

**PENGARUH PELAYANAN PEMBAYARAN SPP TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA BRI SYARIAH
(Study Kasus Mahasiswa UIN Suska Riau
Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum)**

S K R I P S I

**Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E. Sy)**



Oleh:

**RIZKI AMELYA
NIM : 10925006459**

**PROGRAM STRATA 1 (S1)
JURUSAN EKONOMI ISLAM**

FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2013

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul : **“Pengaruh Pelayanan Pembayaran SPP Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BRI Syariah (Study Kasus Mahasiswa UIN Suska Riau Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum)”**. BRI Syariah ini merupakan salah satu lembaga keuangan Syari’ah yang sedang berkembang pada saat ini. Dimana salah satu kegiatannya adalah bekerja sama dengan UIN Suska Riau dalam hal pembayaran SPP bagi mahasiswa.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena nasabah semakin kritis, mereka tidak akan tinggal diam apabila merasa tidak memperoleh kepuasan sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan atas jasa yang diperolehnya. Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan nasabah, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan pelayanan terhadap populasi sasaran.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan dengan kepuasan nasabah dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang hubungan antara pelayanan dan kepuasan konsumen.

Sedangkan tujuan dan kegunaan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan dengan kepuasan nasabah. Untuk mengetahui bagaimanakah tinjauan Ekonomi Islam tentang hubungan antara pelayanan dan kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan pada Adapun penelitian ini berlokasi di UIN Suska Riau Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Jl. H. R. Soebrantas No. 115 Km. 15 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru. Adapun yang menjadi alasan penulis melakukan penelitian ditempat ini dikarenakan bank BRI Syariah Pekanbaru merupakan salah satu bank BUMN yang melakukan kerja sama dengan UIN SUSKA Riau dalam hal pendidikan yaitu berupa fasilitas pembayaran SPP bagi mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 670 orang, sedangkan sampel yang diambil dengan menggunakan rumus Slovin sebanyak 87 orang.

Sumber data adalah subyek darimana data dapat diperoleh. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UIN Suska Riau Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner, observasi dan study pustaka.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel pelayanan terhadap kepuasan pada BRI Syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai korelasi sebesar 0,748. Besarnya koefisien determinasinya adalah sebesar 0,560, mengandung pengertian bahwa pengaruh pelayanan terhadap kepuasan adalah sebesar 56 % sedangkan 44 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel pelayanan terhadap kepuasan BRI Syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai dari t hitung (10,402) > t tabel (1,988) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Dimana variabel independent berupa pelayanan dan variabel dependent berupa kepuasan.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Mengucapkan alhamdulillah sebagai syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan judul “**PENGARUH PELAYANAN PEMBAYARAN SPP TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BRI SYARIAH (Study Kasus Mahasiswa UIN Suska Riau Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum)**”. Penyusunan skripsi ini adalah salah satu persyaratan guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE. Sy) pada jurusan Ekonomi Islam S1 Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN SUSKA) Riau.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis telah menerima masukan, saran dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibunda Desriyenni, Ayahanda Bahrum SKM, Kakannda Prayoga Wiguna, Adinda Nada Nadifa dan seluruh keluarga besarku yang telah banyak memberikan dorongan, semangat dan do'a yang tiada henti-hentinya kepada penulis dalam mencapai cita-cita ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. M. Nazir selaku rektor UIN SUSKA Riau.
3. Bapak Dr. Akbarizan MA, M.Pd selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN SUSKA Riau.
4. Bapak Mawardi M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam

5. Bapak Syamsurizal SE, MSc, Ak yang telah banyak memotivasi, memberi kritik, arahan dan saran, penulis ucapkan banyak terima kasih.
6. Ibu Sofia Hardani, MA selaku Penasehat Akademis yang telah memotivasi dari awal kuliah sampai sekarang.
7. Para Dosen dan seluruh Staf Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis.
8. Ibu Rika, selaku sekretaris BRI Syariah yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini dan mempermudah dalam mendapatkan data yang dibutuhkan penulis.
9. Seluruh teman-teman seperjuanganku Paragawati, Rani Rahmi Wiyanti, Noraida, Zuriyani, Icha, Gusti, Hari, Chilli (Sofi, Dina, Leni, Putri) dan masih banyak lagi yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu dari Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum dan paling spesial saya ucapkan terima kasih kepada Dori Oktario yang telah memberikan masukan, bertukar ilmu pengetahuan dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan penulis berharap semoga pembaca dapat memberikan kritikan dan saran yang bersifat konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini dan semoga ada manfaatnya.

Pekanbaru, 19 Juni 2013
Penulis

RIZKI AMELYA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
E. Metode Penelitian	8
F. Model Penelitian.....	14
G. Hipotesis	15
H. Variabel	15
I. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	18
A. Sejarah Singkat Berdirinya Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum	18
B. Visi Dan Misi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum	21
C. Struktur Organisasi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum	22
D. Sejarah Singkat Bri Syariah Pekanbaru.....	24
E. Visi Dan Misi Bri Syariah Pekanbaru	25
F. Struktur Organisasi Bri Syariah Pekanbaru.....	27
BAB III LANDASAN TEORITIS.....	28
A. Pengertian Pelayanan.....	28
B. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik	31
C. Etiket Pelayanan Nasabah	33
D. Dasar-dasar Pelayanan Nasabah.....	34
E. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam.....	36
F. Pengertian Kepuasan Nasabah	40
G. Faktor - faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.	43
H. Kepuasan Nasabah (Pelanggan)	45
I. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	48
J. Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Karakteristik Responden	52
B. Deskripsi Variabel	52
C. Analisa Data	72
D. Hubungan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menurut Ekonomi Islam.....	79
 BAB V PENUTUP	 83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga keuangan seperti perbankan merupakan instrumen penting dalam memperlancar jalannya pembangunan suatu bangsa. Perbankan syariah telah memasuki persaingan berskala global, merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah untuk dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Bank syariah yang berdiri begitu banyak, konsumen akan dihadapkan pada banyak pilihan akan produk bank syariah yang ditawarkan. Pelayanan yang harus diberikan bank kepada nasabah sangat penting. Oleh karena itu persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan pesaingnya.

UU RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau / bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat¹.

Bentuk perkembangan muamalah dalam Islam dibidang ekonomi, terlihat dengan adanya lembaga keuangan yakni perbankan yang beroperasi secara syariah. Menurut UU RI No.28 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan

¹ Zubairi Hasan, *Undang-Undang Perbankan Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 260

prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Bank Umum Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan, Bank Pembiayaan rakyat Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran². Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, juga dijelaskan bahwasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau Unit Usaha Syariah. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dalam bentuk simpanan berdasarkan akad antara bank syariah atau Unit Usaha Syariah dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah investor adalah nasabah yang menempatkan dananya di Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dalam bentuk investasi berdasarkan akad antara Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah penerima fasilitas adalah nasabah yang memperoleh fasilitas dana atau layanan yang memuaskan.

Kepuasan nasabah menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis, konsumen dan sebagainya. Engel menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Kotler menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat

²*Ibid.*

perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya³.

Kepuasan pelanggan ini disebabkan semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena nasabah akan menyebarkan rasa puasnya kepada calon nasabah, sehingga akan menaikkan reputasi pemberi jasa, terutama jasa perbankan syariah.

Meningkatkan kepuasan nasabah, perusahaan perbankan harus memahami salah satu yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu pelayanan. Pelayanan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya cara melayani⁴. Pelayanan menurut Sofyan Assori, Pelayanan adalah seluruh kegiatan yang membuat pelanggan secara mudah mencapai atau memenuhi kepentingannya. Menurut Zeithaml dan Bitner, jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang *outputnya* bukan lah produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (seperti : kenyamanan, hiburan, kecepatan, dan kesehatan) yang secara prinsip adalah *intangible* bagi pembeli pertamanya⁵.

Kotler mendefinisikan jasa adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya yang

³Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 3*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008),h. 24

⁴EM Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Edisi Revisi*, (Semarang: Difa Publishers, 2008) Cet. 3, h. 520

⁵ Dr. Husein Umar, *Study Kelayakan Bisnis Edisi 3 Revisi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997), h. 10.

tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk fisik. Meskipun demikian, semakin banyak produsen, distributor, dan pengecer yang menyediakan jasa yang bernilai tambah, atau layanan pelanggan yang sangat baik, atau mendeferensiasikan diri mereka⁶.

Definisi diatas dapat disimpulkan bahwa jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja yang tidak berwujud dan cepat hilang, dimana pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Kondisi cepat atau lambatnya pertumbuhan jasa sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja atau penampilan yang ditawarkan oleh pihak produsen.

Kualitas pelayanan suatu bank tidak selalu berkaitan dengan kepemilikan bank tersebut. Bank selalu berusaha membuat sistem pelayanan dengan sebaik-baiknya agar diminati nasabah. Sehingga sangat wajar jika perbankan memperhatikan masalah pelayanan. Kepuasan nasabah menjadi tujuan utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan agar tetap dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar. Dengan memberikan kepuasan yang tinggi kepada nasabah, bank akan memperoleh reputasi yang baik sehingga dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar, yang akan mampu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Semakin meningkatnya kesadaran nasabah akan haknya untuk memperoleh pelayanan yang baik semakin mendorong perusahaan untuk memperhatikan kepuasan nasabahnya.

⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009), h. 36

Konsep kepuasan pelanggan sebenarnya masih bersifat abstrak. Konsumen yang merasa puas akan menjadi pelanggan yang setia. Pencapaian kepuasan pelanggan dapat merupakan proses yang sederhana maupun rumit. Peranan setiap individu baik konsumen maupun penyedia jasa yang terlibat dalam proses penciptaan jasa sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang tercipta. Kotler menyatakan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya.

Nasabah semakin kritis, mereka tidak akan tinggal diam apabila merasa tidak memperoleh kepuasan sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan atas jasa yang diperolehnya. Mereka tidak akan segan-segan mempublikasikan ketidakpuasan mereka kepada umum, bila hal ini terjadi maka akan mengganggu citra bank dan mendatangkan kerugian bagi bank yang bersangkutan. Nasabah yang puas akan setia kepada bank dan akan menjadi alat promosi yang efektif. Membina hubungan yang baik dan mempertahankan keberadaan nasabah tersebut, maka bank dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan, memahami kebutuhan nasabahnya, dan memperhatikan keluhan-keluhan mereka.

Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan nasabah, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran. Umpan balik dan informasi merupakan elemen yang penting dalam membangun sistem

pemberian pelayanan yang efektif, termasuk tingkat kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan publik.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh BRI Syariah bersifat inovatif dan berorientasi pada kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Kepuasan nasabah yang dikaji disini adalah kepuasan mahasiswa UIN Suska Riau Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum dalam pelayanan yang diberikan oleh BRI Syariah.

Penulis mengidentifikasi apakah pelayanan yang selama ini diberikan telah sesuai dengan harapan nasabah. Hal ini sebagai bukti perhatian BRI Syariah Cabang Pekanbaru terhadap kepuasan nasabahnya, terutama untuk mahasiswa Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum yang merasakan pelayanan dari Bank BRI Syariah. Dimulai dari ketika mahasiswa melakukan pembayaran SPP (Sumbangan Pembinaan Pendidikan).

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Adapun tahapan-tahapan yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini dimulai dari uji instrument penelitian hingga uji hipotesis penelitian. Uji instrument penelitian yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan uji hipotesis penelitian terdiri dari analisis regresi linear sederhana, uji t, koefisien korelasi sederhana.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: **“PENGARUH PELAYANAN PEMBAYARAN SPP TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BRI SYARIAH (Study Kasus Mahasiswa UIN Suska Riau Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan dengan kepuasan nasabah?
2. Bagaimana pandangan Islam tentang hubungan antara pelayanan dan kepuasan konsumen ?

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dilakukan agar tidak terjadi perluasan masalah dan lebih memfokuskan kepada permasalahan yang akan diteliti. Adapun batasan masalah tersebut adalah pengaruh pelayanan pembayaran SPP terhadap kepuasan mahasiswa UIN Suska Riau khususnya Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan dengan kepuasan nasabah.
- b. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Islam tentang hubungan antara pelayanan dan kepuasan konsumen.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang hubungan pelayanan pembayaran SPP dengan tingkat kepuasan.
- b. Sebagai syarat untuk memenuhi persyaratan menjadi sarjana strata satu (S.1).

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Adapun penelitian ini berlokasi di UIN Suska Riau Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Jl. H. R. Soebrantas No. 115 Km. 15 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru dan BRI Syariah. Adapun yang menjadi alasan penulis melakukan penelitian ditempat ini dikarenakan bank BRI Syariah Pekanbaru merupakan salah satu bank BUMN yang melakukan kerja sama dengan UIN SUSKA Riau dalam hal pendidikan yaitu berupa fasilitas pembayaran SPP bagi mahasiswa.

2. Sumber dan Jenis Data

(a) Sumber Data

Sumber data adalah subyek darimana data dapat diperoleh⁷.

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah Mahasiswa UIN Suska Riau Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum.

(b) Jenis Data

1. Data Primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.

⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*. (Jakarta: Rineka Cipta. 1998), h.114

Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti.

2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi⁸. Data semacam ini sudah dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan tertentu yang bukan demi keperluan riset yang sedang dilakukan peneliti saat ini secara spesifik⁹.

3. Teknik dan Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara :

- a. Kuisioner merupakan alat pengumpulan data yang berupa serangkaian daftar pertanyaan untuk dijawab responden¹⁰.
- b. Observasi yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan yang mendalam terhadap objek penelitian.
- c. Studi Pustaka yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menelusuri file atau dokumen-dokumen serta informasi yang berkaitan dengan objek penelitian.

4. Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum angkatan 2011/2012. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara subjektif oleh peneliti ditinjau dari sudut kemudahan,

⁸ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers. 2008), h.102

⁹*Ibid.*,

¹⁰ M. Hariwijaya, *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal dan Skripsi*. (Yogyakarta : Tugu Publisher, 2008, cetakan 4), h. 61

tempat pengambilan sampel, dan jumlah sampel yang akan diambil.

Metode yang digunakan dalam menghitung sampel yaitu metode Slovin.¹¹

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{670}{1 + 670(0,10)^2} \\ &= \frac{670}{7.7} \\ &= 87.01 \text{ atau dibulatkan menjadi } 87 \text{ nasabah}\end{aligned}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan

sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 10%.

Jadi, sampel yang akan diambil sebanyak 87 nasabah.

5. Analisa Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai

berikut :

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

¹¹Husein Umar, *MetodeRisetBisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 146.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrument atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari variable penelitian. Sebuah instrument dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi r hitung r table.¹² Adapun rumus yang dipakai yaitu korelasi pearson produk moment :

$$r_{xy} = \frac{N \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum x^2 i - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y^2 i - (\sum Y_i)^2\}}}$$

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil penelitian atas dasar waktu yang berbeda. Dalam arti lain, reliabilitas digunakan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan dalam waktu yang sama, akan menghasilkan data dan kesimpulan yang juga sama¹³. Rumus reliabilitas dengan metode alfha :

$$= \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s^2}{s^2} \right)$$

dimana : k = jumlah item

s^2 = jumlah varians skor total

s^2 = varians responden untuk item

¹² Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*. (Yogyakarta: Penerbit Mediakom, 2008), h. 16

¹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), h. 42.

3) Uji Normalitas

Sebelum melakukan analisis statistik, maka kenormalan data harus diuji terlebih dahulu. Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data *continue* berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan¹⁴.

b. Uji Hipotesis penelitian

1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y), dimana variabel independent (X) adalah pelayanan, sedangkan variabel dependent (Y) adalah kepuasan. Untuk memprediksi nilai dari variabel dependent apabila variabel independent mengalami kenaikan atau penurunan, dengan persamaan: $Y = a + bX + e$

Dimana : $Y =$ Kepuasan

$a =$ Konstan

$b =$ Koefisien arah regresi linier

$X =$ Pelayanan ¹⁵

$e =$ error term

¹⁴Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2011), h. 109

¹⁵Ibid., h. 216

Nilai dan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$= \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$= \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

2) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5 %. Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut : Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independent terhadap variabel dependent. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independent terhadap variabel dependent.

3) Koefisien Korelasi Sederhana (r)

Uji korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variable dan mengetahui arah hubungan yang terjadi. Pada penelitian ini uji korelasi sederhana dengan metode Pearson Product Moment dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum x^2_i - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y^2_i - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

x = variabel pertama

y = variabel kedua

n = jumlah data

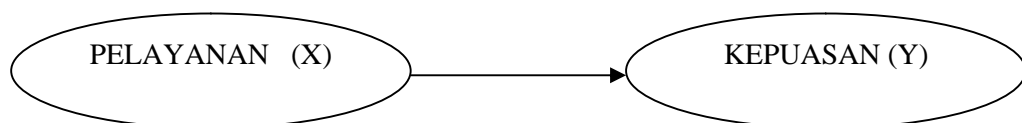
Mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Setiap pertanyaan mempunyai lima alternative jawaban, dengan bobot alternative jawaban sebagai berikut :

1. Alternatif jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1
2. Alternatif jawaban tidak setuju akan diberi skor 2
3. Alternatif jawaban netral akan diberi skor 3
4. Alternatif jawaban setuju akan diberi skor 4
5. Alternatif jawaban sangat setuju akan diberi skor 5

Pengolahan data dalam pembahasan penelitian ini dibantu oleh komputerisasi melalui program SPSS 17.00.

F. Model Penelitian

Model dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa proses proses jasa pelayanan karyawan disuatu perusahaan akan berdampak pada kepuasan konsumen atau nasabahnya. Dengan kata lain jika proses jasa pelayanan karyawan yang sesuai dengan prosedur akan dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen dan akan berdampak baik pada perusahaan. Sebaliknya juga jika proses pelayanan tidak sesuai dengan prosedur tentunya juga dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen atau nasabah. Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



G. Hipotesis

Berdasarkan pada rumusan masalah dapat dirumuskan hipotesis pada penelitian ini yaitu : diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan yang diberikan oleh BRI Syariah terhadap kepuasan nasabah.

H. Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator
1	Kepuasan nasabah (Y)	Fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja melebihi harapan, maka pelanggan amat puas atau senang.	<ol style="list-style-type: none">1. Penampilan2. Kecepatan3. Sarana prasarana4. Kenyamanan5. Sesuai harapan6. Visi dan Misi Sesuai kenyataan7. Keadilan8. Setia9. menggunakan produk jasa10. mengajak orang lain untuk bertransaksi
2	Pelayanan kepada nasabah (X)	Suatu kinerja yang tidak berwujud dan cepat hilang, dimana pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.	<ol style="list-style-type: none">1. Bukti fisik2. Tanggapan3. Jaminan4. Empati5. Kehandalan

I. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penelitian terdiri dari lima bab, masing-masing uraian secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang sejarah singkat berdirinya Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Visi Misi dan Tujuan ekonomi Islam, Struktur Organisasi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, sejarah singkat BRI Syariah, visi misi BRI Syariah, Struktur Organisasi BRI Syariah.

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan mengenai pendekatan dan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Uraian yang disajikan meliputi : pengertian pelayanan, ciri-ciri pelayanan yang baik, etiket pelayanan nasabah, dasar-dasar pelayanan nasabah, kualitas pelayanan dalam pandangan Islam, pengertian pelayanan nasabah, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, kepuasan nasabah (pelanggan), implikasi kepuasan terhadap perilaku pembelian, pengaruh kualitas layanan terhadap

kepuasan konsumen, dan kepuasan konsumen dalam pandangan Islam.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dikemukakan mengenai hasil penelitian yang berhubungan dengan variabel penelitian, pelayanan dan kepuasan yang ditinjau menurut Ekonomi Islam.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil pengolahan data dan keterbatasan-keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini serta saran-saran yang berkaitan dengan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Berdirinya Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum

Pembangunan Nasional pada hakekatnya adalah pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan pembangunan seluruh masyarakat Indonesia. Masyarakat Riau merupakan bagian dari rakyat Indonesia. Perkembangan dunia modern akhir abad ke dua puluh atau awal abad ke dua puluh satu, ditandai dengan kemajuan ini akan membawa perubahan-perubahan dalam kehidupan manusia, baik kehidupan politik, ekonomi maupun sosial budaya.

Bidang politik, peraturan kekuasaan dan pengaruh negara-negara maju atas negara-negara dunia ketiga terus berlanjut. Dalam bidang ekonomi, masyarakat kota yang agraris menjadi masyarakat industri dengan menggunakan teknologi modern. Dalam kaitan ini pengaruh negara-negara maju sangat mewarnai ekonomi bangsa. Dalam bidang sosial budaya, pengaruh budaya asing melalui sistem komunikasi dan informasi modern menjarak jaringan-jaringan sosial budaya, sehingga pergeseran nilai masyarakat dalam memandang dunia kehidupan sangat dirasakan oleh setiap orang.

Dampak negatif dari kondisi tersebut dapat diramalkan bahwa arah kehidupan masyarakat masa mendatang cenderung ke arah materialistis, sekularistis dan individualistis, karena pengaruh keterbukaan yang dinamis dan rasionalis, yang pada akhirnya bermuara kepada pergeseran pandangan terhadap nilai-nilai agama.

Menghadapi perubahan-perubahan yang diakibatkan oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi tersebut, maka peranan para intelektual muslim semakin sangat penting. Mereka harus mampu mengarahkan kemajuan ilmu dan teknologi bernafaskan Islami.

Menyadari kelemahan dan kekurangan akan hal yang demikian maka tokoh agama, pemuka masyarakat dan pemerintah daerah Riau merasa terpanggil untuk mendirikan lembaga pendidikan tinggi yang beridentitas Islam. Ide tersebut menjadi kenyataan dengan usaha membentuk BADAN PELAKSANA AL JAMI'AH AL ISLAMIAH (BAPELA) Riau yang diketuai oleh Datuk Wan Abdurrahman (Wakil Gubernur KDH Tk.I Riau). Sebagai salah satu usaha dari BAPELA adalah pendirian Fakultas Syariah, berdasarkan surat keputusan Menteri Agama No. 79 tahun 1966 tanggal 21 Nopember 1966. Fakultas yang didirikan ini merupakan salah satu Fakultas pada Universitas Islam Riau (UIR) cabang Tembilahan. Pada waktu yang bersamaan dilantiklah Haji Abdul Hamid Sulaiman sebagai Dekan.

Penegerian Fakultas Syariah itu dipersiapkan oleh panitia persiapan penegerian yang dipersiapkan oleh A. Satar Hakim (Bupati KDH Tk. II Indragiri Hilir di Tembilahan).

Setelah di negerikan Fakultas Syariah berinduk kepada IAIN Imam Bonjol Padang. Berhubungan sulitnya transportasi dan komunikasi, maka dengan SK Menteri Agama RI No. 99 Tahun 1967 Tanggal 4 September 1967 berpindah induk ke IAIN Sulthan Thaha Syaifudin Jambi. Tapi juga mengalami kesulitan dan kendala tentang administrasi, maka dengan SK Menteri Agama RI No. 36 Tahun 1969 tanggal 5 Mei 1969 berpindah ke IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Sejak diresmikan berdirinya IAIN Sulthan

Syarif Qasim Pekanbaru, yaitu tanggal 16 September 1970 yang berdasarkan SK. Menteri Agama RI No. 1994 tahun 1970, Fakultas Syariah Tembilahan resmi berinduk ke IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru.

Semula Fakultas Syariah hanya berstatus Fakultas Muda yaitu sampai Sarjana Muda saja. Dengan jurusan Qadha'. Kemudian melalui SK Menteri Agama RI No. 69 Tahun 1982, tanggal 27 Juli 1982, status Fakultas Syariah ditingkatkan menjadi Fakultas Madya.

Berdasarkan SK Menteri Agama RI tersebut Fakultas Syariah menyelenggarakan perkuliahan tingkat Doktoral Syariah membuka kuliah ditingkat Doktoral dengan jurusan Qadha'. Hal ini terus berlangsung sampai dimulai Sistem Kredit Semester (SKS) pada tahun ajaran 1984/1985. Pada saat itu Fakultas Syariah sudah berkembang menjadi dua jurusan yaitu Peradilan Agama (PA) dan jurusan Perdata/Pidana Islam (PPI).

Tahun ajaran 1989/1990 terdapat pula perubahan dan penambahan jurusan, yaitu Peradilan Agama (PA), Jurusan Perbandingan Mazhab (PM) sebagai jurusan baru, dan jurusan Mu'amalah Jinayah (MJ) sebagai ganti dari jurusan Perdata dan Pidana Islam. Enam tahun kemudian, tepatnya pada tahun ajaran 1995/1996 terjadi lagi perubahan jurusan Peradilan Agama (PA) berubah nama dengan Ahwal al-Syakhshiyah (AS), jurusan Perbandingan Mazhab dan Hukum (PMH), jurusan Muamalah Jinayah dimekarkan menjadi dua jurusan yaitu jurusan Muamalah (M) dan jurusan Jinayah Siyasah (JS). Kemudian pada tahun ajaran 1997/1998 berganti nama lagi menjadi :

- a. Jurusan Ahwal al-Syakhshiyah yang semula disingkat AS menjadi AH.
- b. Jurusan Muamalah tidak ada perubahan

c. Jurusan Perbandingan Mazhab Hukum (PMH) menjadi Perbandingan Hukum dan Mazhab (PHM)

d. Jurusan Jinayah Siyasah (JS) menjadi Siyasah Jinayah (SJ)

Mulai tahun akademi 1998/1999 dibuka :

a. Jurusan Manajemen (MEN)

b. Program D.III Manajemen Perusahaan (MP)

Setelah berjalan beberapa tahun sesuai dengan tuntutan perubahan status IAIN menjadi UIN, maka pada tahun 2002 / 2003 jurusan Manajemen (Men) dan Program D3 Manegement Perusahaan (MP) menjadi fakultas tersendiri yang diberi nama Fakultas Ekonomi. Dengan dimulai sejak tahun itu, maka pelaksana administrasi dan akademik terpisah dari Fakultas Syariah.

Semakin besarnya tuntutan perubahan, maka mulai tahun akademik 2002 / 2003 Fakultas Syariah membuka jurusan baru yaitu Jurusan Ekonomi Islam (EI) Program Studi Ekonomi Perbankan S1 yang lebih berbasis syariah, yaitu dengan SK Menteri Agama RI No. E/16/1998.

Pada tahun akademik 2003/2004 Fakultas Syariah membuka Program Studi Diploma Tiga Perbankan Syariah, dan berdasarkan Surat Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Islam Nomor : Dj.I/284/2007, tanggal 15 Agustus 2007 telah berdiri Program Studi Ilmu Hukum.

B. Visi Dan Misi Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum

a) VISI

Mewujudkan Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai lembaga Pendidikan tinggi

Islam utama dalam bidang Hukum dan Pranata Sosial secara integral tahun 2013.

b) MISI

1. Melaksanakan pendidikan dan pengajaran untuk melahirkan sumber daya manusia yang berkualitas secara akademik dan professional dalam bidang hukum dan pranata sosial secara integral.
2. Melaksanakan penelitian dan kajian ilmiah dalam bidang hukum dan pranata sosial dengan menggunakan paradigma Islami.
3. Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat secara integral dengan menggunakan paradigma Islami.
4. Menyiapkan sumber daya manusia, sarana dan prasarana untuk melaksanakan Tridharma Perguruan tinggi Islam di bidang hukum dan pranata sosial.

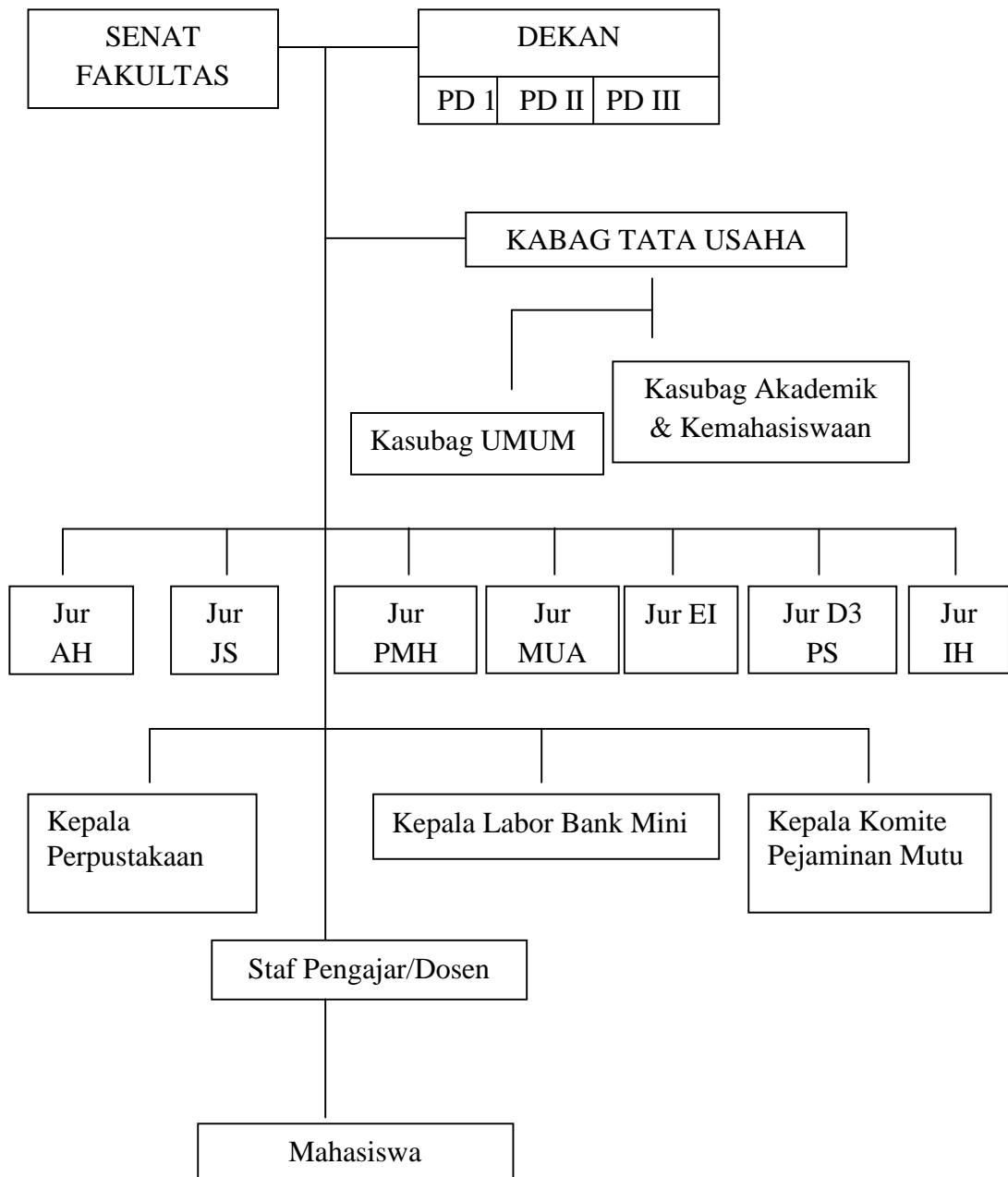
C. Struktur Organisasi Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum

Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum adalah salah satu unsur pelaksanaan Akademik Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang melaksanakan sebagian tugas dari fungsi UIN yang berada dibawah Rektor. Susunan organisasi Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum terdiri dari :

- a. Dekan dan Pembantu dekan
- b. Senat Fakultas
- c. Jurusan / Program Study
- d. Tata Usaha
 1. Sub Bagian Akademik dan Kemahasiswaan
 2. Sub Bagian Umum
- e. Dosen / staf pengajar
- f. Mahasiswa

Gambar II.1

**Struktur Organisasi Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Universitas
Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**



D. Sejarah Singkat Bri Syariah Pekanbaru

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi. PT. Bank BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Dua tahun lebih PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Kehadiran PT. Bank BRI Syariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank BRI Syariah yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Aktivitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT.

Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk untuk melebur ke dalam PT. Bank BRI Syariah (proses spin off-) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. BRI (Persero) Tbk dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRI Syariah.

PT. BRI Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan asset PT. BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Fokus pada segmen menengah bawah, PT. BRI Syariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. BRI Syariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah.

E. Visi Dan Misi Bri Syariah Pekanbaru

1. Visi

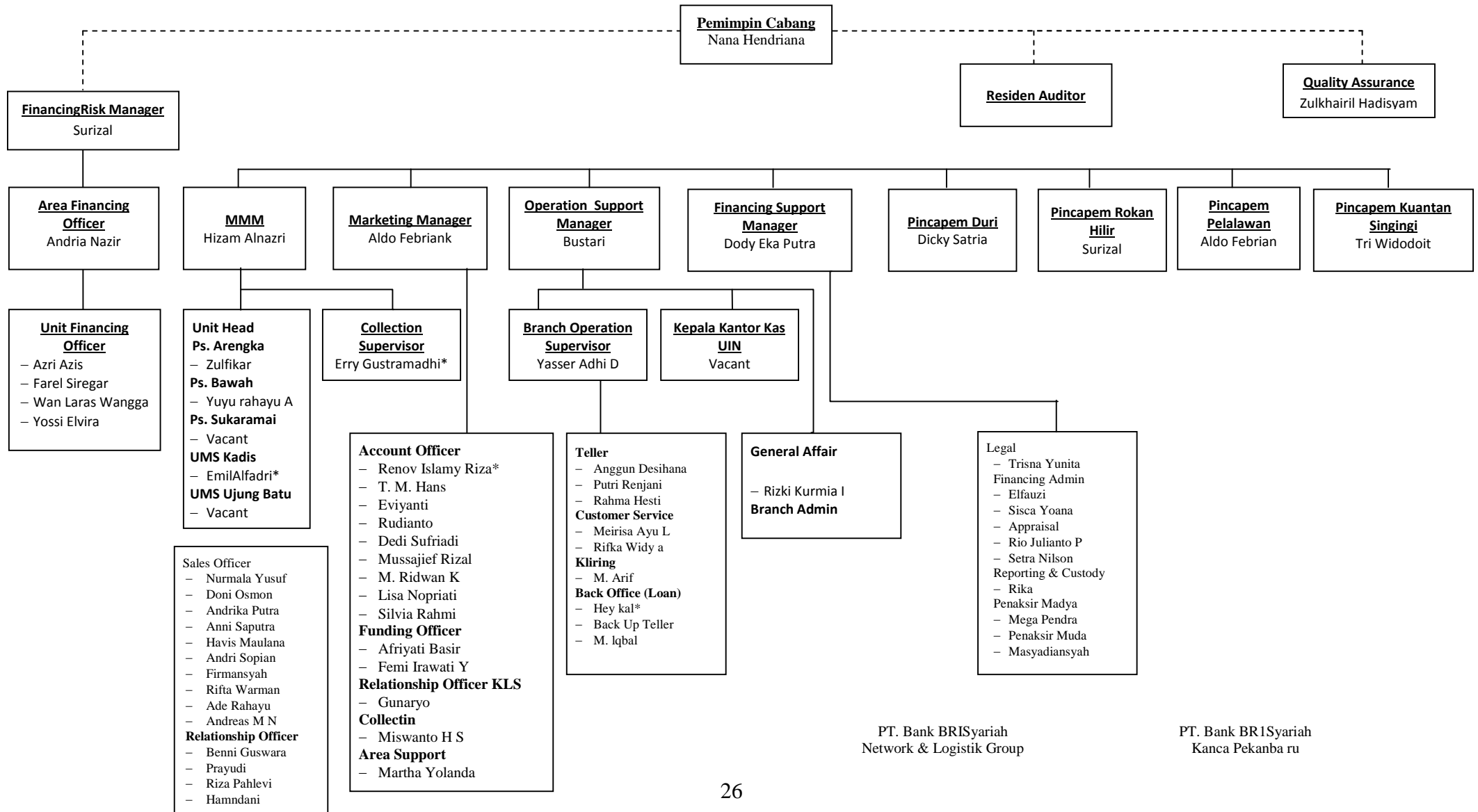
Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan - finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

2. Misi

- a. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- b. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- c. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.
- d. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

F. Struktur Organisasi Bri Syariah Pekanbaru

**STRUKTUR ORGANISASI KANTOR CABANG PEKANBARU
PT BANK BRI SYARIAH**



BAB III

TELAAH PUSTAKA

A. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan salah satu hal yang terpenting dalam memasarkan produk, dimana pelayanan yang baik akan menimbulkan perasaan puas bagi konsumennya. Pelayanan yang dimaksud itu adalah kegiatan yang dilaksanakan atau diselenggarakan oleh organisasi yang menyangkut kepentingan dari pihak konsumen yang akan menimbulkan kesan tersendiri.¹

Pelayanan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya ialah usaha melayani kebutuhan orang lain.² Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu *expected service* dan *perceived*. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkannya, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang ideal.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung: CV. Alfabeta, 1999), h. 30

² Dahlan Alwi, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka, 1995), h. 646

Pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan-kemampuan penyediaan layanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Parasuraman, Zeith dan Berry seperti dikutip oleh Bilson Simamora, ada beberapa kualitas jasa pelayanan berikut ini akan memberikan jawaban terhadap jasa pelayanan. Terdapat 5 (lima) faktor utama penentu kualitas pelayanan. Selanjutnya kelima dimensi tersebut dijadikan pedoman untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada di PT. BRI Syariah Pekanbaru yaitu:³

1. *Reliability* (keandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan segera, akurat, dan memuaskan, kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan. Sikap yang simpati, dan dengan akurasi yang tinggi. *Reliability* mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Selain itu juga perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan layanan sesuai dengan jadwal yang disepakati.
2. *Responsiveness* (ketanggapan), yakni keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

³Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 180-187

3. *Assurance* (keyakinan/jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopansantunan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. *Assurance* terdiri beberapa komponen antara lain komunikasi (*Communication*), kredibilitas (*Credibility*), keamanan (*Security*), kompetensi (*Competence*) dan sopan-santun (*courtesy*)⁴.
4. *Empathy* (Kepedulian) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual antar pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Yang diperlukan untuk menciptakan kenyamanan bagi nasabah, antara lain adalah:⁵
 - a) Ruang yang rapi, penerangan yang cukup dan tidak memberikan kesan padat agar mata terasa nyaman,
 - b) Ruang yang tidak ramai, tenang, dan lebih baik lagi bila bias mendengarkan musik yang lembut agar pendengaran nyaman,
 - c) ruang yang bebas asap rokok atau bau-bau lain yang mengganggu agar penciuman nyaman, dan

⁴ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002), h. 69-72

⁵ Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 69

d) kebersihan lingkungan kerja sehingga memberi kesan bahwa administrasi dan pelayanan yang diberikan juga rapi dan akurat.

5. *Tangible* (berwujud/bukti nyata), atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudangan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

Definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan merupakan suatu kinerja yang tidak berwujud dan cepat hilang, dimana pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Namun kondisi cepat atau lambatnya pertumbuhan jasa sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja atau penampilan yang ditawarkan oleh produsen.

B. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Bank selalu dianggap yang menarik di mata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Ciri-ciri pelayanan yang baik ini harus segera dapat dipenuhi oleh bank sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal.

Beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh CS, yaitu :

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik.

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki.

b. Tersedia karyawan yang baik.

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas customer service yang melayaninya. Petugas customer service harus ramah, sopan dan menarik. Disamping petugas customer service harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar. Petugas customer service juga harus mampu memikat dan mengambil nasabah, sehingga nasabah makin tertarik.

c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai.

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan customer service harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika customer service bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikannya.

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat.

Dalam melayani nasabah diharapkan petugas customer service harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

e. Mampu berkomunikasi.

Petugas *customer service* harus mampu berbicara kepada setiap nasabah. Petugas *customer service* pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah.

- f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu petugas customer service harus mampu menjaga rahasia nasabah, terhadap siapapun. Rahasia bank merupakan taruhan kepercayaan nasabah kepada bank.

- g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.

Untuk menggaji customer service harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena petugas customer service selalu berhubungan dengan manusia, maka customer service dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

- h. Berusaha memahami kebutuhan nasabah.

Customer service cepat tanggap apa yang diinginkan oleh nasabah. Petugas customer service yang lambat akan membuat nasabah merasa tidak puas dengan pelayanannya sehingga nasabah meninggalkan bank.

- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan petugas customer service khususnya dan seluruh karyawan bank umumnya.⁶

C. Etiket Pelayanan Nasabah

Telah diketahui bahwa dalam memberikan pelayanan pegawai bank selalu dituntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar harga diri

⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2008), Ed. Rev., Cet. 3, h. 186-187

atau etika. Dalam memberikan pelayanan juga diperlukan etiket, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai dapat saling menghargai.

Secara umum etiket pelayanan yang dapat diberikan pegawai bank dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Mengucapkan salam saat bertemu nasabah.
2. Setelah mengucapkan salam, segera mempersilakan tamu untuk masuk atau duduk dengan sopan atau suruh menunggu sebentar.
3. Baik dalam mengucapkan salam maupun mempersilakan tamu masuk atau duduk selalu dengan ramah dan murah senyum.
4. Bertanya tentang keperluan nasabah secara ramah, sopan, dan lemah lembut.
5. Biasakan mengucapkan tolong atau maaf saat meminta nasabah mengisi formulir atau menunggu sesaat.
6. Ucapkan kata terima kasih apabila nasabah memberikan saran atau hendak pamit setelah menyelesaikan masalahnya.⁷

D. Dasar-dasar Pelayanan Nasabah

Pelayanan yang diberikan bisa memuaskan nasabah, maka seorang CS (*Customer Service*) harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap CS (*Customer Service*) telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimiliki oleh seorang CS sebagai berikut:

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih

⁷*Ibid.*, h. 176-177

Artinya, petugas CS harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik.

- b. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum.

Dalam melayani nasabah CS tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Petugas CS harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama.

Dalam melayani nasabah petugas CS haruslah murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.

- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika dikenal

Pada saat nasabah datang petugas CS harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan nama. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu.

- d. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.

Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya.

- e. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.

Artinya, dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa Indonesia yang benar.

- f. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuan.

Dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu atau kurang semangat.

Tunjukkan pelayanan prima seolah-olah memang anda sangat tertarik dengan keinginan dan kemauan nasabah.

- g. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.

Pada saat nasabah berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan.

- h. Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan

Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal. Petugas CS juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

- i. Jika tak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.

Artinya, jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh petugas CS, maka harus meminta bantuan kepada petugas yang mampu.

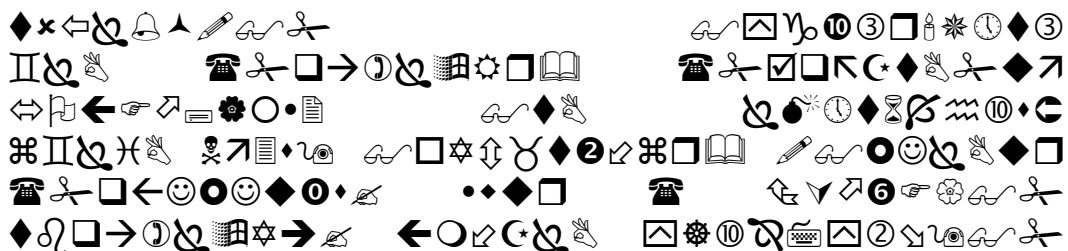
- j. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.

Artinya, jika pada saat tertentu petugas CS sibuk dan tidak bisa melayani salah satu nasabah, maka beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani dengan simpatik.⁸

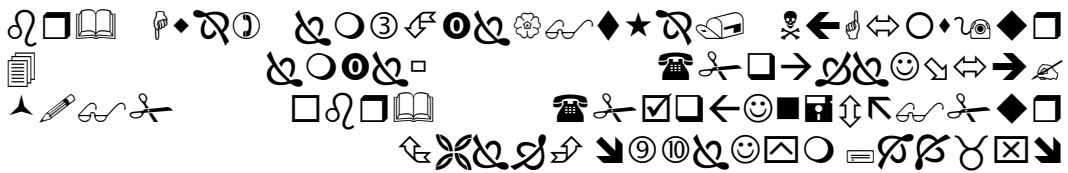
E. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah (2) : 267 :



⁸ibid, h. 182-183



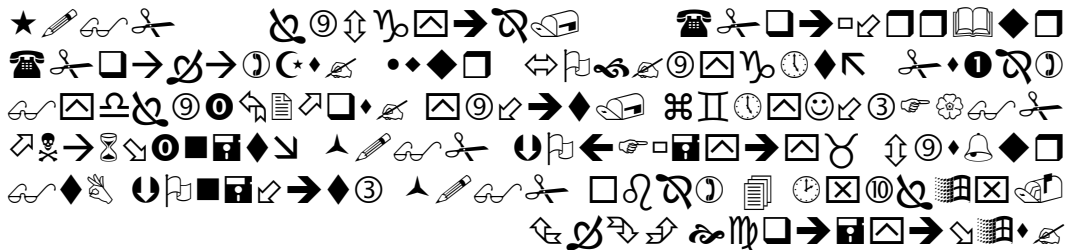
Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan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

Pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. *Service* berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannyapun akan mengenai *heart share* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen. Dengan adanya *heart share* dan *mind share* yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan.

Dimensi kualitas pelayanan adalah *tangibles* (bukti langsung) yang berupa fasilitas fisik meliputi gedung, mesin ATM dan sarana prasarana lainnya. Fasilitas dalam Islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan.

Fasilitas yang diberikan dalam melakukan pelayanan akan terlihat semu tanpa adanya *reliability* (kehandalan) dari pelaku bisnis. Kehandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara akurat dan terpercaya. Allah sangat menganjurkan setiap umatnya untuk

selalu menepati janji yang telah ditetapkan seperti dijelaskan dalam Al Qur'an surat An-Nahl (16) : 91, yaitu:

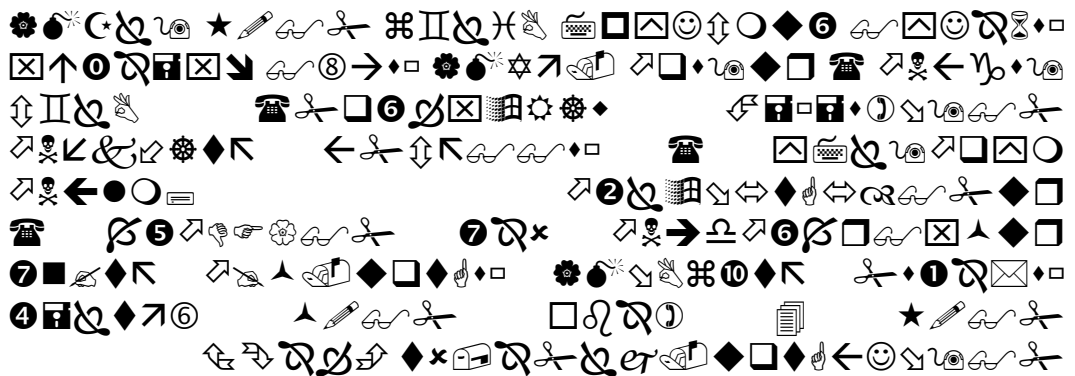


Artinya : “Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.”

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia diwajibkan menepati janji yang telah ditetapkan, demikian juga dengan pelaku bisnis baik janji yang ditetapkan secara langsung maupun janji-janji dalam bentuk promosi, semuanya harus ditepati dan sesuai dengan kenyataan. Penawaran ketika promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan berarti telah mengingkari janji yang ditetapkan dan hal ini telah mengandung unsure penipuan yang akan merugikan konsumen. Pelanggan lebih loyal pada perusahaan yang selalu menepati janji daripada perusahaan yang banyak menawarkan promosi mewah tapi tidak sesuai dengan kenyataan. Kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari *responsiveness* (daya tanggap) karyawan, yang mana karyawan memiliki kemauan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat menunjukkan pelaku bisnis yang professional.

Assurance (jaminan) juga dapat menunjukkan nilai *plus* tersendiri bagi perusahaan terhadap pelayanan yang diberikan. Jaminan ini dapat ditunjukkan

melalui pengetahuan, kesopansantunan, rasa aman, rasa percaya, bebas dari bahaya dan resiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggan. Al Qur'an Surat Ali Imran (2) : 159 menjelaskan:



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 sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemah lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

Selain empat hal diatas, kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari faktor *empathy* (empati) yang dapat diberikan oleh karyawan kepada

pelanggan/konsumen. Sikap empati ditunjukkan melalui kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Dalam Islam sikap empati merupakan wujud dari kemauan karyawan untuk memberikan kemudahan pada pelanggan dengan senang hati dalam melakukan transaksi, disaat pelanggan mengalami kesulitan maka karyawan siap membantu.

F. Pengertian Kepuasan Nasabah

Pu.as artinya merasa senang (lega, gembira, kenyang, karena sudah terpenuhi hasrat hatinya). **Ke.pu.as.an** yang bersifat puas yaitu kesenangan, kelegahan.⁹ Kepuasan kerja pada dasarnya merupakan sesuatu yang bersifat individual. Setiap individu memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda sesuai dengan sistem nilai yang berlaku pada dirinya. Makin tinggi penilaian terhadap kegiatan dirasakan sesuai dengan keinginan individu, makin tinggi kepuasannya terhadap kegiatan tersebut.

Kepuasan merupakan evaluasi yang menggambarkan seseorang atas perasaan sikapnya senang atau tidak senang, puas atau tidak puasnya.

Teori tentang kepuasan kerja yang cukup dikenal adalah:

1. Teori Ketidaksesuaian yaitu mengukur kepuasan kerja seseorang dengan menghitung selisih antara sesuatu yang seharusnya dengan kenyataan yang dirasakan.

⁹ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), Ed. Ke-4, h 1110

2. Teori Keadilan yaitu mengemukakan bahwa orang yang akan merasa puas atau tidak puas, tergantung pada ada atau tidak adanya keadilan dalam suatu situasi, khususnya situasi kerja. (QS al-maa'idah: 8)
3. Teori dua faktor yaitu kepuasan kerja dan ketidakpuasan kerja.¹⁰

Philip Kotler menyatakan kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan. *Engle* menyatakan kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.¹¹

Undang-undang No. 10 Tahun 1998 menyatakan tentang pokok perbankan pasal 1, mendefinisikan nasabah sebagai berikut Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.

Yamit mendefinisikan nasabah adalah Nasabah adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk.¹²

¹⁰Veithzal Rivai, *Islamic Human Capital dari Teori Kepraktik: Manajemen Sumber Daya Islami*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2009), Ed. 1, h 876-877

¹¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h 193

¹²Yamit Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa, Edisi Pertama*, Cetakan Kedua, (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), h. 75

Kasmir menyatakan bahwa Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank.¹³

Irawan berpendapat bahwa Kepuasan konsumen adalah hasil akumulasi dari konsumen atau konsumen dalam menggunakan produk dan jasa¹⁴. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru, akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, kepuasan konsumen mempunyai dimensi waktu karena hasil akumulasi. Karena itu, siapapun yang terlibat dalam urusan keputusan konsumen, ia telah melibatkan diri dalam urusan jangka panjang. Upaya memuaskan konsumen adalah pengalaman panjang yang tidak mengenal batas akhir.

Tjiptono mengemukakan bahwa Kepuasan nasabah adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.¹⁵

Sumarwan mengemukakan bahwa kepuasan nasabah dan ketidakpuasan pelanggan merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.¹⁶

Definisi diatas, terlihat bahwa jika kinerja yang dirasakan memenuhi harapan, konsumen akan merasa puas. Jika kinerja yang dirasakan melebihi harapan, konsumen amat puas dan senang.

¹³ Kasmir, *Manajemen Perbankan edisi revisi delapan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008), h. 94

¹⁴*Op.cit*, h. 3

¹⁵Fandy, Tjiptono dan Gregorius Candra, *Service, Quality dan Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 349

¹⁶Ujang, Sumarwan, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia, 2003),h. 322

Kesuksesan suatu bisnis dalam persaingan sangat dipengaruhi oleh banyak faktor. Perusahaan dapat meningkatkan kemampuan karyawannya, menjaga kualitas produk, optimalisasi dana dan keuangan perusahaan serta meningkatkan kemampuan perusahaan. Manajemen pemasaran, sebagai salah satu fungsi bisnis sangat penting untuk dipertimbangkan peranannya. Pentingnya keberadaan fungsi pemasaran dalam bisnis karena semua perusahaan akan mengarah pada pemenuhan kebutuhan dan terciptanya kepuasan bagi pelanggan.¹⁷

Pelaksanaannya apabila nasabah merasa puas terhadap produk dan pelayanan perbankan maka akan tampak dari tanda-tanda sebagai berikut: 1). Loyal kepada Bank. 2). Mengulang kembali pembelian produk. 3) Membeli produk lain di tempat yang sama. 4) Ikut memberikan promosi gratis¹⁸.

Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan konsumen berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas konsumen, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan.

G. Faktor - faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang dapat membuat nasabah kabur meninggalkan bank, baik untuk sementara waktu atau selamanya. Agar kejadian ini tidak terulangi maka seorang karyawan bank,

¹⁷ Amirullah, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), Ed. Pertama, Cet. Pertama, h 115

¹⁸ Kasmir. *Pemasaran Bank*. (Jakarta: Prenada Media Grup. 2008) Hal. 162.

terlebih lagi *customer service* harus tahu faktor - faktor yang mempengaruhi nasabah merasa tidak puas dan meninggalkan bank.

Kasmir menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sehingga nasabah meninggalkan bank, sebagai berikut :

1. Pelayanan yang tidak memuaskan.

Banyak hal yang menyebabkan nasabah tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh seorang *customer service*. Nasabah merasa tidak dilayani dengan baik, merasa disepelekan atau tidak diperhatikan atau kadang nasabah merasa tersinggung.

2. Produk yang tidak baik.

Kelengkapan produk yang ditawarkan kurang sehingga pilihan yang sesuai dengan keinginan nasabah tidak tersedia. Produk yang ditawarkan tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dibandingkan dengan produk yang ditawarkan pesaing.

3. Ingkar janji, tidak tepat waktu.

Petugas *customer service* tidak menepati janji seperti waktu pelayanan. Begitu juga dengan penyelesaian pekerjaan yang tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

4. Biaya yang relative mahal.

Biaya yang dibebankan kepada nasabah relative mahal jika dibandingkan dari bank pesaing. Hal ini juga menyebabkan nasabah meninggalkan bank yang bersangkutan.

Mengatasi hal-hal tersebut diatas maka perlu diketahui cara-cara yang membuat nasabah merasa puas dan betah berurusan dengan bank yang bersangkutan, sebagai berikut :

1. Petugas *customer service* yang menarik dari segi penampilan dan gaya bicara yang tidak membosankan.
2. Sebagai *customer service* cepat tanggap keinginan nasabah dan cepat mengerjakan atau melayani nasabah. Di samping itu pelayanan yang diberikan harus benar dan tepat waktu.
3. Menyediakan ruang tunggu yang nyaman seperti ruang yang lebar, sejuk, penerangan yang cukup, dekorasi yang indah, suasana tenang, kebersihan selalu terjaga, dan nasabah selalu merasa aman.
4. Brosur yang tersedia lengkap dan mampu menjelaskan segala sesuatu sehingga sesuai dengan keinginan.¹⁹

H. Kepuasan Nasabah (Pelanggan)

Tujuan utama dari strategi pemasaran yang dijalankan adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank.

Praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, maka ada dua keuntungan yang diterima bank, yaitu :

¹⁹Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), h. 227

- a. Nasabah yang lama akan dapat dipertahankan (tidak lain ke bank yang lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank. Hal ini sama seperti yang dikemukakan oleh Derek dan Rao yang mengatakan kepuasan konsumen secara keseluruhan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.
- b. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru, dengan berbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah. Seperti yang dikemukakan Richens yang mengatakan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan rekomendasi atau memberitahu akan pengalamannya yang menyenangkan tersebut dan merupakan iklan dari mulut ke mulut. Artinya, nasabah tersebut akan dengan cepat menular ke nasabah yang lain dan berpotensi menambah nasabah baru.

Jika cara seperti diatas dapat terus dipertahankan, maka tujuan bank akan dapat tercapai dengan tidak terlalu sulit. Memang dalam pelaksanaan dilapangan tidak selalu mudah, mengingat prilaku nasabah yang beragam. Akan tetapi setiap bank memiliki standar pelayanan yang harus dipenuhi guna melayani nasabahnya.

Kotler menyatakan kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan dibandingkan sebelum penggunaannya.

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan:

1. Loyal kepada bank, artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
2. Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
3. Membeli produk lain pada bank yang sama. Dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.
4. Memberikan promosi gratis dai mulut kemulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank, karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti akan kualitas jasa yang diberikan.²⁰

Nasabah puas atau tidak puas berhubungan dengan bank, maka perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan nasabah. Dalam menentukan seberapa besar kepuasan nasabah terhadap suatu bank dapat dilakukan dengan berbagai cara.

Kotler menyatakan pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui empat sarana, yaitu:

1. Sistem keluhan dan usulan

Artinya, seberapa banyak keluhan atau komplain yang dilakukan nasabah dalam satu periode, makin banyak berarti makin kurang baik demikian pula sebaliknya. Untuk itu perlu adanya sistem dalam menangani keluhan dan usulan.

²⁰ Kasmir, *Op.cit.*, h. 161-162

2. Survei kepuasan konsumen

Dalam hal ini bank perlu secara berkala melakukan survei baik melalui wawancara maupun kuesioner tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan bank tempat nasabah melakukan transaksi selama ini. Untuk itu perlu adanya survei kepuasan konsumen.

3. Konsumen samaran

Bank dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank secara langsung, sehingga terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.

4. Analisis mantan pelanggan

Dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita.²¹

I. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan. Dewasa ini produk apapun tidak terlepas dari unsur jasa atau layanan, baik itu jasa sebagai produk inti (jasa murni) maupun jasa sebagai pelengkap (layanan konsumen). Produk inti umumnya sangat bervariasi antara tipe bisnis yang satu dengan tipe yang lain, tetapi layanan pelengkap memiliki kesamaan²².

²¹*Ibid*, h. 163-164

²²Fandy Tjiptono. *Prinsip-prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta: ANDI 2004), hlm.126

Era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor konsumen . Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan para konsumen sangatlah perlu. Lupiyoadi menguraikan bahwa tidak selalu program kepuasan konsumen menghasilkan banyak hal seperti yang diharapkan. Sering kali perusahaan menghubungkan kepuasan konsumen ini dengan laba perusahaan. Hal ini berdasarkan pemikiran bahwa dengan meningkatkan kualitas atribut produk dan layanan, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Dengan meningkatkan kepuasan konsumen maka diharapkan konsumen yang bertahan juga meningkat²³.

Fandy menguraikan salah satu kemungkinan hubungan yang banyak disepakati adalah bahwa kepuasan membantu konsumen dalam merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa²⁴.

Perbedaan utama antara perusahaan penghasil produk berupa barang dengan perusahaan penghasil jasa adalah pada pemasarannya, di mana jasa lebih dituntut memberikan kualitas yang optimal dari layanan konsumennya. Konsumen dapat memiliki penilaian yang sangat subjektif terhadap suatu jasa karena mereka merasakan standar kualitas layanan yang diberikan berpengaruh pada kepuasan yang hendak diraih (kepuasan konsumen)²⁵.

²³Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Salemba Empat 2006), hlm.192-193

²⁴Fandy Tjiptono *Op., cit*, hlm.209

²⁵Rambat Lupiyoadi-A. Hamdani. *Op., Cit.*, h.139.

Paparan di atas maka dapat disimpulkan bahwa antara kualitas layanan yang diberikan suatu perusahaan akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen perusahaan tersebut.

J. Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya dan Islam melarang untuk saling tolong menolong dalam hal kejahatan. Dalam Al-Maidah (5) : 02 dijelaskan :



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu Telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlahsekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum Karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidil Haram,

mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamudalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”

Sebuah transaksi ekonomi pasti tak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan.

Berkaitan dengan penyediaan layanan konsumen , Islam telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan layanan yang berkualitas bagi konsumennya. Pencapaian kualitas layanan yang terbaik pada organisasi atau perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen Islam yang kokoh atau disebut juga ”*Total Islam Quality*” (TIQ), dimana dasar bangunan tersebut bersumber dari Al-qur’an dan Hadist, dan dapat terbentuk jika ada instrumen-instrumen berikut, yaitu :

- a. Harus didasari oleh kesabaran yang kuat,
- b. Komitmen jangka panjang,
- c. Perbaikan kualitas layanan terus menerus,
- d. Kerjasama dan hormat/respek terhadap setiap orang,
- e. Pendidikan dan latihan.²⁶

²⁶ <http://www.dakwatuna.com/2007/hukum-Islam>.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Bagian ini akan diuraikan secara deskriptif mengenai penyebaran data latar belakang responden yang terdiri dari berbagai perbedaan karakteristik. Karakteristik responden yang dibahas oleh penelitian ini meliputi Jurusan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

Tabel IV. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

No	Jurusan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Ahwal AlSyakhshiyah	12	14
2	Jinayah Siyasah	10	11
3	Perbandingan Mazhab dan Hukum	9	10
4	Muammalah	12	14
5	Ekonomi Islam	17	20
6	Ilmu Hukum	17	20
7	D III Perbankan Syariah	10	11
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

B. Deskripsi Variabel

1. Respon Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum terhadap Pelayanan yang di berikan BRI Syariah

Bab IV ini akan disajikan data yang diperoleh dari angket yang telah disebarkan kepada responden. Data diperoleh berdasarkan atau merujuk pada permasalahan penelitian yaitu, apakah ada pengaruh yang

signifikan antara pelayanan dengan kepuasan nasabah dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang hubungan antara pelayanan dan kepuasan konsumen.

Data yang diperlukan penulis melakukan observasi, dan penyebaran angket kepada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum. Data yang diperoleh, kemudian dikumpulkan dan dikuantitatifkan untuk di analisa.

Angket yang disebarakan sebanyak 87 eksemplar sesuai dengan jumlah responden, telah diisi dan dikembalikan secara keseluruhan. Angket yang disebarakan merupakan angket tertutup, setiap angket memiliki 25 pernyataan , dimana setiap pernyataan berisi 5 pilihan alternatif jawaban.

Data yang diperoleh dari angket disajikan dalam bentuk tabel, tabel ini akan memuat frekuensi jawaban responden serta persentasenya. Untuk memudahkan dalam bentuk persentase penulis menggunakan rumus dalam pengolahan angket, adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Dimana : P = Persentase

F = Frekuensi

N = Jumlah nilai keseluruhan

Tabel IV.2
Responden Yang Menyatakan Gedung Kantor Yang Bersih Dan Tertata Rapi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat setuju	27	31%
B	Setuju	38	44%
C	Netral	18	21%
D	Tidak Setuju	2	2%
E	Sangat tidak setuju	2	2%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang menyatakan gedung kantor yang bersih dan tertata rapi di BRI Syariah. Dari 87 responden, 27 orang atau 31 % menyatakan sangat setuju, 38 orang atau 44 % menyatakan setuju, 18 orang atau 21 % menyatakan netral, 2 orang atau 2% menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2 %.

Disimpulkan bahwa responden yang menyatakan setuju bahwa gedung kantor tertata rapi dan bersih. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih setuju yaitu 38 orang atau 44%.

Tabel IV.3
Responden Yang Menyatakan Peralatan Yang Digunakan Canggih dan Modern

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat setuju	22	25%
B	Setuju	33	38%
C	Netral	29	33%
D	Tidak Setuju	3	4%
E	Sangat tidak setuju	0	0%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang menyatakan peralatan kantor yang digunakan modern dan canggih. Dari 87 responden,

22 orang atau 25% menyatakan sangat setuju, 33 orang atau 38 % menyatakan setuju, 29 orang atau 33% menyatakan netral, 3 orang atau 4% menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang atau 0 %.

Disimpulkan bahwa responden yang menyatakan setuju bahwa peralatan kantor yang digunakan modern dan canggih. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih setuju sebanyak 33 orang atau 38%.

Tabel IV.4
Responden Yang Menyatakan BRI Syariah Memiliki Media Transaksi Pembayaran

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat setuju	24	28%
B	Setuju	29	33%
C	Netral	24	28%
D	Tidak Setuju	8	9%
E	Sangat tidak setuju	2	2%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang menyatakan BRI Syariah memiliki media transaksi pembayaran. Dari 87 responden, 24 orang atau 28% menyatakan sangat setuju, 29 orang atau 33 % menyatakan setuju, 24 orang atau 28% menyatakan netral, 8 orang atau 9% menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2 %.

Disimpulkan bahwa responden yang menyatakan setuju bahwa BRI Syariah memiliki media transaksi pembayaran. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih setuju sebanyak 29 orang atau 33%.

Tabel IV.5

Responden Yang Menyatakan Bahwa Kemampuan Karyawan BRI Syariah Memberikan Layanan Yang Tepat Janji

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat setuju	15	17%
B	Setuju	46	53%
C	Netral	22	25%
D	Tidak Setuju	3	4%
E	Sangat tidak setuju	1	1%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang menyatakan kemampuan karyawan BRI Syariah memberikan layanan yang tepat janji. Dari 87 responden, 15 orang atau 17% menyatakan sangat setuju, 46 orang atau 53 % menyatakan setuju, 22 orang atau 25% menyatakan netral, 3 orang atau 4% menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1 %.

Disimpulkan bahwa responden yang menyatakan setuju bahwa kemampuan karyawan BRI Syariah memberikan layanan yang tepat janji. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih setuju sebanyak 46 orang atau 53%.

Tabel IV.6

Responden Yang Menyatakan Bahwa Kemampuan Karyawan BRI Syariah Dalam Penyelesaian Masalah Yang Dihadapi Nasabah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat setuju	13	15%
B	Setuju	44	51%
C	Netral	27	31%
D	Tidak Setuju	2	2%
E	Sangat tidak setuju	1	1%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa kemampuan karyawan BRI Syariah dalam penyelesaian masalah yang dihadapi nasabah. Dari 87 responden, 13 orang atau 14% menyatakan sangat setuju, 44 orang atau 51 % menyatakan setuju, 27 orang atau 31% menyatakan netral, 2 orang atau 2% menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang menyatakan setuju bahwa kemampuan karyawan BRI Syariah dalam penyelesaian masalah yang dihadapi nasabah. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih setuju sebanyak 44 orang atau 51%.

Tabel IV.7
Responden Yang Menyatakan Bahwa Karyawan BRI Syariah Tidak Diskriminasi Kepada Nasabah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat setuju	24	28%
B	Setuju	36	41%
C	Netral	19	22%
D	Tidak Setuju	7	8%
E	Sangat tidak setuju	1	1%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang menyatakan bahwa karyawan bri syariah tidak diskriminasi kepada nasabah. Dari 87 responden, 24 orang atau 28% menyatakan sangat setuju, 36 orang atau 41 % menyatakan setuju, 19 orang atau 22% menyatakan netral, 7 orang atau 8% menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

Disimpulkan responden yang menyatakan setuju bahwa karyawan bri syariah tidak diskriminasi kepada nasabah. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih setuju sebanyak 36 orang atau 41%.

Tabel IV.8
Responden Yang Menyatakan Bahwa Karyawan BRI Syariah Ramah dan Komunikatif

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat setuju	23	26%
B	Setuju	39	45%
C	Netral	24	28%
D	Tidak Setuju	0	0%
E	Sangat tidak setuju	1	1%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa karyawan BRI Syariah ramah dan komunikatif. Dari 87 responden, 23 orang atau 26% menyatakan sangat setuju, 39 orang atau 45 % menyatakan setuju, 24 orang atau 28% menyatakan netral, 0 orang atau 0% menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

Disimpulkan bahwa responden yang menyatakan setuju bahwa karyawan karyawan BRI Syariah ramah dan komunikatif. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih setuju sebanyak 39 orang atau 45%.

Tabel IV.9
Responden Yang Menyatakan Bahwa Kecepatan Dan Ketepatan
Karyawan BRI Syariah Dalam Memberikan Pelayanan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat setuju	17	20%
B	Setuju	39	45%
C	Netral	23	26%
D	Tidak Setuju	7	8%
E	Sangat tidak setuju	1	1%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa kecepatan dan ketepatan karyawan BRI Syariah dalam memberikan pelayanan. Dari 87 responden, 17 orang atau 20% menyatakan sangat setuju, 39 orang atau 45 % menyatakan setuju, 23 orang atau 26% menyatakan netral, 7 orang atau 8% menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

Disimpulkan bahwa responden yang menyatakan setuju bahwa karyawan Kecepatan dan ketepatan karyawan BRI Syariah dalam memberikan pelayanan. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih setuju sebanyak 39 orang atau 45%.

Tabel IV.10
Responden Yang Menyatakan Bahwa Kemudahan Menghubungi Lewat
Telepon

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat setuju	15	17%
B	Setuju	29	33%
C	Netral	37	43%
D	Tidak Setuju	5	6%
E	Sangat tidak setuju	1	1%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa kemudahan menghubungi lewat telepon. Dari 87 responden, 15 orang atau 17% menyatakan sangat setuju, 29 orang atau 33 % menyatakan setuju, 37 orang atau 43% menyatakan netral, 5 orang atau 6% menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

Disimpulkan bahwa responden menyatakan netral bahwa kemudahan menghubungi lewat telepon. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih netral sebanyak 37 orang atau 43%.

Tabel IV.11
Responden Yang Menyatakan Bahwa Terjaminnya Keamanan Dalam Bertransaksi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat setuju	19	20%
B	Setuju	39	45%
C	Netral	24	28%
D	Tidak Setuju	4	5%
E	Sangat tidak setuju	1	1%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa terjaminnya keamanan dalam bertransaksi lewat telepon. Dari 87 responden, 19 orang atau 20% menyatakan sangat setuju, 39 orang atau 45 % menyatakan setuju, 24 orang atau 28% menyatakan netral, 4 orang atau 5% menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

Disimpulkan bahwa responden yang menyatakan setuju bahwa terjaminnya keamanan dalam bertransaksi lewat telepon. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih setuju sebanyak 39 orang atau 45%.

Tabel IV.12
Responden Yang Menyatakan Ketelitian Karyawan BRI Syariah Saat Melayani Nasabah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat setuju	23	26%
B	Setuju	38	44%
C	Netral	24	28%
D	Tidak Setuju	2	2%
E	Sangat tidak setuju	0	0%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa ketelitian karyawan BRI Syariah saat melayani nasabah. Dari 87 responden, 23 orang atau 26% menyatakan sangat setuju, 38 orang atau 44% menyatakan setuju, 24 orang atau 28% menyatakan netral, 2 orang atau 2% menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang atau 0%.

Disimpulkan bahwa responden yang menyatakan setuju ketelitian karyawan BRI Syariah saat melayani nasabah. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih setuju sebanyak 38 orang atau 44%.

Tabel IV.13
Responden Yang Menyatakan Bahwa Citra Nasabah Terhadap
BRI Syariah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat setuju	21	24%
B	Setuju	39	45%
C	Netral	26	30%
D	Tidak Setuju	1	1%
E	Sangat tidak setuju	0	0%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan setuju bahwa Citra nasabah terhadap BRI Syariah. Dari 87 responden, 21 orang atau 24% menyatakan sangat setuju, 39 orang atau 45 % menyatakan setuju, 26 orang atau 30% menyatakan netral, 1 orang atau 1% menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang atau 0%.

Disimpulkan responden yang menyatakan setuju bahwa Citra nasabah terhadap BRI Syariah. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih setuju sebanyak 39 orang atau 45%.

Tabel IV.14
Responden Yang Menyatakan Bahwa Sikap dan Perilaku Karyawan
Baik Terhadap Nasabah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat setuju	28	32%
B	Setuju	35	40%
C	Netral	21	24%
D	Tidak Setuju	3	4%
E	Sangat tidak setuju	0	0%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa Sikap dan perilaku karyawan baik terhadap nasabah. Dari 87 responden, 28 orang atau 32% menyatakan sangat setuju, 35 orang atau 40 % menyatakan setuju, 21 orang atau 24% menyatakan netral, 3 orang atau 4% menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang atau 0%.

Disimpulkan responden yang menyatakan setuju bahwa sikap dan perilaku karyawan baik terhadap nasabah. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih setuju sebanyak 35 orang atau 40%.

Tabel IV.15

Responden Yang Menyatakan Bahwa Tegur Sapa dan Tutur Kata Yang Sopan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat setuju	28	32
B	Setuju	45	52%
C	Netral	12	14%
D	Tidak Setuju	1	1%
E	Sangat tidak setuju	1	1%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa Karyawan BRI Syariah tegur sapa dan tutur kata yang sopan kepada nasabah. Dari 87 responden, 28 orang atau 32% menyatakan sangat setuju, 45 orang atau 52 % menyatakan setuju, 12 orang atau 14% menyatakan netral, 1 orang atau 1% menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

Disimpulkan responden yang menyatakan setuju bahwa tegur sapa dan tutur kata yang sopan. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih setuju sebanyak 45 orang atau 52%.

Tabel IV.16
Responden Yang Menyatakan Bahwa Etika Yang Baik Dan Sopan Ketika Berkomunikasi Melalui Telepon

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat setuju	21	24%
B	Setuju	34	39%
C	Netral	28	32%
D	Tidak Setuju	3	4%
E	Sangat tidak setuju	1	1%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa etika yang baik dan sopan ketika berkomunikasi melalui telepon. Dari 87 responden, 21 orang atau 24% menyatakan sangat setuju, 34 orang atau 39% menyatakan setuju, 28 orang atau 32% menyatakan netral, 3 orang atau 4% menyatakan tidak setuju, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1%.

Disimpulkan bahwa responden yang menyatakan setuju dengan etika yang baik dan sopan ketika berkomunikasi melalui telepon. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih setuju sebanyak 34 orang atau 39%.

2. Respon Mahasiswa Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Terhadap Kepuasan Yang Mereka Terima.

Tabel IV.17
Responden Yang Menyatakan Bahwa Penampilan Karyawan BRI Syariah Yang Rapi dan Profesional Dapat Memberikan Kepuasan Bagi Nasabah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat Puas	14	16%
B	Puas	38	43%
C	Cukup Puas	32	37%
D	Tidak Puas	2	2%
E	Sangat Tidak Puas	1	1%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa penampilan karyawan BRI Syariah yang rapi dan profesional dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Dari 87 responden, 14 orang atau 16% menyatakan sangat puas, 38 orang atau 43 % menyatakan puas, 32 orang atau 37% menyatakan cukup puas, 2 orang atau 2% menyatakan tidak puas, dan yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 1 orang atau 1%.

Disimpulkan bahwa responden yang menyatakan puas dengan penampilan karyawan BRI Syariah yang rapi dan profesional dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih puas sebanyak 38 orang atau 43%.

Tabel IV.18
Responden Yang Menyatakan Bahwa Kecepatan Karyawan Dalam Memberikan Pelayanan Mampu Memberikan Kepuasan Bagi Nasabah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat Puas	20	23%
B	Puas	29	33%
C	Cukup Puas	37	43%
D	Tidak Puas	1	1%
E	Sangat Tidak Puas	0	0%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan mampu memberikan kepuasan bagi nasabah. Dari 87 responden, 20 orang atau 23% menyatakan sangat puas, 29 orang atau 33 % menyatakan puas, 37 orang atau 43% menyatakan cukup puas, 1 orang atau 1% menyatakan tidak puas, dan yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 0 orang atau 0%.

Disimpulkan bahwa responden yang menyatakan puasdengan penampilan karyawan BRI Syariah yang rapi dan profesional dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih puas sebanyak 38 orang atau 43%.

Tabel IV.19
Responden Yang Menyatakan Bahwa Sarana Prasarana Yang Di Berikan BRI Syariah Dapat Memuaskan Bagi Nasabah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat Puas	20	23%
B	Puas	35	40%
C	Cukup Puas	27	31%
D	Tidak Puas	5	6%
E	Sangat Tidak Puas	0	0%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa sarana prasarana yang di berikan BRI Syariah kepada nasabah dapat memuaskan bagi nasabah. Dari 87 responden, 20 orang atau 23% menyatakan sangat puas, 35 orang atau 40 % menyatakan puas, 27 orang atau 31% menyatakan cukup puas, 5orang atau 6% menyatakan tidak puas, dan yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 0 orang atau 0%.

Disimpulkan bahwa responden yang menyatakan puas atas sarana prasarana yang di berikan BRI Syariah kepada nasabah dapat memuaskan bagi nasabah. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih puas sebanyak 35 orang atau 40%.

Tabel IV.20
Responden Yang Menyatakan Bahwa Dapat Merasakan Kenyamanan Yang Diberikan BRI Syariah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat Puas	25	29%
B	Puas	35	40%
C	Cukup Puas	26	30%
D	Tidak Puas	0	0%
E	Sangat Tidak Puas	1	1%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa dapat merasakan kenyamanan yang diberikan BRI Syariah. Dari 87 responden, 25 orang atau 29% menyatakan sangat puas, 35 orang atau 40 % menyatakan puas, 26 orang atau 30% menyatakan cukup puas, 0 orang atau 0% menyatakan tidak puas, dan yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 1 orang atau 1%.

Disimpulkan bahwa nasabah dapat merasakan kenyamanan yang diberikan BRI Syariah. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih puas sebanyak 35 orang atau 40%.

Tabel IV.21
Responden Yang Menyatakan Bahwa Pelayanan Yang Diberikan Karyawan BRI Syariah Sesuai Dengan Yang Diharapkan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat Puas	4	5%
B	Puas	58	67%
C	Cukup Puas	22	25%
D	Tidak Puas	3	3%
E	Sangat Tidak Puas	0	0%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan karyawan BRI Syariah sesuai dengan yang diharapkan. Dari 87 responden, 4 orang atau 5% menyatakan sangat puas, 58 orang atau 67% menyatakan puas, 22 orang atau 25% menyatakan cukup puas, 3 orang atau 3% menyatakan tidak puas, dan yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 0 orang atau 0%.

Disimpulkan bahwa nasabah dapat merasakan kenyamanan yang diberikan BRI Syariah. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih puas sebanyak 58 orang atau 67%.

Tabel IV.22
Responden Yang Menyatakan Bahwa Visi Dan Misi BRI Syariah
Sesuai Dengan Kenyataannya

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat Puas	1	1%
B	Puas	29	33%
C	Cukup Puas	51	59%
D	Tidak Puas	4	5%
E	Sangat Tidak Puas	2	2%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa visi dan misi BRI Syariah sesuai dengan kenyataannya. Dari 87 responden, 1 orang atau 1% menyatakan sangat puas, 29 orang atau 33% menyatakan puas, 51 orang atau 59% menyatakan cukup puas, 4 orang atau 5% menyatakan tidak puas, dan yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 2 orang atau 2%.

Disimpulkan bahwa visi dan misi BRI Syariah sesuai dengan kenyataannya. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih cukup puas sebanyak 51 orang atau 59%.

Tabel IV.23
Responden Yang Menyatakan Bahwa Mendapatkan Keadilan Dalam
Bertransaksi di BRI Syariah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat Puas	19	21%
B	Puas	31	36%
C	Cukup Puas	35	40%
D	Tidak Puas	2	2%
E	Sangat Tidak Puas	0	0%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa mendapatkan keadilan dalam bertransaksi di BRI Syariah. Dari 87 responden, 19 orang atau 21% menyatakan sangat puas, 31 orang atau 36% menyatakan puas, 35 orang atau 40% menyatakan cukup puas, 2 orang atau 2% menyatakan tidak puas, dan yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 0 orang atau 0%.

Disimpulkan bahwa nasabah mendapatkan keadilan dalam bertransaksi di BRI Syariah. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih cukup puas sebanyak 35 orang atau 40%.

Tabel IV.24
Responden Yang Menyatakan Bahwa Nasabah Akan Setia Pada BRI
Syariah Sebagai Media Transaksi Pribadi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat Puas	3	3%
B	Puas	31	36%
C	Cukup Puas	40	46%
D	Tidak Puas	12	14%
E	Sangat Tidak Puas	1	1%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan bahwa nasabah akan setia pada BRI Syariah sebagai media transaksi pribadi. Dari 87 responden, 3 orang atau 3% menyatakan sangat puas, 31 orang atau 36% menyatakan puas, 40 orang atau 46% menyatakan cukup puas, 12 orang atau 14% menyatakan tidak puas, dan yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 1 orang atau 1%.

Disimpulkan bahwa nasabah akan setia pada BRI Syariah sebagai media transaksi pribadi. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih cukup puas sebanyak 40 orang atau 46%.

Tabel IV.25
Responden Yang Menyatakan Akan Menggunakan Produk Jasa BRI Syariah Lainnya Jika Diperlukan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat Puas	1	1%
B	Puas	45	52%
C	Cukup Puas	35	40%
D	Tidak Puas	4	5%
E	Sangat Tidak Puas	2	2%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan akan menggunakan produk jasa BRI Syariah lainnya jika diperlukan. Dari 87 responden, 1 orang atau 1% menyatakan sangat puas, 45 orang atau 52% menyatakan puas, 35 orang atau 40% menyatakan cukup puas, 4 orang atau 5% menyatakan tidak puas, dan yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 2 orang atau 2%.

Disimpulkan nasabah akan menggunakan produk jasa BRI Syariah lainnya jika diperlukan. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih cukup puas sebanyak 45 orang atau 52%.

Tabel IV.26
Responden Yang Menyatakan Akan Mengajak Orang Lain Untuk Bertransaksi Melalui BRI Syariah

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
A	Sangat Puas	14	16%
B	Puas	53	61%
C	Cukup Puas	16	18%
D	Tidak Puas	4	5%
E	Sangat Tidak Puas	0	0%
	Jumlah	87	100

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas menunjukkan responden yang menyatakan akan mengajak orang lain untuk bertransaksi melalui BRI Syariah. Dari 87 responden, 14 orang atau 16% menyatakan sangat puas, 53 orang atau 61% menyatakan puas, 16 orang atau 18% menyatakan cukup puas, 4 orang atau 5% menyatakan tidak puas, dan yang menyatakan sangat tidak puas sebanyak 0 orang atau 0%.

Disimpulkan nasabah akan menggunakan produk jasa BRI Syariah lainnya jika diperlukan. Hal ini dapat dilihat dari angka responden yang memilih puas sebanyak 53 orang atau 61%.

C. Analisa Data

a. Uji instrumen penelitian

1. Uji Validitas

Suatu instrument dikatakan valid jika pernyataan pada suatu instrument mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pada uji validitas, sampel yang digunakan sebanyak 87 responden. Pengujian validitas dilakukan dengan

membandingkan nilai korelasi r hitung dengan r tabel, dengan kriteria pengujian:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka item-item pertanyaan dinyatakan valid
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka item-item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Tabel IV.27
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keputusan
Kepuasan (Y)	K1	0,675	0,211	Valid
	K2	0.566	0,211	Valid
	K3	0.671	0,211	Valid
	K4	0.707	0,211	Valid
	K5	0.607	0,211	Valid
	K6	0.595	0,211	Valid
	K7	0,512	0,211	Valid
	K8	0,585	0,211	Valid
	K9	0,627	0,211	Valid
	K10	0,523	0,211	Valid
Pelayanan (X)	P1	0.562	0,211	Valid
	P2	0.615	0,211	Valid
	P3	0.611	0,211	Valid
	P4	0.542	0,211	Valid
	P5	0.587	0,211	Valid
	P6	0,664	0,211	Valid
	P7	0,663	0,211	Valid
	P8	0.467	0,211	Valid
	P9	0.592	0,211	Valid
	P10	0.619	0,211	Valid
	P11	0.542	0,211	Valid
	P12	0.598	0,211	Valid
	P13	0.666	0,211	Valid
	P14	0.634	0,211	Valid
	P15	0.536	0,211	Valid

Sumber : Data Olahan

Tabel diatas dapat diketahui nilai r tabel dengan $df = N-2 = 87-2 = 85$ adalah 0,211. Sedangkan nilai r hitung dalam uji ini adalah

Pearson Correlation antara item pertanyaan dengan total skor variabel. Dan diketahui nilai r hitung 0,211. Artinya seluruh item-item variabel dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat keandalan dari instrument pernyataan yang valid. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *cronbach's alpha*. Batasan nilai dalam uji adalah 0,5. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,5 maka nilainya kurang baik. Nilai reliabilitas dalam uji ini dapat dilihat pada kolom *Reliability Statistics (Cronbach's Alpha)*.

Tabel IV.28
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Alpha Cronbach`S</i>	Keterangan
Kepuasan (Y)	0,896	Reliabel/dapat dipercaya
Pelayanan (X)	0,877	Reliabel/ dapat dipercaya

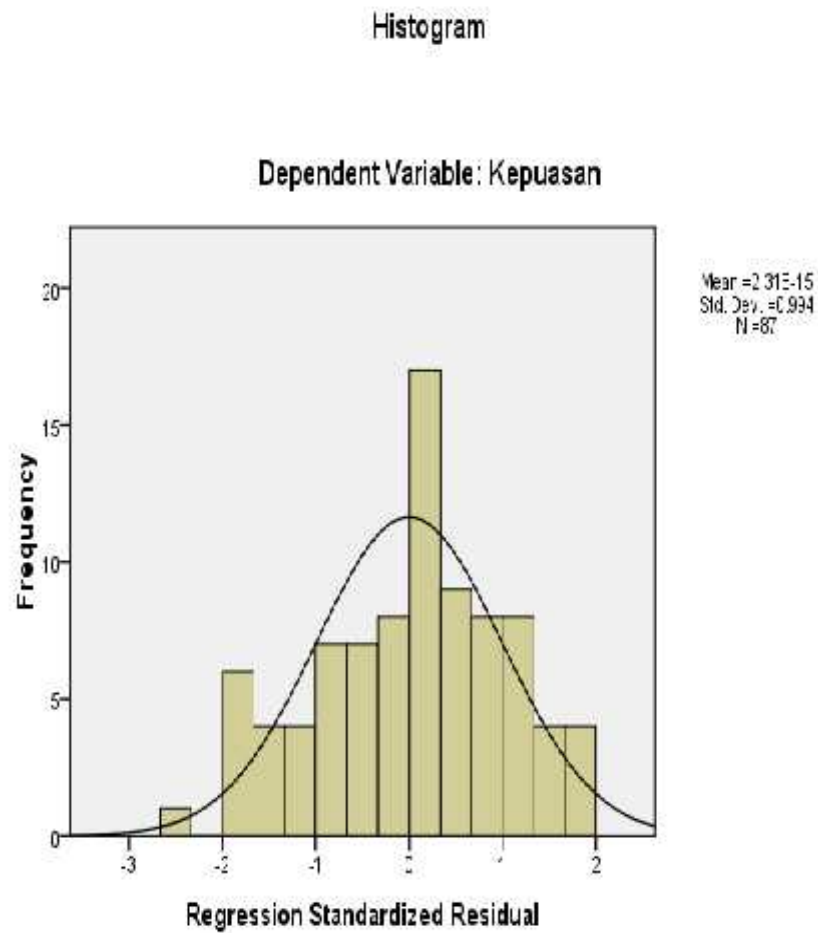
Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel diketahui hasil pengujian nilai reliabilitas kedua variabel berada di atas angka 0,5. Artinya adalah bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini reliable atau dapat dipercaya.

3. Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui pola distribusi dari suatu data hasil penelitian. Hal ini merupakan salah satu syarat untuk melakukan analisis regresi linear sederhana. Uji normalitas dapat dilihat dari kurva *histogram* .

Gambar IV. 1 : Kurva *Histogram*



Sumber : Data Olahan

Berdasarkan gambar diketahui bahwa sebaran data yang menyebar ke semua daerah kurva normal, berbentuk simetris atau lonceng. Maka dapat disimpulkan bahwa data mempunyai distribusi normal.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel IV.29
Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.870	.271		3.211	.002
	Pelayanan	.723	.069	.748	10.402	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Tabel di atas menunjukkan nilai konstanta (a) sebesar 0,870. Artinya adalah apabila pelayanan diasumsikan nol (0), maka kepuasan bernilai 0,870. beta () adalah 0,723, maka persamaan regresi sederhananya dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$\text{Kepuasan} = 0,870 + 0,723 \text{ Pelayanan} + e$$

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas:

Nilai konstanta (a) sebesar 0,870. Artinya adalah apabila pelayanan diasumsikan nol (0), maka kepuasan bernilai 0,870. Nilai koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,723. Artinya adalah apabila pelayanan meningkat sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan sebesar 0,723. Standar error (e) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas. Standar error (e) mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukan dalam persamaan.

5. Uji t

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing variabel bebas yang signifikan terhadap variabel terikat dengan mengukur derajat hubungan antara suatu variabel bebas dengan variabel terikatnya. Untuk itu, koefisien uji t dijadikan dasar menetapkan signifikansi dengan menggunakan tabel.

Diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 0,05 atau 5 % (2-tailed) dengan persamaan berikut:

$$\begin{aligned}t \text{ tabel} &= n - k - 1 : \alpha / 2 \\ &= 87 - 1 - 1 : 0,05 / 2 \\ &= 85 : 0,025 \\ &= 1,988\end{aligned}$$

keterangan: n : jumlah

k : jumlah variabel bebas

1 : konstan

Tabel IV.30
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.870	.271		3.211	.002
Pelayanan	.723	.069	.748	10.402	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Tabel diatas dapat dilihat nilai t hitung variabel pelayanan $10,402 > 1,988$ dan $\text{Sig. } 0,000 < 0,05$. Artinya pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan.

6. Koefisien Korelasi Sederhana (R)

Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

- 0,00 – 0,199 : sangat rendah
- 0,20 – 0,399 : rendah
- 0,40 – 0,599 : sedang
- 0,60 – 0,799 : kuat
- 0,80 – 1,000 : sangat kuat.

Tabel IV.31
Koefisien Korelasi Sederhana

Model Summary^p

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.748 ^a	.560	.555	.35251

a. Predictors: (Constant), Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Nilai R menunjukkan korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen. Dari output diatas diketahui nilai R sebesar 0,748. Artinya adalah bahwa korelasi antara variabel independen (pelayanan) dengan variabel dependen (kepuasan) memiliki hubungan yang kuat.

Tabel diatas menunjukkan nilai R Square sebesar 0,560. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (pelayanan)

terhadap variabel dependen (kepuasan) adalah sebesar 56 %, sedangkan sisanya sebesar 44 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

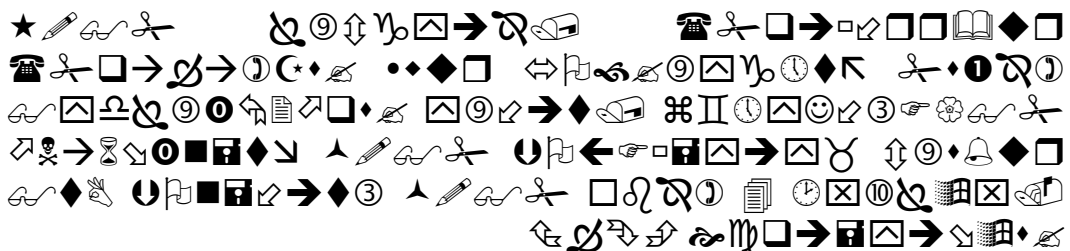
D. Hubungan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menurut Ekonomi Islam

Hasil analisis diatas, maka jawaban atas pertanyaan perumusan masalah dalam skripsi ini adalah kualitas pelayanan yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah adalah *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *empathy* (empati) dan *assurance* (jaminan).

Berdirinya BRI Syariah didasarkan pada ketentuan syari'at Islam sehingga segala bentuk pelayanan baik yang bersifat fisik maupun nonfisik juga diterapkan sesuai dengan ketentuan Islam. Ditinjau dari aspek *tangibles* (bukti langsung) banyak hal yang telah dilakukan BRI Syariah dalam rangka memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah. Pelayanan BRI Syariah selalu berorientasi pada kepuasan nasabah hal ini terbukti dari upaya dalam memberikan fasilitas fisik berupa ATM yang dapat di *access* di penjuru tanah air, kemudian gedung yang didesain jauh dari kesan mewah dilengkapi dengan tempat sholat, ruang tunggu yang nyaman serta tempat parkir yang memadai. Bentuk pelayanan diatas tidak bertentangan dengan syari'ah Islam, Untuk penampilan kru BRI Syariah cabang Pekanbaru berpakaian secara syari' sesuai ketentuan Islam. Para wanita yang dengan ramah melayani keperluan nasabah, berbusana rapi, plus jilbab menawan. Sementara kru pria

menggunakan baju kemeja. Bagi perusahaan lain, busana mungkin bukan sesuatu yang substansial namun BRI Syariah melihatnya sebagai sesuatu yang penting karena BRI Syariah menjadikan busana senapas dengan jasa dan layanan kesyariahan. Jadi dapat disimpulkan dari aspek bukti langsung pelayanan BRI Syariah cabang Pekanbaru telah sesuai dengan syari'ah Islam.

Reliability (kehandalan) BRI Syariah dibuktikan dengan menjalin kerjasama dengan beberapa perusahaan dan perguruan tinggi seperti UIN Suska Riau dalam hal pembayaran SPP. Kehandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara akurat dan terpercaya. Allah sangat menganjurkan setiap umatnya untuk selalu menepati janji yang telah ditetapkan seperti dijelaskan dalam Al Qur'an surat An-Nahl (16) : 91, yaitu:



Artinya : “Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.”

Langkah kerjasama ini dalam rangka memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah sesuai dengan yang dijanjikan, karena BRI Syariah yakin bahwa sesuatu bila diserahkan kepada ahlinya, hasilnya akan jauh lebih baik. Kehandalan BRI Syariah telah mendukung adanya *responsiveness* (daya

tanggap) dari karyawan dalam memberikan pelayanan, karena dengan adanya kerjasama dengan perusahaan dan perguruan tinggi maka karyawan dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak merugikan nasabah. Ditinjau dari aspek syari'ah Islam kehandalan dan daya tanggap yang dimiliki BRI Syariah telah sesuai dengan syari'ah Islam.

Assurance (Jaminan) rasa aman dan percaya yang dapat diberikan BRI Syariah kepada nasabah dapat dilihat melalui karakter para karyawan, baik penampilan yang disesuaikan pada ketentuan syari'ah, kemampuan maupun kesopanan. BRI Syariah memiliki komitmen membentengi karyawan dari perbuatan yang tidak terpuji, misalnya menerima sogok, pelicin dan hadiah yang dibanyak tempat dianggap sebagai kewajaran. Selain itu, ruang kerja BRI Syariah memancarkan aura kesederhanaan, kepraktisan dan keterbukaan. Tidak ada sekat yang memisahkan antara kru yang satu dengan yang lain, suasana transparan ini melancarkan komunikasi, menimbulkan perasaan bersatu dan mencegah permainan-permainan tidak sehat dengan tamu yang datang. Penjelasan di atas menunjukkan adanya jaminan yang berlandaskan pada syari'ah Islam yang dapat diberikan BRI Syariah kepada nasabah untuk menumbuhkan rasa aman, percaya, bebas dari bahaya dan keragu-raguan.

Sikap *empathy* (empati) merupakan hal yang sangat ditekankan pada BRI Syariah cabang Pekanbaru, hal ini terbukti dari adanya rasa persaudaraan antara karyawan dengan nasabah sehingga timbul kerelaan dari karyawan untuk membantu setiap nasabah yang sedang mengalami kesulitan. BRI Syariah memiliki keyakinan bahwa semua umat Islam bagaikan satu tubuh,

bila ada salah satu anggota tubuh yang sakit maka seluruh tubuh akan merasakan sakit. Sehingga BRI Syariah sangat tidak menginginkan saudaranya mengalami kesusahan sehingga selalu memberi kemudahan dengan senang hati karena mereka merasakan itu sudah menjadi tanggung jawabnya. Sikap empati BRI Syariah dalam memberikan pelayanan sangat selaras dengan ketentuan syari'ah Islam.

Sebuah transaksi ekonomi pasti tak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan.

Berkaitan dengan penyediaan layanan konsumen, Islam telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan layanan yang berkualitas bagi konsumennya. Pencapaian kualitas layanan yang terbaik pada organisasi atau perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen Islam yang kokoh atau disebut juga "*Total Islam Quality*" (TIQ), dimana dasar bangunan tersebut bersumber dari Al-qur'an dan Hadist, dan dapat terbentuk jika ada instrumen-instrumen berikut, yaitu :

- a. Harus didasari oleh kesabaran yang kuat,
- b. Komitmen jangka panjang,
- c. Perbaikan kualitas layanan terus menerus,
- d. Kerjasama dan hormat/respek terhadap setiap orang,
- e. Pendidikan dan latihan

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil analisis diatas, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, Berdasarkan analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan) adalah sebesar 56 %, sedangkan sisanya sebesar 44 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Persamaan regresi yang diperoleh, yaitu: $Y = a + bX + e$ atau $\text{Kepuasan} = 0,870 + 0,723 \text{ Pelayanan} + e$ bahwa meningkatnya kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Kualitas pelayanan pada Bank Syari'ah dalam hal ini BRI syariah cabang Pekanbaru telah sesuai dengan syari'ah Islam. Fasilitas yang diberikan dalam melakukan pelayanan akan terlihat semu tanpa adanya *reliability* (kehandalan). Kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari *responsiveness* (daya tanggap) karyawan, yang mana karyawan memiliki kemauan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Adanya *assurance* (jaminan) juga dapat menunjukkan nilai *plus* tersendiri bagi perusahaan terhadap pelayanan yang diberikan. Jaminan ini dapat

ditunjukkan melalui pengetahuan, kesopansantunan, rasa aman, rasa percaya, bebas dari bahaya dan resiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggan. kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari faktor *empathy* (empati) yang dapat diberikan oleh karyawan kepada pelanggan/konsumen. Sikap empati ditunjukkan melalui kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Dalam Islam sikap empati merupakan wujud dari kemauan karyawan untuk memberikan kemudahan pada pelanggan dengan senang hati dalam melakukan transaksi, disaat pelanggan mengalami kesulitan maka karyawan siap membantu.

B. Saran

Hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian ini, dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar lebih mempertahankan tingkat layanan yang memuaskan, pihak manajemen BRI Syariah cabang Pekanbaru sebaiknya lebih menekankan dan memberikan perhatian pada dimensi *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap) dan *empathy* (empati). Hal ini bisa dilakukan dengan lebih memperhatikan terhadap bukti langsung berupa fasilitas fisik (gedung, peralatan/teknologi, dan pegawai), memperhatikan terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah, ketanggapan dalam melayani nasabah dengan cepat dan tepat, dan memberikan perhatian yang bersifat

pribadi kepada nasabah serta menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti.

2. Pihak manajemen BRI Syariah cabang Pekanbaru perlu meningkatkan pelayanan pada variabel-variabel yang menurut penilaian nasabah belum sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah BRI Syariah cabang Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, Rianto NurM., *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Alwi, Dahlan, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka, 1995)
- Amirullah, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), Ed. Pertama, Cet. Pertama.
- Dwi, Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*. (Yogyakarta: Penerbit Mediakom, 2008)
- Fajri, Zul EM dan Senja, Aprilia Ratu, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, Edisi Revisi*, (Semarang: Difa Publishers, 2008) Cet. 3
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro, 2005)
- HariwijayaM., *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal dan Skripsi*. (Yogyakarta : Tugu Publisher, 2008, cetakan 4)
- Hasan, Zubairi, *Undang-Undang Perbankan Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009)
- <http://www.dakwatuna.com/2007/hukum-Islam>.
- Irawan, Handi, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002)
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), Ed. Ke-4
- Kasmir, *Manajemen Perbankan edisi revisi delapan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008)
- _____, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003)
- _____, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2008), Ed. Rev., Cet. 3
- _____. *Pemasaran Bank*. (Jakarta: Prenada Media Grup. 2008)
- Kotler, Philip dan Keller LaneKevin, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 2*, Alih Bahasa: Bob Sabran (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009)
- Lupiyoadi Rambat., *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Salemba Empat 2006)

- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008)
- Rivai, Veithzal, *Islamic Human Capital dari Teori Kepraktik: Manajemen Sumber Daya Islami*, (Jakarta: Rajawali Pres, 2009), Ed. 1
- Simamora, Bilson, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003)
- Sugiarto, Endar, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002)
- _____, *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung: CV. Alfabeta, 1999)
- Tjiptono, Fandy, dan Candra Gregorius, *Service, Quality dan Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2005)
- _____, Fandy. *Prinsip-prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta: ANDI 2004)
- _____, Fandy, *Strategi Pemasaran Edisi 3*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008)
- Ujang, Sumarwan, *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Jakarta: Ghalia, 2003)
- Umar, Husein *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003)
- _____, *Study Kelayakan Bisnis Edisi 3 Revisi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1997)
- Usman, Husaini dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika*. (Jakarta: Bumi Aksara. 2011)
- Zulian, Yamit *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa, Edisi Pertama*, Cetakan Kedua, (Yogyakarta: Ekonisia, 2002)