

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN,  
PROMOSI DAN RISIKO TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA  
PRODUK GADAI EMAS DI BANK SYARIAH MANDIRI  
CABANG LANGSA**



**SKRIPSI**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT MEMPEROLEH  
GELAR STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH:**

**ULFA AZIZI  
10391044**

**PEMBIMBING:**

- 1. DRS.A.YUSUF KHOIRUDDIN, SE.M.SI**
- 2. SUNARSIH, SE.M.SI**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2015**

## **ABSTRAK**

Kualitas dan kepuasan pelanggan sangat berkaitan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, promosi dan risiko yang diterapkan oleh Bank Syariah Mandiri terhadap kepuasan nasabah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *porpositive sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan data primer dan sekunder dengan model regresi linear berganda. Nasabah yang dipilih sebagai responden penelitian adalah sebanyak 100 nasabah gadai dari Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa. Metode analisis dan datanya menggunakan uji asumsi klasik, dan uji hipotesa (uji t dan uji F), pengolahan datanya menggunakan SPSS 16.0 for windows.

Dari hasil penelitian didapatkan bahwa dari uji parsial menunjukan untuk variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada gadai emas di Bank Syariah Mandiri yang ditunjukan dengan hasil signifikansi yaitu variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, variabel kepercayaan 0,000 lebih kecil dari 0,05, dan variabel risiko 0,046 lebih kecil dari 0,05. Untuk variabel promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada gadai emas di Bank Syariah Mandiri yang menunjukkan hasil signifikansi yaitu  $0,228 > 0,05$ .

Untuk uji F menunjukan bahwa gadai emas berpengaruh positif dan signifikan yaitu kepuasan nasabah dipengaruhi secara bersama-sama oleh kualitas pelayanan, kepercayaan, promosi dan risiko dengan hasil signifikansi yaitu  $0.00 < 0.05$ .

**Kata kunci :** Kualitas pelayanan, kepercayaan, promosi, risiko, kepuasan nasabah



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

## **SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI**

Hal : Skripsi Saudara Ulfa Azizi

Kepada

**Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta.**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama	:	Ulfa Azizi
NIM	:	10391044
Judul Skripsi	:	<b>“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Promosi dan Risiko Terhadap Produk Gadai Emas di Bank Mandiri Syariah Cabang Langsa”</b>

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**Yogyakarta, 25 Mei 2015**

Pembimbing I,

**Drs. A. Yusuf Khoiruddin S.E,M.Si**

**NIP. 196611191992031002**



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

## **SURATPERSETUJUANSKRIPSI**

Hal : Skripsi Saudara Ulfa Azizi

Kepada

**Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta.**

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

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

Nama	:	Ulfa Azizi
NIM	:	10391044
Judul Skripsi	:	<b>"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Promosi dan Risiko terhadap produk Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa"</b>

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Program Studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

**Yogyakarta, 3 Juni 2015**

Pembimbing II,

**Sunarsih, SE. M. Si**

**NIP.197409111999032001**

## SURAT PERNYATAAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : UlfaAzizi  
NIM : 10391044  
Fakultas-Prodi : Syari'ah dan Hukum – Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Promosi, dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Produk Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa”** adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi, dan digunakan sebagaimana perlunya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 21 Mei 2015



**PENGESAHAN SKRIPSI****Nomor : UIN.02/K.KUI-SKR/PP-009/262/2015**

Skripsi/Tugas Akhir dengan Judul :

**“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Promosi dan Risiko Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa”**

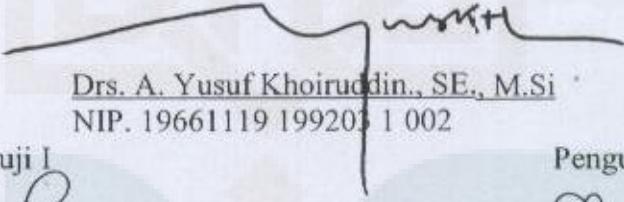
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Ulfa Azizi  
NIM : 10391044  
Telah dimunaqosyahkan pada : Jum'at, 19 Juni 2015  
Nilai : B

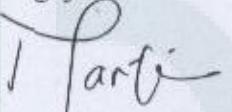
Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

**TIM MUNAQOSYAH :**

Ketua Sidang

  
Drs. A. Yusuf Khairuddin., SE., M.Si  
NIP. 19661119 199203 1 002

Pengaji I

  
M. Kurnia Rahman Abadi, SE., M.M  
NIP. 19780503 200604 1 002

Pengaji II

  
Drs. Slamet Khilmi., M.Si  
NIP. 19631014 199203 1 002

Yogyakarta, 22 Juni 2015

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Syari'ah dan Hukum



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alīf	Tidak Dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Śā'	Ś	Es titik di atas
ج	Jīm	J	Je
ح	Hā'	H	Ha titik di bawah
خ	Khā'	Kh	Ka dan ha
د	Dāl	D	De
ذ	Žāl	Ž	Zet titik di atas
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan ye
ص	Śād	Ś	Es titik di bawah
ض	Dād	Ḍ	De titik di bawah
ط	Tā'	Ṭ	Te titik di bawah
ظ	Zā'	Ẓ	Zet titik di bawah

ع	‘ain	...‘...	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fā’	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāwū	W	We
ه	Hā’	H	Ha
ء	Hamzah	...’...	Apostrof
ي	Yā’	Y	Ye

### B. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

متعددة عَدّة	Ditulis Ditulis	Muta‘addidah ‘iddah
-----------------	--------------------	------------------------

### C. Tā’ Marbūtah di akhir kata

1. Bila dimatikan, ditulis h:

حُكْمَة عَلَة	Ditulis Ditulis	Hikmah ‘illah
------------------	--------------------	------------------

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

2. Bila diikuti kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	Karāmah al-auliyā'
----------------	---------	--------------------

3. Bila *tā' marbūtah* hidup atau dengan harakat, fatḥah, kasrah dan ḍammah ditulis t atau h:

زكاة الفطر	Ditulis	Zakāh al-fiṭri
------------	---------	----------------

#### D. Vokal Pendek

	Fatḥah  Kasrah  ḍammah	Ditulis  Ditulis  Ditulis	A  Fa'ala  I  Zukira  U  Yažhabu
--	------------------------------------	---------------------------------------	--

#### E. Vokal Panjang

1. Fatḥah + Alif 	Ditulis Ditulis	ā Jāhiliyyah
2. Fatḥah + Yā' mati 	Ditulis	ā Yas'ā
3. Kasrah + Yā' mati 	Ditulis	ī Majīd
4. ḍammah + Wāwū mati 	Ditulis Ditulis	ū Furūd

## F. Vokal rangkap

1.	Fatḥah + Yā' mati بِذَكْرٍ	Ditulis	Ai
2.	Fatḥah + Wāwū mati فَوْلٍ	Ditulis	Bainakum Au Qaul

## G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَذْتَمْ	Ditulis	A'antum
أَعْدَتْ	Ditulis	U'iddat
لَئِنْ شَكَرْتَ مِ	Ditulis	La'in syakartum

## H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qomariyyah* ditulis dengan menggunakan huruf “l”.

الْقُرْآن	Ditulis	Al-Qur'ān
الْقِيَاس	Ditulis	Al-Qiyās

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf 1 (el) nya.

الْسَّمَاءُ	Ditulis	As-Samā'
الْشَّمْسُ	Ditulis	Asy-Syams

## I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوی الفروض اہل السنۃ	Ditulis Ditulis	Žawī al-furūḍ Ahl as-Sunnah
-------------------------	--------------------	--------------------------------

## *Halaman Persembahan*

Semoga Skripsi ini diberkahi Allah SWT dan Muhammad Rasul Allah SAW

Skripsi ini saya persembahkan Setulus hati untuk orang-orang yang saya cintai dan sayangi yang menjadikanku memiliki cita-cita, tujuan dan hakekat kedinian. Semoga segala do'a yang terucap menjadi sebuah senjata untuk menapaki cita-cita. Persembahan untuk mereka yang kucintai:

- ❖ Ayahanda dan Ibunda
- ❖ Kakak dan adik-adiku
- ❖ Teman-Teman Seperjuangan
- ❖ Almamaterku. . . UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
- ❖ Semua yang kusayangi dan kucintai

## KATA PENGANTAR



Puji syukur penyusun panjatkan atas kehadirat Allah SWT atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Promosi dan Risiko Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Produk Gadai Emas di Bank Mandiri Syariah Cabang Langsa” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Prodi Keuangan Islam, Fakultas Syari’ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

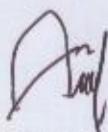
Penyusunan skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak baik secara moril maupun materil. Oleh Karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Drs. Akh. Minhaji, MA., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Sunaryati, S.E., M.Si selaku Ketua Prodi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE., M.Si selaku dosen pembimbing akademik dan pembimbing I yang selalu meluangkan waktu untuk memberi bimbingan, arahan dan saran serta perhatian dengan penuh kesabaran dan semangat selama penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Sunarsih., SE., M.Si selaku pembimbing II skripsi yang selalu memberikan pengarahan selama penulisan ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.
7. Staf bagian akademik Prodi Keuangan Islam, Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Terima kasih atas bantuan dan kerja samanya.
8. Teruntuk Ayahanda dan Ibunda tercinta yang tiada hentinya selalu mendoakan, memberikan dukungan baik moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima Kasih banyak semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.
9. Kakak dan Adik yang selalu mendoakan, memberika nasehat, motivasi, serta dukungan yang tiada henti dalam menyelesaikan kuliah dan skripsi ini.
10. Teman-teman KUI G 2010 terima kasih untuk waktu kurang lebih 4 tahun yang menikmati pahit manisnya bangku perkuliahan bersama dan memberikan warna tersendiri dalam perkuliahan.
11. Teman-teman yang membantu dalam menyelesaikan penelitian ini yaitu terutama Almuntahanatul Ulya, Dwi Wahyu, M. Khoiri Amin, Fuad Lukman Hakim, Muhammad Iqbal Maulana terima kasih atas bantuan dan bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang turut membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini.

Yogyakarta, 21 Mei 2015



ULFA AZIZI

10391044

## **Motto**

Hidup adalah perjuangan yang harus dilalui

Untuk mencapai sebuah puncak diperlukan perjuangan, doa, dan kerja keras

Ketika anda merasa berada pada titik kejemuhan ingatlah mereka (orang tua)

yang selalu mendoakan dan berusaha membuat anda bahagia, karena restu

mereka merupakan tiket dunia dan akhirat

Percayalah akan kekuatan doa anda, usaha, dan doa kedua orang tua

Tidak ada tempat kembali yang lebih nyaman kecuali keluarga

“Persiapkan Diri Anda Sebaik Mungkin Untuk Berjuang Meraih Impian

Yang Anda Inginkan”



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pokok Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8

E. Sistematika Pembahasan.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Telaah Pustaka .....	11
B. Kerangka Teori .....	13
1. Pemasaran .....	13
a. Pengertian Pemasaran .....	13
b. Konsep Pemasaran .....	15
1. Konsep Produksi.....	15
2. Konsep Produk .....	15
3. Konsep Penjualan .....	15
4. Konsep Pemasaran.....	15
2. Jasa .....	16
a. Pengertian Jasa .....	16
b. Karakteristik Jasa .....	17
3. Kualitas Pelayanan.....	19
a. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	19
b. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	20
c. Manfaat Kualitas Pelayanan.....	23
d. Kualitas Pelayanan Dalam Persepektif Islam.....	23
4. Kepercayaan.....	25
a. Pengertian Kepercayaan .....	25
b. Kepercayaan Dalam Pesrpektif Islam.....	29
5. Promosi .....	31

a. Pengertian Promosi .....	31
b. Bauran Promosi.....	32
6. Risiko .....	34
a. Pengertian Risiko .....	34
b. Sebab Timbul Risiko.....	36
c. Kemungkinan Risiko Pada Gadai Emas.....	38
7. Kepuasan Nasabah.....	40
a. Pengertian Kepuasan Nasabah .....	40
b. Harapan dan Kepuasan Pelanggan .....	41
c. Pengukuran Kepuasan Nasabah .....	42
d. Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam.....	43
8. Gadai Emas Syariah .....	44
a. Pengertian Gadai .....	44
b. Gadai Emas Dalam Perspektif Islam.....	47
c. Penerapan Gadai Emas iB BSM Langsa .....	48
d. Prosedur Untuk Gadai Emas .....	50
C. Kerangka Teoritik .....	54
D. Hipotesis .....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>60</b>
A. Jenis Penelitian .....	60
B. Jenis dan Sumber Data.....	60
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	61
D. Teknik Pengumpulan Data .....	63

E. Populasi dan Sampel.....	64
F. Pengukuran Instrumen Penelitian .....	65
G. Teknik Analisis Data .....	67
1. Uji Validitas .....	67
2. Uji Reliabilitas .....	67
3. Uji Asumsi Klasik.....	68
a. Uji Normalitas .....	68
b. Uji Multikolinearitas .....	68
c. Uji Heteroskedastisitas.....	69
d. Uji Autokerelasi .....	69
4. Analisis Regresi .....	70
H. Pengujian Hipotesis .....	71
1. Uji F .....	71
2. Uji t-Statistik.....	72
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>74</b>
A. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	74
B. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisioner .....	76
1. Hasil Uji Validitas.....	76
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	77
C. Uji Asumsi Klasik .....	78
1. Hasil Uji Multikolonieritas .....	78
2. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	79
3. Hasil Uji Normalitas .....	80

D. Uji Regresi Berganda.....	81
E. Uji Hipotesis .....	84
1. Hasil Uji F.....	84
2. Hasil Uji R Square .....	85
3. Hasil Uji T.....	85
F. Interpretasi dan Pembahasan .....	87
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>96</b>
A. Kesimpulan.....	96
B. Saran .....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Table 4.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden .....	73
Table 4.2 Distribusi Usia Responden.....	74
Table 4.3 Distribusi Pekerjaan Responden .....	74
Table 4.4 Distribusi Pendapatan Per Bulan Responden.....	74
Table 4.5 Uji Validitas .....	75
Table 4.6 Uji Reliabilitas .....	77
Table 4.7 Uji Multikolonearitas .....	77
Tabel 4.8 Uji Heteroskedastisitas.....	78
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	79
Tabel 4.10 Uji Regresi Linier Berganda .....	81
Tabel 4.11 Uji Simultan F.....	83
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi.....	84
Tabel 4.13 Hasil Uji T.....	85

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Kerangka Pemikiran ..... 53



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Terjemahan.....	i
2. Kuisoner.....	iii
3. Data Variabel Responden.....	viii
4. Hasil Uji SPSS.....	ix
5. CV.....	xvi

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Era globalisasi membuat para pelaku bisnis merasakan adanya persaingan yang semakin ketat. Sudah menjadi kewajiban pelaku bisnis untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga dapat memenangkan persaingan tersebut. Pelaku bisnis wajib memperhatikan pengaruh dari kepuasan konsumen. Kepuasaan konsumen akan menjadi pedoman untuk mengarahkan seluruh organisasi kearah pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi sember keunggulan daya saing yang berkelanjutan. Dari perspektif konsumen banyak keluhan dan hak-hak konsumen diabaikan menyangkut harga yang terlalu tinggi, pelayanan yang lambat dan tidak ramah, promosi yang merugikan, serta rendahnya kualitas produk dan jasa. Perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diperoleh konsumen ini, bila tidak diantisipasi dengan baik oleh perusahaan akan menjadi bumerang bagi perusahaan itu sendiri.

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 memberikan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi kerakyatan.

Pemasaran merupakan salah satu faktor penting untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha. Pemasaran erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, karena konsep pemasaran dibangun untuk memenuhi kebutuhan

konsumen guna meraih kepuasan konsumen tersebut. Pemenuhan kebutuhan konsumen tidak terbatas pada produk barang saja, melainkan juga kualitas pelayanannya. Semakin tinggi tingkat persaingan dalam usaha mengharuskan pihak manajemen selalu melakukan inovasi untuk mempertahankan konsumennya sehingga menjadi konsumen yang loyal. Mempertahankan konsumen yang ada lebih baik daripada mencari konsumen baru, dan yang harus dilakukan perusahaan adalah menciptakan konsumen yang loyal. Kepuasan dan loyalitas konsumen adalah fundamental bagi kelangsungan dan pertumbuhan perusahaan.

Sebagai usaha mempertahankan konsumen, perusahaan harus bisa memilih bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat untuk mencapainya. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan dan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya. Pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.<sup>1</sup> Pelayanan yang diberikan kepada konsumen merupakan cerminan baik atau buruknya sebuah perusahaan dimata konsumen. Dengan demikian, pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mendongkrak pangsa pasar suatu perusahaan.

Kepuasan konsumen merupakan orientasi pasar yang semakin penting untuk terus dikaji ulang. Pengkajian tentang kepuasan konsumen dilakukan agar konsumen menjadi konsumen yang loyal dan dapat mempromosikan apa

---

<sup>1</sup> Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1990), hlm. 39.

yang dirasakan kepada calon konsumen lain dengan cara mengkomunikasikannya dari mulut ke mulut.<sup>2</sup> Apabila perusahaan dapat menciptakan kepuasan yang maksimal kepada konsumennya, maka perusahaan akan dapat menciptakan konsumen yang loyal. Loyalitas konsumen pada akhirnya akan bertanggung jawab terhadap pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan dengan beberapa alasan sebagai berikut:<sup>3</sup>

1. Konsumen yang loyal adalah konsumen yang akan menjadikan bisnis semakin besar dimasa datang.
2. Konsumen yang loyal biasanya tidak sensitif terhadap perubahan harga.
3. Konsumen yang loyal adalah konsumen yang memberikan rekomendasi dan referensi kepada calon konsumen yang lain.
4. Semakin banyak konsumen yang loyal, semakin efektif dan efisien strategi pemasaran yang telah dijalankan

Kualitas dan kepuasan pelanggan sangat berkaitan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhannya, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

---

<sup>2</sup> A. Usmara (ed), *Strategi Baru Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Amara Books, 2003), hlm. 95.

<sup>3</sup> *Ibid.*

Perusahaan yang gagal memuaskan konsumennya melalui pelayanan akan menghadapi masalah kompleks, masalah tersebut diantaranya adalah pelanggan jika merasa tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, setiap perusahaan wajib mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggannya.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian juga dengan bisnis perbankan, kepercayaan, promosi, risiko dan kualitas layanan (service quality) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis.

Untuk mengetahui kepuasan konsumen, dapat dilihat dari perilaku konsumen itu sendiri. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan.<sup>4</sup>

Gadai atau *ar-rahn* adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai

---

<sup>4</sup> Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE,2000), hlm. 10.

jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan utang atau gadai.<sup>5</sup>

Gadai emas syariah di perbankan syariah saat ini, memang sudah diakui keberadaannya. Dengan adanya gadai emas ini, akan memudahkan nasabah dalam mencairkan uang tanpa harus menjual barang terlebih dahulu. Keberadaan gadai emas ini, sekarang tidak hanya diminati oleh kalangan menengah ke bawah yang sedang membutuhkan uang dalam suasana terdesak, namun sekarang keberadaannya dimanfaatkan pula oleh orang-orang dari kalangan atas.

Oleh karena itu salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap perusahaan khususnya pada persahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, tepatnya pada Bank Syariah Mandiri adalah dengan menerapkan masalah kualitas layanan. Kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen atau nasabah serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabah.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh Bank Syariah Mandiri selalu berusaha untuk menemukan cara-cara yang berorientasi pada kepuasan nasabah. Sebagai salah satu usaha mempertahankan konsumen, Bank Syariah Mandiri harus dapat memilih mana bentuk kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepaan, keakuratan, kemampuan dan kecepatan bank dalam memberi pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian dapat

---

<sup>5</sup> Abdul Ghafur Anshory, *Gadai Syariah di Indonesia: Konsep Implementasi, dan Institusionalisasi* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2006), hlm. 88.

disimpulkan bahwa salah satu faktor yang dapat mendongkrak pangsa pasar suatu perbankan dan juga perusahaan lain yang bergerak di bidang jasa adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik menumbuhkan minat masyarakat untuk bertransaksi di bank tersebut semakin besar. Untuk menumbuhkan minat masyarakat kepada lembaga keuangan syariah perlu dilakukan sosialisasi perbankan syariah serta memberikan kesan yang baik, yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas kepada masyarakat.

Perkembangan gadai emas di industri perbankan syariah meningkat signifikan sejak harga emas melambung. Bank sentral mencatat pembiayaan melalui gadai emas selama 2010 hanya mencapai Rp 1,8 triliun namun hingga September 2011 saja pembiayaan gadai emas mencapai Rp 6,1 triliun atau tumbuh 238,8% secara *year to date*. Demikian disampaikan Direktur Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia Mulya Siregar di Gedung Bank Indonesia. Hal ini ditandai dengan jumlah rekening di bank-bank syariah terkait produk gadai emas telah mencapai ratusan ribu. Hingga September 2011, total pembiayaan bank syariah mencapai Rp 92,8 triliun dimana meningkat Rp 8,2 triliun dari Juli 2011 yang sebesar Rp 84,6 triliun.<sup>6</sup>

Produk gadai emas syariah mulai banyak dilirik nasabah sebagai alternatif sumber pembiayaan. Penggunaan produk gadai emas tumbuh signifikan dikarenakan banyak nasabah yang mulai menggunakan layanan gadai emas. Berbagai kemudahan yang ditawarkan seperti biaya administrasi

---

<sup>6</sup> Herdaru Purnomo, Gadai Emas Bank Syariah Tumbuh 238%, <http://finance.detik.com/read-wow-gadai-emas-bank-syariah-tumbuh-238>, diakses tanggal 7 Mei 2014.

yang murah, hingga persyaratan yang mudah. Produk gadai emas di Bank Syariah Mandiri akan membiayai hingga 80% dari nilai taksiran emas. Oleh karena itu banyak nasabah yang menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah Mandiri.

Berdasarkan uraian di atas, maka penyusun tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, PROMOSI, DAN RISIKO PADA PRODUK GADAI EMAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK MANDIRI SYARIAH LANGSA**”

## **B. Pokok Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diperoleh rumusan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan pada produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan pada produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri?
3. Bagaimana pengaruh promosi pada produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri?
4. Bagaimana pengaruh risiko pada produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri?

### C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pada produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pada produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi pada produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri.
4. Untuk mengetahui pengaruh risiko pada produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri.

### D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan wawancara bagi pembaca khususnya penyusun tentang kualitas pelayanan dan hubungannya dengan kepuasan nasabah.
2. Hasil penelitian ini sebagai bahan informasi atau referensi yang diharapkan dapat berguna untuk memperkaya perbendaharaan bacaan kepubstakaan dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan khususnya mengenai kualitas pelayanan.

## E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan suatu pola dalam penyusunan karya ilmiah untuk memperoleh gambaran secara garis besar dari bab pertama hingga bab terakhir. Sistematika pembahasan dimaksudkan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian. Adapun sistematika pembahasan dalam skripsi ini akan dibagi dalam lima bab sebagai berikut:

Bab *pertama* berisi pendahuluan yang merupakan gambaran umum penelitian. Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab *kedua* merupakan landasan teori dan pengembangan hipotesis. Bab ini membahas mengenai landasan teori yang mendukung perumusan hipotesis dan mendukung dalam menganalisis hasil penelitian, telaah pustaka yang berisi uraian dari penelitian dan pengkajian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, kerangka pemikiran penelitian yang berisi kesimpulan dari telaah literatur dan hipotesis sebagai pernyataan singkat yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti.

Bab *ketiga* merupakan merupakan metodologi penelitian yang terdiri dari jenis dan sumber data, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab *keempat* merupakan analisis dan pembahasan yang terdiri tentang uraian penelitian yang berisi hasil dari analisis data yang dilakukan penyusun serta pembahasan hasil yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan.

Bab *kelima* merupakan bab penutup yang berisikan dari kesimpulan penyusun penelitian ini dan berisi tentang kesimpulan dari pembahasan untuk menguraikan jawaban dari rumusan masalah, keterbatasan penelitian yang dihadapi dan saran-saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terhadap kualitas pelayanan, kepercayaan, promosi dan risiko terhadap kepuasan nasabah pada gadai emas dengan 100 responden untuk memilih bertransaksi di Bank Syariah Mandiri kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah, yaitu:

1. Nilai signifikan pada uji F sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, promosi dan risiko terhadap kepuasan nasabah pada gadai emas di Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa.
2. Uji secara parsial (Uji t) Kualitas pelayanan, kepercayaan dan risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada gadai emas di Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa. Hal ini ditunjukkan oleh tingkat signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, variabel kepercayaan 0,000 lebih kecil dari 0,05, dan variabel risiko 0,046 lebih kecil dari 0,05.
3. Tidak ada pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah pada gadai emas di Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa dengan nilai signifikansi  $0,228 > 0,05$ . Karena kurang menariknya isi dari brosur dan informasi dari website yang disediakan oleh bank menyebabkan nasabah kesulitan memahami

informasi mengenai jasa pembiayaan gadai syariah. Penjelasan yang diberikan brosur maupun website tidak cukup menarik dan jelas.

4. Nilai koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh adalah 0,817 yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, promosi, dan risiko terhadap kepuasan nasabah pada produk gadai emas sebesar 81,7% yang berarti masih ada faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam minat terhadap produk gadai emas sebesar 18,3%.

## B. Saran

1. Diharapkan bank mampu mempertahankan pelayanan, kepercayaan dan fasilitas yang diberikan kepada nasabah.
2. Diharapkan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa mampu meningkatkan promosi terhadap keseluruhan dari produk serta jasa yang dimiliki (terutama produk gadai emas) agar masyarakat lebih banyak pengetahuan tentang perbankan syariah.
3. Harapannya, perbankan syariah yang memiliki jasa pembiayaan gadai emas memberikan keringanan terhadap biaya jasa penyimpanan emas maupun biaya administrasi.
4. BSM harus mampu meyakinkan terhadap masyarakat bahwa produk-produk yang dimiliki oleh BSM yang sesuai dengan prinsip syariah dengan menerapkan sesuai dengan syariah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Al-Qu'an:**

Dapartemen Agama, Syaamil Al-Qur'an, Bandung: Haekal Media Center, 2007.

### **Buku :**

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- 2013. *Metode dan Teknik Penyusunan Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta
- Augustine, Yonne dan Kristaung, Robert. 2013. *Metode Penelitian Bisnis dan Akuntansi*. Jakarta : PT Dian Rakyat.
- Basyaib, Fachmi 2007. *Manajemen Risiko*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Bungin, Burhan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Darmawi, Herman. 2006. *Manajemen Risiko*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Djojosoedarso, Soeiso. 2003. *Prinsip-Prinsip Manajemen Risiko Asuransi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Firdaus, Muhammad NH, dkk. 2005. *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syariah*. Jakarta: Renaisan.
- Ghazali, Imam. 2007. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghofur, Abdul Anshori. 2011. *Gadai Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: UGM Press.
- Hasan, Iqbal. 2003. *Pokok-Pokok Materi Statistik I*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Husain, Umar. 2004. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Kasmir. 2000. *Manajemen perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Lathief, Azharudin A.H. 2005. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: UIN Press
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhammad. 2007. *Lembaga Ekonomi Syariah*, Yogjakarta: Graha Ilmu.
- 2011. *manajemen bank syariah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Prasetyo, Bambang dan Miftahul, Lina Jannah. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Saladin, Djaslim. 1996. *Unsur-unsur inti pemasaran dan manajemen pemasaran, ringkasan praktis dan disertai tanya jawab*. Bandung: Mandar Maju.
- Salim, Abbas. 2005. *Asuransi dan Manajemen Risiko*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sarwono, Jonathan. 2007. *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sekaran, Uma. 2001. *Research Method for Business*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soemitra, Andri. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sopomo, Bambang. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE
- Sugiarto, Endar. 1990. *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustak Utama.
- Sugiarto, Ferry dan Idroes, N. 2006. *Manajemen Risiko Perbankan dalam Konteks Kesepakatan Basel dan Peraturan Bank Indonesia*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- 2010. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suharso, Puguh . 2001. *Model Analisis Kuantitatif*. Jakarta: Indeks.
- Suharyadi dkk. 2009. *Statistik untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat.

- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Supriyanto. 2009. *Metodelogi Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Indeks.
- Swastha, Basu. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: UGM Press.
- Syafei, Muhammad Antonio. 2001. *Bank Syariah dan Teori ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Taniredja, Tukiran dan Mustafidah, Hidayati. 2012. *Penelitian Kuantitatif* (sebuah pengantar). Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius, Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- 2000. *Manajemen Jasa Edisi II*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- 2007. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Usmara (ed). 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Amara Books.
- Uyanto, Stanislaus S. 2006. *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Zulian, Yamit. 2002. *Manajemen Kualitas Jasa, Edisi Pertama*. Jakarta : Ekonisia.

### **Jurnal, Skripsi dan Tesis**

Addis Al Hamzi dan Emma Yulianti, "Peran Kualitas Jasa Pada Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Dan Niat Beralih Nasabah PT.Pegadaian di Surabaya", *Journal of Business and Banking*, (2013).

Amalia Hidayati, "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan dan Risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk layanan e-banking (Studi kasus jurusan keuangan islam Uin Sunan Kalijaga)". Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, (2014).

Amarila Fetisyadewi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Produk Gadai Emas Bank BPD DIY Syariah Yogyakarta", *Skripsi* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, (2014).

Arini Mar'atul Husna, "Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan, Kepercayaan dan Aksesibilitas terhadap Kepuasan Nasabah (Survei Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus)". *Skripsi* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, (2015).

Yalisma Dewi, "Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-Biaya, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus pada PT.BNI Syariah Cabang Kusumanegara, Yogyakarta)". *Skripsi* Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, (2012).

#### **Website :**

Herdaru Purnomo. Gadai Emas Bank Syariah Tumbuh.  
[http://finance.detik.com/read/wow-gadai-emas-bank-syariah-tumbuh-238.](http://finance.detik.com/read/wow-gadai-emas-bank-syariah-tumbuh-238)  
diakses tanggal 7 Mei 2014

Aswandi. Pelayanan Prima Service Excellence Dalam Islam. <http://noteseconom.blogspot.com/2014/01/Pelayanan-prima-service-excellence.html>,  
diakses pada 28 april 2014.

## **Lampiran I**

### **Terjemahan Al-Qur'an**

Hlm	Fnt	Terjemahan
<b>BAB II</b>		
24	28	"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 maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya" (Ali Imran: 159)
24	29	"Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji" (Al-Baqarah: 267)
29	35	"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat". (An-nisa: 58)
30	36	"Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar." (At-Taubah : 119)
32	40	"Dan janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang disebut-sebut oleh lidahmu secara dusta "Ini halal dan ini haram", untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah tiadalah beruntung". (An-Nahl : 116)

44	54	“Barang siapa yang mengerjakan amal shaleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan”. (An-Nahl : 97)
47	59	“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanahnya (utangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhanmu; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Al-Baqarah: 283)

Identitas Responden		Kualitas Pelayanan (X1)					Kepercayaan (X2)					Promosi (X3)					Risiko (X4)					Kualitas Pelayanan (Y)					Variabel										
NO	JK	U	Pek	Pen	a1	a2	a3	a4	a5	b1	b2	b3	b4	b5	c1	c2	c3	c4	c5	d1	d2	d3	d4	d5	e1	e2	e3	e4	e5	X1	x2	x3	x4	Y			
1	2.0	2.0	1.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	15.0	14.0				
2	2.0	2.0	1.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	14.0	15.0		
3	2.0	2.0	1.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	2.0	14.0	15.0		
4	2.0	2.0	1.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	2.0	3.0	3.0	4.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	13.0	15.0	3.0	15.0	15.0	
5	2.0	2.0	1.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	15.0	20.0	3.0	16.0	14.0			
6	1.0	2.0	1.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	15.0	3.0	15.0	16.0		
7	1.0	2.0	1.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	14.0	3.0	16.0	15.0		
8	2.0	2.0	1.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	4.0	16.0	16.0		
9	2.0	2.0	1.0	4.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	17.0	3.0	15.0	14.0
10	2.0	2.0	1.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	15.0	15.0		
11	2.0	2.0	1.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	15.0	3.0	14.0	15.0		
12	2.0	2.0	1.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	20.0	19.0	4.0	16.0	20.0		
13	2.0	2.0	1.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	20.0	20.0	4.0	16.0	20.0		
14	2.0	2.0	1.0	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	13.0	15.0	3.0	15.0	15.0		
15	2.0	2.0	1.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	16.0	2.0	15.0	15.0		
16	2.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	15.0	15.0		
17	2.0	4.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	12.0	16.0	3.0	15.0	15.0	
18	1.0	4.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	2.0	14.0	15.0	3.0	14.0	14.0		
19	2.0	4.0	2.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	16.0	3.0	15.0	15.0		
20	1.0	4.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	15.0	16.0		
21	1.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	15.0	3.0	15.0	15.0		
22	1.0	4.0	3.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	18.0	20.0	4.0	16.0	20.0		
23	1.0	4.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	20.0	20.0	4.0	15.0	20.0			
24	2.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	2.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	13.0	16.0	3.0	15.0	15.0		
25	2.0	4.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	16.0	3.0	15.0	15.0		
26	2.0	3.0	2.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	16.0	16.0			
27	1.0	4.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	15.0	3.0	14.0	15.0		
28	1.0	4.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	15.0	15.0		
29	2.0	4.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	15.0	15.0		
30	1.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	15.0	4.0	15.0	16.0		
31	1.0	4.0	2.0	4.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	2.0	3.0	3.0	13.0	17.0	3.0	15.0	15.0	
32	2.0	4.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	15.0	15.0		
33	1.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	15.0	15.0		
34	1.0	4.0	2.0	4.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	16.0	3.0	14.0	15.0	

35	1.0	4.0	2.0	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	15.0	3.0	14.0	15.0				
36	1.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	4.0	4.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0	3.0	4.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	4.0	4.0	3.0	3.0	18.0	20.0	4.0	16.0	18.0			
37	2.0	4.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	14.0	3.0	15.0	16.0				
38	1.0	4.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	13.0	14.0				
39	1.0	4.0	2.0	4.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	14.0	15.0	3.0	15.0	16.0				
40	1.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	15.0	15.0				
41	1.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	14.0	15.0	2.0	12.0	16.0			
42	2.0	4.0	2.0	2.0	4.0	2.0	2.0	4.0	2.0	4.0	3.0	4.0	4.0	2.0	2.0	4.0	2.0	2.0	2.0	2.0	4.0	2.0	2.0	2.0	3.0	2.0	2.0	14.0	16.0	4.0	14.0	12.0					
43	2.0	3.0	2.0	4.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	15.0	3.0	15.0	15.0		
44	2.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	13.0	15.0			
45	1.0	2.0	1.0	3.0	2.0	3.0	4.0	4.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0	4.0	4.0	3.0	4.0	3.0	4.0	2.0	3.0	3.0	16.0	18.0	4.0	16.0	16.0				
46	2.0	3.0	2.0	4.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	13.0	15.0	3.0	15.0	15.0			
47	1.0	4.0	2.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	4.0	16.0	15.0	3.0	14.0	17.0				
48	1.0	2.0	2.0	2.0	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	2.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	15.0	17.0	4.0	14.0	17.0				
49	1.0	2.0	1.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	15.0	14.0			
50	2.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	13.0	3.0	16.0	16.0			
51	1.0	2.0	1.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	15.0	13.0	3.0	15.0	16.0		
52	1.0	4.0	2.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	4.0	14.0	16.0			
53	1.0	4.0	2.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	15.0	15.0			
54	1.0	3.0	2.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	14.0	15.0			
55	1.0	3.0	3.0	2.0	4.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	2.0	4.0	4.0	3.0	4.0	3.0	19.0	20.0	4.0	15.0	17.0				
56	2.0	4.0	2.0	3.0	4.0	2.0	3.0	2.0	2.0	4.0	3.0	3.0	3.0	4.0	2.0	3.0	2.0	2.0	2.0	2.0	3.0	2.0	2.0	3.0	2.0	2.0	2.0	2.0	13.0	16.0	4.0	14.0	12.0				
57	2.0	4.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	15.0	3.0	15.0	15.0			
58	1.0	1.0	1.0	2.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	13.0	15.0	3.0	11.0	15.0			
59	1.0	1.0	1.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	2.0	3.0	2.0	3.0	2.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	14.0	12.0	3.0	16.0	16.0		
60	1.0	1.0	1.0	2.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	17.0	17.0	4.0	15.0	17.0	
61	2.0	4.0	2.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	4.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	4.0	4.0	4.0	3.0	4.0	3.0	17.0	17.0	4.0	18.0	17.0					
62	1.0	4.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	14.0	3.0	15.0	15.0		
63	1.0	1.0	2.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	2.0	20.0	4.0	15.0	18.0			
64	2.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	16.0	3.0	15.0	15.0		
65	1.0	1.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	17.0	16.0	4.0	15.0	17.0	
66	1.0	1.0	2.0	4.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	15.0	3.0	13.0	15.0		
67	1.0	3.0	4.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	20.0	20.0	4.0	20.0	19.0		
68	2.0	3.0	2.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	17.0	15.0	4.0	14.0	17.0
69	1.0	3.0	2.0	4.0	2.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	20.0	20.0	4.0	16.0	16.0		
70	2.0	3.0	3.0	3.0	4.0	4.0	2.0	2.0	4.0	4.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	16.0	19.0	4.0	16.0	20.0		

71	1.0	3.0	3.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	2.0	4.0	4.0	4.0	3.0	4.0	3.0	4.0	4.0	4.0	3.0	20.0	20.0	4.0	15.0	18.0		
72	2.0	1.0	3.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	20.0	19.0	4.0	17.0	18.0		
73	1.0	1.0	2.0	3.0	3.0	2.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	2.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	16.0	2.0	16.0	17.0		
74	1.0	3.0	4.0	2.0	4.0	4.0	4.0	2.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0	3.0	3.0	4.0	4.0	4.0	16.0	20.0	4.0	16.0	18.0		
75	1.0	1.0	3.0	4.0	3.0	3.0	2.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	15.0	17.0	3.0	14.0	16.0		
76	1.0	3.0	3.0	4.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	14.0	3.0	14.0	14.0		
77	1.0	3.0	4.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	15.0	14.0	3.0	15.0	16.0		
78	2.0	1.0	3.0	3.0	4.0	4.0	4.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	2.0	4.0	4.0	4.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0	4.0	19.0	18.0	4.0	16.0	19.0	
79	2.0	1.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	3.0	4.0	20.0	20.0	4.0	16.0	19.0	
80	2.0	1.0	3.0	4.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	15.0	3.0	14.0	15.0	
81	2.0	1.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	13.0	3.0	15.0	15.0	
82	2.0	1.0	4.0	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	15.0	3.0	14.0	15.0		
83	2.0	3.0	3.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	2.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	20.0	16.0	4.0	16.0	20.0		
84	1.0	3.0	3.0	3.0	4.0	2.0	3.0	4.0	3.0	4.0	4.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	3.0	2.0	3.0	4.0	3.0	16.0	18.0	4.0	18.0	16.0		
85	1.0	3.0	2.0	4.0	4.0	3.0	4.0	4.0	3.0	4.0	4.0	3.0	4.0	4.0	3.0	4.0	3.0	4.0	3.0	3.0	4.0	3.0	4.0	4.0	3.0	3.0	18.0	18.0	4.0	15.0	18.0		
86	1.0	3.0	4.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	20.0	20.0	4.0	18.0	20.0		
87	2.0	2.0	4.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	13.0	3.0	15.0	16.0	
88	2.0	3.0	4.0	4.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	12.0	15.0	3.0	14.0	15.0	
89	2.0	3.0	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0	2.0	4.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	13.0	14.0	3.0	16.0	15.0	
90	2.0	1.0	1.0	4.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	2.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	2.0	14.0	13.0	3.0	14.0	14.0	
91	2.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	14.0	15.0	
92	1.0	1.0	3.0	4.0	3.0	2.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	4.0	2.0	3.0	3.0	4.0	2.0	3.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	14.0	13.0	3.0	13.0	14.0	
93	2.0	1.0	4.0	4.0	3.0	2.0	4.0	2.0	3.0	2.0	4.0	2.0	3.0	2.0	2.0	4.0	2.0	2.0	2.0	2.0	4.0	2.0	4.0	3.0	2.0	2.0	3.0	2.0	13.0	13.0	3.0	13.0	12.0
94	2.0	1.0	4.0	3.0	3.0	3.0	2.0	3.0	2.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	14.0	14.0	3.0	15.0	15.0	
95	1.0	1.0	3.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	20.0	20.0	4.0	15.0	20.0		
96	2.0	1.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	2.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	20.0	18.0	4.0	16.0	20.0		
97	1.0	3.0	4.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	20.0	20.0	4.0	16.0	20.0		
98	1.0	3.0	2.0	4.0	2.0	3.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	17.0	20.0	4.0	19.0	20.0		
99	1.0	1.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	15.0	15.0		
100	1.0	3.0	4.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	15.0	15.0	3.0	15.0	15.0		



*KUESIONER*

**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Promosi, dan Risiko  
Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Produk Gadai Emas Di Bank Mandiri  
Syariah Langsa**

**Identitas Pribadi**

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menjawab pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda (✓):

1. Nama :.....

2. Jenis Kelamin      a. Laki-laki      b. Perempuan

3. Berapa Usia Anda?

- a. 17-25 tahun
- b. 26-36 tahun
- c. 37-47 tahun
- d. >48 tahun

4. Pekerjaan/profesi

- a. PNS
- b. Wiraswasta/pedagang
- c. Pegawai Swasta
- d. Petani, Nelayan, Lain-lain sebutkan....

5. Penghasilan perbulan

- a. < Rp 1.000.000,00
- b. Rp 1.000.000,00 s/d Rp 2.499.000,00
- c. Rp 2.500.000,00 s/d Rp 4.999.000,00
- d. > Rp 5.000.000,00

## PENGISIAN KUISIONER

Berilah tanda silang (X) pada kolom yang tersedia sesuai dengan kondisi saudara dan Bank Syariah Mandiri Langsa, Aceh.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No	Pertanyaan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Pihak bank memberikan penjelasan yang baik tentang produk gadai emas					
2	Pihak bank memberikan keramahan pada saat bertransaksi					
3	Pihak bank memberikan kemudahan kepada nasabah					
4	Saya memilih menggadaikan emas karena administrasinya rendah/ murah					
5	Pihak bank menjamin emas yang digadaikan dikelola secara professional.					
6	Saya memilih menggadaikan emas karena bank menjamin keamaanan					

	nasabah				
7	Saya memilih menggadaikan emas karena bank berlandaskan syariah				
8	Saya memilih menggadaikan emas karena bank dikelola secara profesional				
9	Saya memilih menggadaikan emas karena pelayanan yang memuaskan nasabah				
10	Saya memilih menggadaikan emas karena bank tidak berindikasi failed.				
11	Informasi dari brosur gadai emas mandiri syariah yang menarik dan mudah dipahami mempengaruhi saya untuk menggadaikan emas dijasa gadai emas Bank Syariah Mandiri.				
12	Saya memilih menggadaikan emas karena bank memberikan keuntungan yang sesuai.				
13	Informasi melalui website mandiri syariah mengenai gadai emas syariah yang jelas dan terkini mempengaruhi saya untuk menggadaikan emas dijasa gadai Bank Syariah Mandiri.				
14	Informasi yang diberikan oleh nasabah mandiri syariah lain mengenai gadai emas syariah mempengaruhi saya				

	memilih jasa gadai emas Bank Syariah Mandiri.				
15	Informasi yang diberikan oleh pegawai bank mengenai gadai emas syariah mempengaruhi saya menggunakan jasa gadai emas Bank Syariah Mandiri.				
16	Menggunakan produk gadai emas tidak memiliki risiko yang tinggi				
17	Bank sangat menjamin keamanan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas				
18	Bank dapat menjamin kebutuhan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas				
19	Saya memilih menggadaiakan emas karena bank bertanggung jawab terhadap resiko yang akan dihadapi nasabah				
20	Karyawan mampu meyakinkan bahwa pilihan produknya tepat.				
21	Karyawan menyelesaikan transaksi nasabah dengan baik dan dalam waktu yang singkat.				
22	Teknologi yang digunakan Bank Syariah Mandiri sudah memadai sehingga mempercepat transaksi				

	nasabah.				
23	Nasabah puas akan pelayanan Bank Syariah Mandiri.				
24	Karyawan bertanggung jawab jika melakukan kesalahan				
25	Nasabah merekomendasikan dan mendorong orang lain untuk menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri.				

**Lampiran IV**

**Hasil Uji SPSS**

**Hasil uji karakteristik responden.**

1. Responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 4.1**

**Jenis Kelamin**

Keterangan	Jumlah	Prosentase %
Laki-Laki	52 Orang	52
Perempuan	48 orang	48
<b>TOTAL</b>	<b>100 Orang</b>	<b>100</b>

2. Responden berdasarkan jurusan usia.

**Tabel 4.2**

**Usia responden**

Keterangan	Jumlah	Prosentase %
17-25 tahun	19 Orang	19
26-36 tahun	26 Orang	26
37-47 tahun	30 Orang	30
>48 tahun	25 Orang	25

3. Responden berdasarkan pekerjaan.

**Tabel 4.3**

**Pekerjaan**

Keterangan	Jumlah	Prosentase %
Pegawai Negeri	22 Orang	22
Wiraswasta	40 Orang	40
Karyawan Swasta	24 Orang	24
Dan lain-lain	14 Orang	14

4. Responden berdasarkan pendapatan.

**Tabel 4.4**

**Pendapatan**

Keterangan	Jumlah	Prosentase %
< Rp.1.000.000,00	-	-
Rp.1.000.000,00-Rp.2.499.999	24 Orang	24
Rp.2.500.000,00-Rp.4.999.999	34 Orang	34
>Rp.5.000.000,00	42 Orang	42

A. Uji validitas

**Tabel 4.5**

**Uji Validitas**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a1	75.2900	65.683	.576	.	.939
a2	75.4200	65.680	.666	.	.937
a3	75.3900	64.745	.694	.	.937
a4	75.2700	65.815	.551	.	.939
a5	75.4300	65.197	.662	.	.938
b1	75.1500	65.301	.710	.	.937
b2	75.3900	65.351	.723	.	.937
b3	75.2600	64.962	.774	.	.936
b4	75.1800	65.967	.600	.	.938
b5	75.3500	64.573	.769	.	.936
c1	75.1700	65.173	.642	.	.938
c2	75.3300	66.284	.598	.	.938
c3	75.2600	66.114	.660	.	.938
c4	75.1800	65.402	.689	.	.937
c5	75.2700	65.896	.697	.	.937
d1	75.4800	70.091	.241	.	.942
d2	75.3000	66.010	.629	.	.938
d3	75.5200	70.313	.254	.	.942
d4	75.4600	70.008	.253	.	.942
d5	75.4600	69.483	.247	.	.943
e1	75.1800	65.846	.720	.	.937
e2	75.3100	67.065	.557	.	.939
e3	75.2500	64.614	.778	.	.936
e4	75.2000	66.384	.608	.	.938
e5	75.3000	66.535	.615	.	.938

B. Uji reability

**Tabel 4.6**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.941	.938	25

C. Uji asumsi klasik.

**Tabel 4.7**

**1.1 Uji Multikolonearitas**

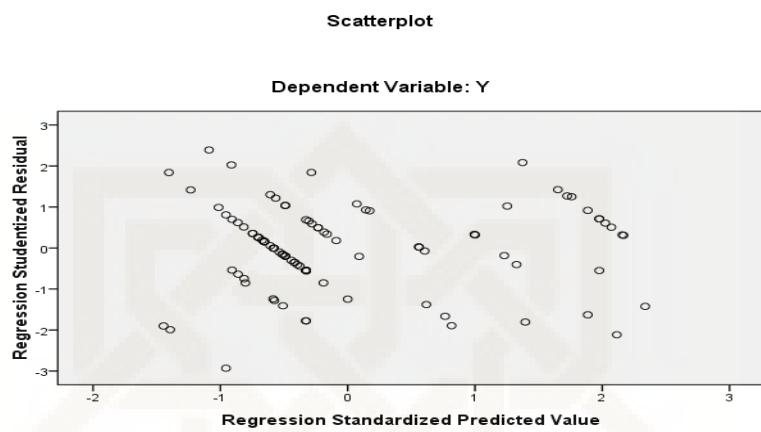
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.581	.991		1.596	.114				
	X1	.282	.071	.320	3.947	.000	.836	.375	.170	.282 3.545
	X2	.568	.081	.638	7.022	.000	.886	.585	.302	.224 4.466
	X3	-.083	.068	-.092	-1.213	.228	.714	-.124	-.052	.325 3.074
	X4	.156	.077	.104	2.025	.046	.547	.203	.087	.705 1.418

## 1.2 Uji heteroskedastisitas

**Tabel 4.8**

### 1.2 Uji Heteroskedastisitas



## 1.3 Uji normalitas

**Tabel 4.9**

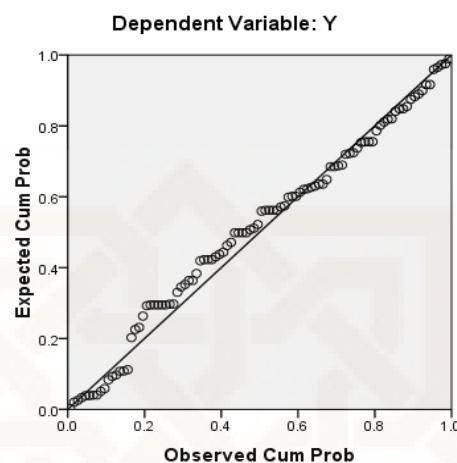
### 1.3 Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
	N	100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.80074516
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.053
	Negative	-.089
Kolmogorov-Smirnov Z		.887
Asymp. Sig. (2-tailed)		.412

a. Test distribution is Normal.

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



D. Uji regresi linier berganda

**Tabel 4.10**

**Uji regresi linier berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>										Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Correlations					
1	B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
	(Constant)	1.581	.991		1.596	.114						
	X1	.282	.071	.320	3.947	.000	.836	.375	.170	.282	3.545	
	X2	.568	.081	.638	7.022	.000	.886	.585	.302	.224	4.466	
	X3	-.083	.068	-.092	-1.213	.228	.714	-.124	-.052	.325	3.074	
	X4	.156	.077	.104	2.025	.046	.547	.203	.087	.705	1.418	

E. Uji F

**Tabel 4.11**  
**Uji Simultan F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	297.512	4	74.378	111.313	.000 <sup>a</sup>
1 Residual	63.478	95	.668		
Total	360.990	99			

- a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Promosi dan Risiko  
 b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah Pada Produk gadai Emas

F. Uji R square

**Tabel 4.12**  
**Koefisien determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.908 <sup>a</sup>	.824	.817	.81743

G. Uji T

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji T**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.581	.991		1.596	.114				
	X1	.282	.071	.320	3.947	.000	.836	.375	.170	.282
	X2	.568	.081	.638	7.022	.000	.886	.585	.302	.224
	X3	-.083	.068	-.092	-1.213	.228	.714	-.124	-.052	.325
	X4	.156	.077	.104	2.025	.046	.547	.203	.087	.705

**Lampiran VI**

**Curriculum Vitae**

**1. Data pribadi**

Nama	:	Ulfa Azizi
Jenis kelamin	:	Perempuan
Tempat,tanggal lahir	:	Langsa, 12 November 1992
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Status Perkawinan	:	Belum menikah
Agama	:	Islam
Alamat	:	Jln. Hamzah Fanzuri no 89 Kp.Selalah baru, Langsa
HP/e-mail	:	081291256548/ulfaazizi12@gmail.com

**2. Pendidikan**

1998-2004	:	SD Negeri 5 Langsa
2004-2007	:	SMP Negeri 1 Langsa
2007-2010	:	SMA Negeri 1 Langsa
2010-2015	:	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Yogyakarta, 19 Juni 2015

Ulfa Azizi

10391044