan yang diberikan pihak bank tepat waktu				
10.	Bank memberikan layanan menjanjikan kepada nasabah dengan cara handal				
11.	Bank dapat membantu mengatasi permasalahan saya				
12.	Bank memberikan pelayanan yang terbaik kepada saya				
<b>Variabel Tangible (Bukti Fisik.X4)</b>					
13.	Lokasi bank yang sangat strategis atau mudah dijangkau				
14.	Fasilitas yang dimiliki sudah memadai untuk bertransaksi				
15.	Ruang kantor yang bersih				
16.	Penampilan karyawan rapi dan menarik				
<b>Variabel Empathy (Empati.X5)</b>					
17.	Karyawan bank memberikan perhatian kepada saya				

18.	Karyawan bank memahami kebutuhan saya					
19.	Karyawan bank membantu saya dengan tulus dan senang hati					
20.	Karyawan bank selalu meminta maaf apabila ada pelayanan yang kurang baik dalam melaksanakan tugasnya					
<b>Variabel Responsiveness (Ketanggapan.X6)</b>						
21.	Karyawan bank tanggap ketika nasabah meminta bantuan					
22.	Cepat dalam menangani transaksi serta keluhan saya					
23.	Mampu menyelesaikan keluhan saya dalam hal transaksi					
24.	Adanya pemberitahuan dari karyawan terkait transaksi yang saya lakukan di bank					
<b>Variabel Kepuasan Nasabah</b>						
25.	Sistem yang diterapkan membuat saya merasa senang untuk terus menggunakan produk dari PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Amuntai					
26.	Menurut saya produk dan layanan yang diberikan PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Amuntai telah memenuhi harapan saya					
27.	Saya merasa puas dengan fasilitas serta sarana dan prasarana yang disediakan PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Amuntai					
28.	Saya merasa puas dengan kemudahan dan keamanan dalam setiap transaksi di PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Amuntai					

### 3. Lampiran Surat Balasan Penelitian PT. BSI Kantor Cabang Amuntai



30 April 2021  
No. 01/035-3/0532  
Lampiran: -

Kepada  
Universitas Islam Negeri  
Maulana Malik Ibrahim Malang  
Fakultas Ekonomi

Up.: Yth. Dekan Bagian Kemahasiswaan dan Kerjasama

Perihal : **PERSETUJUAN PENELITIAN (RISET) SKRIPSI MAHASISWA DI BANK SYARIAH INDONESIA Tbk. BRANCH OFFICE AMUNTAI**

**PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk**  
KCP Amuntai  
Jl. Abdul Aziz No. 100 Kel. Antasari  
Kec. Amuntai Tengah HSU - 71411  
Kabupaten Selatan  
T : +62 527 63377  
F : +62 527 63321  
[www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id)

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Bapak dan seluruh staff senantiasa sehat wal'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Menunjuk perihal dan referensi tersebut di atas, dengan ini kami menyampaikan persetujuan penelitian (riset) mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan data sebagai berikut :

No	Nama / NIM	Jurusan / Universitas	Judul Penelitian
1	Akhmad Mujiburrahman/ 17540005	Perbankan Syariah / UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	Pengaruh Dimensi CARTER Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BSI Kantor Cabang Amuntai

Kami sampaikan kembali bahwa selama pelaksanaan ini agar memperhatikan dan mematuhi ketentuan, sebagai berikut:

1. Peserta riset harus mematuhi UU Perbankan No 10 tahun 1998 serta ketentuan intern Bank Syariah Mandiri yang menyangkut prinsip-prinsip kerahasiaan bank.
2. Peserta riset harus mematuhi Peraturan Bank Syariah Indonesia perihal Riset, Survey, Penelitian ilmiah, Pengisian Kuesioner bagi mahasiswa dalam rangka penyusunan skripsi; program studi S.1-S.2 dan praktek kerja lapangan/magang bagi siswa sekolah menengah kejuruan/diploma.
3. Peserta riset hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarkannya kepada pihak lain.
4. Peserta riset tidak diperkenankan menyalin (fotocopy) data dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi.
5. Peserta melaksanakan riset selama ± 2 (dua) minggu
6. Peserta riset di bawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank.
7. Peserta riset menyerahkan 1 (satu) buah copy hasil riset yang telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing dan pejabat Bank Syariah Mandiri.

---

Demikian kami sampaikan, atas perhatian Bapak kami mengucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb

PT BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk  
BRANCH OFFICE AMUNTAI



Tajuddin Noor  
Branch Manager



Muhammad Rifki  
Branch Operation & Service Manager

#### 4. Lampiran

##### Bukti Konsultasi




#### BUKTI KONSULTASI










Nama : Akhmad Mujiburrahman

NIM/Jurusan : 17540005/Perbankan Syariah

Pembimbing : Dr. Siswanto, S.E., M.M

Judul Skripsi : Pengaruh Dimensi CARTER Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	TTD Pembimbing
1.	18 – 01 - 2021	Bimbingan pertama dengan mekanisme bimbingan online melalui aplikasi zoom dan membahas Bab 1 (Pendahuluan).	1. 
2.	26 – 01 – 2021	Bimbingan Kedua dengan mekanisme bimbingan online melalui aplikasi zoom dan membahas mengenai 1. Revisi judul 2. Revisi Bab 1 (Pendahuluan) 3. Penambahan Penelitian terdahulu 4. Sistematika penulisan yang baik dan benar	2. 
3.	05 – 02 – 2021	Bimbingan Ketiga dengan mekanisme bimbingan online melalui aplikasi zoom dan membahas mengenai 1. Penambahan referensi dari penelitian terdahulu 2. Sistematika penulisan yang baik dan benar	3. 

4.	05 – 03 - 2021	Bimbingan Keempat dengan mekanisme bimbingan online melalui aplikasi zoom dan membahas mengenai 1. Penambahan penelitian terdahulu 2. menambahkan hubungan antar variabel berdasarkan jurnal yang sudah ada	4. 
5.	29 – 03 – 2021	Bimbingan Kelima dengan mekanisme bimbingan online melalui aplikasi zoom dan membahas mengenai perbaikan kuesioner penelitian	5. 
6.	06 – 04 – 2021	ACC hasil revisi ujian proposal	6. 
7.	21– 04 – 2021	Revisi hasil ujian proposal	7. 
8.	30 – 04 – 2021	Acc hasil revisi ujian proposal	8. 
9.	29 – 06 – 2021	Konsultasi Bab 4 dan 5	9. 
10.	01 – 07 - 2021	1. Revisi terkait penulisan 2. Revisi Bab 4 dan 5	10. 
11.	05 – 07 - 2021	ACC untuk mengikuti ujian Semhas	11. 
12.	16 – 07 -2021	Revisi ujian Semhas	12. 

13.	19 -07 - 2021	ACC dan Daftar Ujian Skripsi	13. 
-----	---------------	------------------------------	---

Malang, 20 Juli 2021

Mengetahui

Dekan Jurusan,



**Edo Supriyanto, SE., M.Si., Ph.D.**  
NIP. 19751109 199903 1 003

## 5. Lampiran Surat

### Keterangan Bebas Plagiarisme



**KEMENTRIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME (FORM C)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zuraidah, SE., M.SA  
NIP : 19761210 200912 2 001  
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Akhmad Mujiburrahman  
NIM : 17540005  
Handphone : 082214969722  
Konsentrasi : Entreprenuer  
Email : [akh.mujiбраhman2016@gmail.com](mailto:akh.mujiбраhman2016@gmail.com)  
Judul Skripsi : Pengaruh Dimensi CARTER Pada Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BSI Kantor Cabang Amuntai

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
24%	26%	9%	7%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 10 Agustus 2021  
UP2M

Zuraidah, SE., M.SA  
NIP 197612102009122 001

## 6. Lampiran

### Hasil Turnitin

Skripsi			
ORIGINALITY REPORT			
24%	26%	9%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	<a href="http://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	6%	
2	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	3%	
3	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source	3%	
4	<a href="http://repository.uinsu.ac.id">repository.uinsu.ac.id</a> Internet Source	2%	
5	<a href="http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id">e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id</a> Internet Source	1%	
6	<a href="http://eprints.ubhara.ac.id">eprints.ubhara.ac.id</a> Internet Source	1%	
7	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	1%	
8	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	1%	
9	<a href="http://repository.iainpare.ac.id">repository.iainpare.ac.id</a> Internet Source	1%	

10	<a href="http://journal.perbanas.ac.id">journal.perbanas.ac.id</a> Internet Source	1%
11	<a href="http://idr.uin-antasari.ac.id">idr.uin-antasari.ac.id</a> Internet Source	1%
12	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	1%
13	<a href="http://digilibadmin.unismuh.ac.id">digilibadmin.unismuh.ac.id</a> Internet Source	1%
14	<a href="http://etheses.iainponorogo.ac.id">etheses.iainponorogo.ac.id</a> Internet Source	1%
15	<a href="http://digilib.uinsby.ac.id">digilib.uinsby.ac.id</a> Internet Source	1%
16	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	1%

## 7. Lampiran

### Biodata

#### BIODATA PENELITI



Nama : Akhmad Mujiburrahman  
 Tempat, Tanggal Lahir : Amuntai, 04 Mei 1999  
 Alamat : JL. Jermani Husin Rt. 01 No.09 Desa Beringin  
 Kec. Banjang Prov. Kalimantan Selatan 71416  
 No. HP : 082 214 969 722  
 E-mail : [akh.mujibrahman2016@gmail.com](mailto:akh.mujibrahman2016@gmail.com)

#### Riwayat Pendidikan

2004 – 2005 : TK Pertiwi Ranting 2 Kalintamui  
 2005 – 2011 : MIN Kalintamui  
 2011 – 2014 : MTSN Model Amuntai  
 2014 – 2017 : MAN 2 Amuntai

#### Riwayat Organisasi

2018 – 2019 : Anggota UKM Seni Religius  
 2018 – 2020 : CO Keagamaan IPMA Amuntai  
 2018 – 2020 : Anggota HIMAKAL  
 2019 – 2021 : Wakil Komunitas Entrepreneur Perbankan Syariah  
 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

## 8. Lampiran

### Foto dan Dokumentai

