

**PENGARUH *TOTAL QUALITY SERVICE* TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK MADINA MANDIRI SYARIAH YOGYAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Disusun oleh:
Edy Prayetno
NIM. 11240070

Pembimbing:
Dra. Mikhriani, MM.
NIP. 19640512200003 2 001

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2015**



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb

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

Nama : Edy Prayetno
Nim : 11240070
Judul skripsi : Pengaruh *Total Quality Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Prodi Studi Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Manajemen Dakwah.

Demikian ini kami mengharap agar skripsi tersebut diatas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum. wr.wb.

Yogyakarta, 21 Desember 2015

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen Dakwah



[Signature]
Drs. M. Rosvid Ridla, M.Si
NIP. 196701041993031003

Menyetujui
Pembimbing

[Signature]
Dra. Hj. Mikhriani, MM
NIP. 19640512200003 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Edy Prayetno
Nim : 11240070
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **“Pengaruh *Total Quality Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta”** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 21 Desember 2015

Yang menyatakan


Edy Prayetno
NIM:11240070



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DD/PP.01.3/ 53 /2016

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

PENGARUH TOTAL QUALITY SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH
BANK MADINA MANDIRI SYARIAH YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Edy Prayitno
NIM/Jurusan : 11240070/MD
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 29 Desember 2015
Nilai Munaqasyah : 85,33 (A/B)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,

Dra. Hj. Mikhriani, M.M.
NIP 19640512 200003 2 001

Penguji II,

Hj. Early Maghfiroh I, S.Ag,M.Si.
NIP 19741025 199803 2 001

Penguji III,

Aris Risdiana, S.Sos.I., MM.
NIP 19820804 201101 1 007

Yogyakarta, 8 Januari 2016

Dekan,



Dr. Nurjannah, M.Si.

NIP 196003101987032001

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Jurusan Manajemen Dakwah

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



MOTTO

مَنْ يَشْرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسِّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ

اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ (رواه

المسلم)

“barangsiapa yang memudahkan orang yang sedang kesulitan niscaya akan Allah mudahkan baginya di dunia dan akhirat dan siapa yang menutupi (aib) seorang muslim Allah akan tutupi aibnya di dunia dan akhirat. Allah selalu menolong hambaNya selama hambaNya menolong saudaranya”.

(HR. Muslim)¹

“ KhoirunNaasianfa’uhumlinnasi”

“sebaik-baiknya manusia adalah manusia yang berguna bagi orang lain”²

¹Sumber Kitab Al-Jamiu’s Shaghir Hlm. 120

²Ibid. Al- Jamiu’s Shaghir Hlm. 68

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur Peneliti panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan perjuangan yang tidak mudah akhirnya skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Total Quality Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta”** telah diselesaikan oleh Peneliti.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Dakwah pada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam menyelesaikan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan serta bimbingan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Machasin, MA, selaku rektor (Plt) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Nurjannah, M.Si, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.
3. Bapak Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Dra. Mikhriani, MM, sebagai dosen pembimbing skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen Manajemen Dakwah yang telah memberikan motivasi dan bimbingan.

6. Ibu Dian P. Sofiansyah, SE, selaku supervisor HRD & GA Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta yang telah banyak membantu proses penelitian di lokasi.
7. Ibu Hj. Tejawati SH., selaku bagian administrasi Jurusan Manajemen Dakwah. Terima kasih untuk bantuan dalam mengurus segala keperluan skripsi.
8. Ibu Lamirah dan Bapak Iswanto sebagai orang tua yang senantiasa tiada henti mendoakan dan mensupport saya.
9. Syamsudin (CakBeh), Gus Atong, Mas Zainal, RohmanNdut, Muthia, Fauzin, MbahBadruz, Ilyas sebagai temandolan yang penuh inspiratif.
10. Dek Wiji Lestary yang senantiasa selalu mendoakan dan mensupport saya untuk tetap semangat menyelesaikan skripsi.
11. Teman-teman MD'bGokil, yang selalu telah membantu dalam banyak hal
12. Teman-teman jurusan Manajemen Dakwah angkatan 2011, terima kasih untuk dukungan dan semangatnya.
13. Keluarga besar UKM INKAI Sunan Kalijaga Yogyakarta, terimakasih atas pengalaman dan ilmu-ilmu di luar perkuliahan.
14. Keluarga besar BUSHIDO yang selalu memberi support dan selalu menemani disaat susah maupun senang.
15. Keluarga besar Yatim Asmara, yang selalu menemani ditiap hari-hari saya

16. Teman-teman SCREMD yang senantiasa membantu dalam berbagai hal, saya mohon maaf karena tidak banyak yang bisa saya berikan kepada teman-teman.
17. Teman-teman IKMQ Jogja yang telah membantu saya selama di Jogja.
18. Teman-teman KKN Pingki, Matari, Agus, Rahmat, Siti dan Desta terimakasih atas pengalaman barunya.

Demikian kata pengantar ini penulis sampaikan, besar harapan penulis untuk mendapat hasil yang mendekati sempurna, untuk itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Sehingga skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, pembaca, maupun peneliti.

Yogyakarta, 21 Desember 2015

Penulis,

Edy Prayetno
11240070

ABSTRAK

Edy Prayetno. Pengaruh *Total Quality Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta. Skripsi Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2015.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris baik simultan maupun parsial Pengaruh *Total Quality Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta.

Dalam Penelitian ini, Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *Probability sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling*, dimana dalam pengambilan sampel dilakukan secara acak. Untuk mengumpulkan data menggunakan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif responden, analisis statistik deskriptif variabel, uji asumsi, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian yang diolah dengan program *SPSS Versi 21.0 for windows* menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,323 artinya 32,3% kepuasan nasabah sangat dipengaruhi oleh *total quality service*, sedangkan sisanya sebesar 67,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya *total quality service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank madina mandiri syariah yogyakarta. Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa nilai signifikansi *compliance* $0,014 \leq 0,05$, *assurance* $0,020 \geq 0,05$, *reliability* $0,083 \leq 0,05$, *tangible* $0,058 \leq 0,05$, *empathy* $0,080 \leq 0,05$ dan *responsiveness* $0,066 \leq 0,05$ artinya *total quality service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Madina Mandiri Syariah.

Keyword : *total quality service*, Kepuasan Nasabah, dan Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

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

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا ب ت ث ج	Alif ba' ta' sa' jim	Tidak dilambangkan b t š j	Tidak dilambangkan Be Te Es (dengan titik diatas) Je
ح خ د ذ ر	ha' kha' dal zal ra'	ḥ kh d ž r	Ha (dengan titik di bawah) Ka dan Ha De Zet (dengan titik di atas) Er
ز س ش ص ض	zai sin syin sad dad	Z s sy š ḍ	Zet Es Es dan Ye Es (dengan titik di bawah) De (dengan titik dibawah)
ط ظ ع غ	Ta za 'ain gain fa'	ṭ ẓ ' g f	Te (dengan titik dibawah) Zet (dengan titik dibawah) Koma terbalik diatas Ge Ef
ق ك ل م ن	qaf kaf lam mim nun	q k l m n	Qi Ka El Em En

و	wawu	W	We
ه	ha'	h	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (*monoftong*) dan vokal rangkap (*diftong*). Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, yaitu *fathah* (—) untuk vokal *a*, *kasroh* (—) untuk vokal *i*, dan *dandhummah* (—) untuk vokal *u*. Vokal rangkap bahasa Arab lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf yaitu *au* yaitu harakat *a* (*fathah*) diikuti *wawu* (و) *sukun* (mati), dan *ai* yaitu harakat *a* (*fathah*) diiringi huruf *ya'* (ي) *sukun* (mati).

Contoh vokal tunggal : كَسْرٌ ditulis kasara

جَعَلٌ ditulis ja'ala

Contoh vokal rangkap :

- a. Fathah + yā' tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ai (أَي).

Contoh: كَيْفٌ ditulis kaifa

- b. Fathah + wāwu mati ditulis au (او).

Contoh: هَوْلٌ ditulis haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang di dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda. Vokal panjang ditulis, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...َ	Fathah dan alif	Â	a dengan garis di atas
ي...َ	Atau fathah dan ya		
ي...ِ	Kasrah dan ya	Î	i dengan garis di atas
و...ُ	Dammah dan wau	Û	u dengan garis di atas

Contoh : قَالَ ditulis qâla

قِيلَ ditulis qîla

يُقُولُ ditulis yaqûlu

4. Ta' marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu : ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan ta' marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah.

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h)

Contoh : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *rauḍah al-atfāl*

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *rauḍatul atfāl*

5. Syaddah

Syaddah/ tasydid dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan tanda tasydid, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf yang diberi tanda syaddah.

Jika huruf **ي** ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah **ى**, maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah (i).

Contoh : رَبَّنَا ditulis rabbanâ

الْحَدُّ ditulis al-ḥaddu

6. Kata Sandang Alif + Lam (ال)

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu :

a. Kata sandang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu atau huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya.

Contoh : الرَّجُلُ ditulis ar-rajulu

الشَّمْسُ ditulis as-syamsu

b. Kata sandang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditulis *al-*.

Contoh : الْمَلِكُ ditulis al-Maliku

الْقَلَمُ ditulis al-qalamu

7. Hamzah

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir kata, maka ditulis dengan tanda apostrof (').

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara, bisa terpisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh :

وَأَنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Ditulis: Wa innallâha lahuwa khair al-râziqîn atau

Wa innallâha lahuwa khairurrâziqîn

9. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem huruf Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf kapital tetap digunakan. Penggunaan huruf kapital sesuai dengan EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk penulisan huruf awal, nama diri, dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Penggunaan huruf capital untuk allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf / harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh : البُخَارِيّ ditulis al-Bukhârî

البَيْهَقِيّ ditulis al-Baihaqî

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSTUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
E. Tinjauan Pustaka	11
F. Kerangka Teori	16
G. Hipotesis Penelitian	30
H. Sistematika Pembahasan	33
BAB II: METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian	34
B. Obyek dan Subyek Penelitian	34
C. Populasi dan Sampel Penelitian	34
D. Jenis dan Sumber Data	35
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38

G. Instrumen Penelitian.....	42
H. Teknik Analisis Data.....	45
BAB III: GAMBARAN UMUM BANK MADINA MANDIRI SYARIAH YOGYAKARTA	
A. Profil Lembaga	52
B. Visi dan Misi Kementerian Agama Kabupaten Bantul.....	53
C. Akta Notaris Pendirian	53
D. Struktur Organisasi Kantor Kemenag Bantul	54
E. Produk-Produk Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta	55
BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	70
B. Hasil Uji Analisis Deskriptif Responden	77
C. Hasil Uji Analisis Data.....	96
D. Hasil Uji Hipotesis	103
E. Pembahasan	111
BAB V: PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	119
B. Saran.....	120
 DAFTAR PUSTAKA	 123
 Lampiran-lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Instrumen Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan	43
Tabel 2.2	Instrumen Penelitian Variabel Kepuasan Nasabah	43
Tabel 2.3	Instrumen Penelitian Variabel Kinerja Pegawai	39
Tabel 4.1	Hasil Uji Pre Test Variabel <i>Compliance</i>	71
Tabel 4.2	Hasil Uji Pre Test Variabel <i>Assurance</i>	72
Tabel 4.3	Hasil Uji Pre Test Variabel <i>Reliability</i>	72
Tabel 4.4	Hasil Uji Pre Test Variabel <i>Tangible</i>	72
Tabel 4.5	Hasil Uji Pre Test Variabel <i>Emphy</i>	73
Tabel 4.6	Hasil Uji Pre Test Variabel <i>Resposiveness</i>	73
Tabel 4.7	Hasil Uji Pre Test Variabel Kepuasan Nasabah.....	74
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian.....	75
Tabel 4.9	Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4.10	Distribusi Responden Menurut Usia	79
Tabel 4.11	Distribusi Responden Menurut Tingkat Pendidikan Terakhir	80
Tabel 4.12	Distribusi Responden Menurut Pekerjaan	81
Tabel 4.13	Distribusi Responden Menurut Lama Menjadi Nasabah.....	82
Tabel 4.14	Distribusi Responden Menurut Pendapatan.....	83
Tabel 4.15	Statistik Deskriptif Variabel <i>Compliance</i>	84
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Compliance</i>	85
Tabel 4.17	Statistik Deskriptif Variabel <i>Assurance</i>	86
Tabel 4.18	Distribusi Frekuensi, Variabel <i>Assurance</i>	87

Tabel 4.19	Statistik Deskriptif Variabel <i>Reliability</i>	88
Tabel 4.20	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Reliability</i>	89
Tabel 4.21	Statistik Deskriptif Variabel <i>Tangibility</i>	89
Tabel 4.22	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Tangibility</i>	90
Tabel.4.23	Statistik Deskriptif Variabel <i>Empathy</i>	91
Tabel4.24	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Empathy</i>	92
Tabel4.25	Statistik Deskriptif Variabel <i>Responsiveness</i>	93
Tabel4.26	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Responsiveness</i>	94
Tabel4.27	Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Nasabah.....	95
Tabel4.28	Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Nasabah.....	96
Tabel4.29	Hasil Uji Normalitas.....	97
Tabel4.30	Hasil Uji Multikolinieritas.....	98
Tabel4.31	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	100
Tabel 4.32	Hasil Uji Parsial (T).....	104
Tabel 4.33	hasil Uji F.....	109
Tabel 4.34	Hasil Uji Koefisien Determinasi	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Harapan Pelanggan	21
Gambar 1.2 Skema <i>TQS</i>	26
Gambar 1.3 Hipotesis Penelitian Secara Simultan Dan Parsial	32
Gambar 2.1 Konsep Pemikiran.....	39
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	99
Gambar 4.2 Grafik Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	103

BAB I

PENDAHULUAN

A. PENEGASAN JUDUL

Penegasan judul berikut dimaksud untuk menghindari adanya interpretasi lain yang dapat menimbulkan kesalahpahaman dalam memahaminya. Adapun pengertian dalam judul tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh

Pengertian pengaruh menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹

Dari pengertian yang di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengaruh adalah daya yang dapat mengubah atau membentuk sesuatu yang lain, jika dikaitkan dengan judul di atas maka pengaruh adalah hubungan antara variabel. Dalam hal ini *Total Quality Service* akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2. *Total Quality Service*

Total Quality Service (TQS) dapat didefinisikan sebagai sistem manajemen strategik dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan, serta menggunakan metode-metode kualitatif dan kuantitatif untuk

¹ <http://yosiabdiantindaon.blogspot.com/2012/11/pengertian-pengaruh.html> diakses tanggal 07 Mei, pada pukul 22.52

memperbaiki secara berkesinambungan proses-proses organisasi, agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan.²

Konsep ini diyakini sebagai pengganti konsep *Total Quality Management* yang merupakan kunci sukses era delapan puluhan. Secara sederhana, *TQS* dapat didefinisikan sebagai "sistem manajemen strategik dan *integrative* yang melibatkan semua manajer dan karyawan, serta menggunakan metode-metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara berkesinambungan proses-proses organisasi, agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan serta harapan pelanggan. Untuk kedepannya penulisan *Total Quality Service* disingkat menjadi *TQS*.

Jadi dalam proposal skripsi ini *Total Quality Service* dapat diartikan juga sebagai kualitas pelayanan kepada nasabah dari manajer hingga karyawan, sehingga terciptanya suatu rasa senang, rasa puas karena keinginan nasabah terpenuhi.

3. Kepuasan

Kata kepuasan atau *satisfaction* berasal dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Namun, ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah kepuasan pelanggan lantas menjadi sesuatu yang

² Fandy Tjiptono, prinsip-prinsip Total Quality Service, (Yogyakarta: ANDI, 2005), Hlm. 56-

kompleks.³ Dalam penelitian ini kepuasan merupakan rasa senang, terpenuhi keinginan yang diinginkan oleh nasabah terhadap sistem pelayanan yang diberikan oleh Nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta.

4. Nasabah

Nasabah adalah orang yang mempunyai hubungan kerjasama dengan suatu lembaga.⁴ Nasabah pada Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta adalah pelanggan yang menggunakan jasa lembaga keuangan ini baik itu jasa pembiayaan ataupun simpanan.

5. Bank Madina Mandiri Syari'ah Yogyakarta

Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta merupakan sebuah lembaga keuangan syari'ah yang berada di Jln. Parangtritis no. 184 Sewon Bantul. Lembaga keuangan ini membantu masyarakat untuk memperbaiki perekonomian, baik itu untuk permodalan ataupun pinjaman serta untuk simpanan bagi masyarakat.

Jadi yang dimaksud judul secara keseluruhan dalam skripsi ini adalah “Pengaruh *Total Quality Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta”.

³ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Jawa Timur, Banyumedia Publishing, 2007, cet. ketiga) Hlm.349

⁴ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka), Hlm.609

B. Latar Belakang

Memasuki era perdagangan bebas, kini telah terjadi pergeseran strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan. Hal ini menyebabkan peningkatan kualitas pelayanan, bila pelayanan yang diberikan sesuai yang diharapkan dan dapat diterima oleh pelanggan maka dapat dikategorikan baik dan memuaskan. Oleh sebab itu baik tidaknya pelayanan tergantung pada kemampuan untuk senantiasa konsisten dalam memenuhi harapan pelanggan. Keberhasilan pemasaran suatu produk sering tidak cukup hanya dengan menawarkan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh jasa tersebut. Justru yang terpenting adalah apakah penyediaan produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah sehingga dapat meningkatkan nilai nasabah (*customer value*).

Salah satu cara perbankan agar dapat merebut pangsa pasar adalah dengan memperoleh nasabah sebanyak-banyaknya. Perbankan akan berhasil memperoleh nasabah dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi nasabah. Terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabah menjadi akrab, memberikan kesan yang baik bagi nasabah, membentuk suatu rekomendasi dari nasabah yang satu ke nasabah yang lain yang dapat menguntungkan perbankan tersebut.

Perusahaan yang gagal memuaskan konsumennya melalui pelayanannya akan menghadapi masalah kompleks, masalah tersebut diantaranya adalah jika

pelanggan merasa tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan tersebut. Oleh sebab itu sebuah perusahaan jasa harus memperhatikan pelayanannya kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas, nyaman dan senang. Jika sudah tercipta rasa nyaman dari diri pelanggan maka ia akan menyampaikan kepada orang lain.

Indonesia adalah sebuah negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia. Dari sisi ini patut menjadi potensi asset yang kuat jika dibarengi dengan kualitas sumber daya insani yang memadai, hal ini memudahkan sosialisai perbankan syari'ah. Pertumbuhan dan perkembangan Bank Syari'ah di Indonesia sangatlah baik. Perkembangan industri lembaga keuangan syari'ah ini diharapkan mampu memperkuat stabilitas sistem keuangan nasional.

Perbankan syariah telah hadir di Indonesia sejak tahun 1992 dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) dan Bank-bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)⁵. Hingga sampai saat ini telah berkembang berbagai jenis perbankan yang menggunakan prinsip syariah, diantaranya: Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah, BRI Syariah, Bank Mega Syariah, dan masih banyak bank lain yang menggunakan prinsip syariah dan perkembangan dari

⁵ *Asas-Asas Perbankan Islam Dan Lembaga-Lembaga Terkait* , (PT Raja Grafindo Persada,1997) Hlm. 74

bank syariah sampai saat ini cukup baik meskipun pangsa pasarnya jauh di bawah pangsa pasar bank konvensional.

Perbankan syaria'ah memiliki karakteristik yang berbeda dengan perbankan konvensional dalam hal penyedia jasa. Perbedaan yang paling utama ialah pada praktek menjalankan operasional bisnisnya, jika perbankan syaria'ah dalam operasionalnya berbasis prinsip syaria'ah. Dengan prinsip inilah menjadikan daya tarik tersendiri bagi nasabah untuk menggunakan jasa bank syaria'ah. Pada masa global saat ini ada beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh dunia perbankan untuk kedepannya, diantaranya yakni kualitas layanan, aspek pengembangan produk, pengembangan SDM, pengembangan IT dan aspek regulasi.⁶

Meningkatnya pertumbuhan lembaga syaria'ah, telah menimbulkan persaingan antar lembaga tersebut. Lembaga-lembaga syaria'ah mencari cara yang menguntungkan untuk mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing. Salah satu strategi yang banyak digunakan untuk menunjang keberhasilan dalam menambah pelanggan ialah dengan meningkatkan dan menawarkan kualitas jasa dengan kualitas pelayanan yang tinggi dalam kinerja/ performa dari layanan yang sudah ada.

Bentuk kepuasan pelanggan dapat diperoleh lewat mutu pelayanan atau kualitas pelayanan yang ada, karena mutu dan pelayanan merupakan

⁶ Karim, R.T,2005, *Prospek dan Tantangan Perbankan Syaria'ah 2006*, Economic Review Journal No.22

sarana untuk mencapai kepuasan dan ikatan.⁷ *Total Quality Service (TQS)* merupakan sistem tentang bagaimana menciptakan kualitas pelayanan yang terpadu dan bermutu, agar tercipta hasil pelayanan yang lebih baik. Othman dan Owen mengembangkan model pengukuran kualitas jasa untuk mengukur kualitas jasa yang dijalankan dengan prinsip syariah, khususnya bisnis perbankan syariah. Model ini disebut model CARTER.⁸ Model CARTER merupakan suatu pengukuran kualitas pelayanan perbankan syari'ah dengan 6 dimensi yaitu: *compliance, assurance, reliability, tangible, empathy* dan *responsiveness*. Pengukuran kualitas Model CARTER berbeda dengan model SERVQUAL milik Parasuman, letak perbedaannya terletak pada dimensi *Compliance*. Dimensi *Compliance* ini memiliki makna kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi dengan berpegang pada prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam.

Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta merupakan salah satu lembaga keuangan syari'ah terbaik di Yogyakarta. Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta dulunya merupakan sebuah BMT yang bernama "Al-Ikhlas, keinginan pengurus untuk mengembangkan sayap dan ingin menjadikan lebih besar maka terbentuklah Bank Madina Mandiri Syariah

⁷ Richard. F. Gerson, *Mengukur Kepuasan pelanggan, Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu*. Hlm.04.

⁸ Othman,A., Owen, L.,2001, *Adopting and Measuring Costumer Service Quality (SQ) In Islamic Bank: A Case Study Kuwait Finance House*. Internasional Journal of Islamic Financial Services Vol. 3 No. 4

Yogyakarta. Lembaga keuangan syariah ini berada di Jl. Parangtritis Km. 3,5 no. 184 Sewon Bantul Yogyakarta. Kesuksesan dan keberhasilan Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta hingga saat ini tidak lepas dari nasabah yang telah bergabung di bank tersebut. Ini membuktikan bahwasanya pelayanan yang diberikan oleh Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta kepada nasabah sangatlah baik. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna untuk mengukur kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta. Hal lain yang menjadi pertimbangan adalah makin maraknya bank konvensional yang membuka jasa keuangan syariah sehingga peneliti ingin mengetahui penerapan hukum Islam dan beroperasi dengan berpegang pada prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas jasa pelayanan dan bagaimana penerapan prinsip ekonomi, hukum islam dan sistem perbankan islam yang diberikan oleh Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta kepada nasabahnya.

Dengan mengacu pada permasalahan yang ada, Penyusun mencoba mengadakan penelitian tentang “ Pengaruh *Total Quality Service (TQS)* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta “.

C. RUMUSAN MASALAH

Dengan mempertimbangkan latar belakang masalah diatas, agar pembahasan penelitian ini dapat terarah dengan baik, maka Penyusun

memandang perlu untuk merumuskan masalah yang ada. Adapun rumusan masalah tersebut meliputi:

1. Apakah *compliance* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta?
2. Apakah *assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta?
3. Apakah *reliability* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta?
4. Apakah *tangible* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta?
5. Apakah *empahty* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta?
6. Apakah *responsiveness* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta?

7. Apakah *Total Quality Service (TQS)* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta?

D. TUJUAN PENELITIAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk membuktikan secara empiris seberapa besar pengaruh *Total Quality Service* terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah berdasar Model CARTER pada Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh langsung dari atribut-atribut *Total Quality Service* berdasar Model CARTER terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritik
 - a. Untuk mengembangkan keilmuan Manajemen Dakwah.
 - b. Untuk memberikan informasi mengenai kualitas pelayanan di Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta.
 - c. Untuk memberikan informasi mengenai tingkat kepuasan Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta.

2. Kegunaan Secara Praktis

- a. Bagi Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta, sebagai masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah.
- b. Bagi peneliti lain, sebagai sumbangan praktis apabila akan melakukan penelitian dengan tema yang sama.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka ini diharapkan dapat mengetahui gambaran tentang penelitian yang relevan, serta untuk mengetahui kekurangan-kekurangan pada penelitian terdahulu sehingga dapat dijadikan bahan acuan untuk mengolah data dalam skripsi ini.

Penulis	Metode Penelitian	Judul Penelitian Dan Sumber	Hasil Penelitian
Mersha T dan Adlahka V.	Diskusi	<i>Attributes of SQ :” The Consumers’ Perspective” International Journal of Service Industry Management (1992)</i>	Temuan menunjukkan bahwa konsumen memiliki baik dipahami ide tentang SQ, dan atribut kualitas tertentu dianggap penting bagi sebagian besar jenis layanan yang diperiksa termasuk perbankan
Ennew dkk	Diskusi dan Penelitian	<i>“Importance-Performance analysis and Measurement of SQ”</i>	Menjelaskan masalah yang terkait dengan pengukuran kualitas layanan dan menyajikan satu set indeks untuk

		<i>European Journal of Marketing</i> (1993)	memberikan ukuran harapan, persepsi, dan secara keseluruhan kepuasan. Sebuah kualitas layanan bank Inggris 'yang diberikan kepada perusahaan-perusahaan kecil telah diukur.
Avkiran, (1994)	Diskusi dan Penelitian	“ <i>Developing An Instrument To Measure Customer Service Quality In Branch Banking</i> ” <i>International Journal Of Bank Marketing</i>	mengkontruksi dan menguji enam dimensi model untuk SQ di bidang perbankan industri (daya tanggap, empati, perilaku staf, akses, komunikasi dan keandalan) dengan 27 item. Enam dimensi dengan 27 item yang secara empiris berkurang 17 item di empat faktor. Dimensi muncul adalah perilaku staf, kredibilitas, komunikasi, dan akses untuk layanan teller.
Blanchard dan Galloway	Penelitian	“ <i>Quality In Retail Banking</i> ” <i>International Journal Of Service Industry Management</i> (1994)	Menggunakan skala SERVQUAL dan model Gap untuk mengembangkan model alternatif utilitas yang lebih besar dalam industri perbankan.
Johnston R.	Diskusi dan Penelitian	“ <i>Identifying The Critical Determinants Of SQ in Retail Banking: Importance and</i>	Studi-studi ini mengklasifikasikan faktor-faktor penentu SQ yang didalamnya sebagian besar adalah memuaskan dan sebagian besar

		<i>Effect” International Journal of Bank Marketing (1997)</i>	lainnya tidak puas. Temuan menunjukkan bahwa tidak berwujud aspek antarmuka staf-pelanggan memiliki signifikan efek, baik negatif dan positif, di SQ. mereka juga menyediakan manajer dengan kerangka kerja untuk menilai kemungkinan dampak dari setiap inisiatif SQ dalam hal efeknya dan pentingnya.
Angur M., Nataraajan dan Jahera	Diskusi dan Penelitian	“ <i>SQ In The Banking Industry: An Assesment In A Develoving Economy” International Journal of Bank Marketing (1999)</i>	Hasilnya mendukung multidimensi dari SQ dan menunjukkan bahwa skala SERVQUAL menyediakan lebih besar informasi diagnostik dari skala SERFPERF
Anthony T. dan Addams	Diskusi dan Penelitian	“ <i>SQ at Banks And Credit Unions” Managing SQ (2000)</i>	Temuan menunjukkan bahwa tingkat signifikan kredit serikat lebih tinggi dari bank pada 11 dari 14 pertanyaan SQ: akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, empati, bukti nyata, layanan dasar, keadilan; memperbaiki kesalahan; dan jaminan. Juga mereka menunjukkan bahwa baik bank maupun kredit serikat

			melakukan pekerjaan dengan baik melihat kebutuhan pelanggan atau mempertahankan pelanggan.
Kamila B. dan Nantel J.	Studi kasus dan penelitian	“ <i>A Reliable And Valid Measurement Scale For The Perceived Service Quality Of Bank</i> ” <i>International Journal Of Bank Marketing</i> (2000)	Penelitian ini telah menunjukkan skala alternatif untuk mengukur dirasakan SQ di industri perbankan. Penulis mencoba untuk mengembangkan sebuah kepercayaan dan skala yang valid untuk mengukur
Lassar, et al	Diskusi dan penelitian	“ <i>SQ Perspectives And Satisfaction In Private Banking</i> ” <i>International Journal Of Bank Marketing</i> (2000)	Meneliti efek dari SQ pada kepuasan pelanggan dengan memanfaatkan sampel nasabah perbankan swasta internasional di mana SQ yang dioperasikan oleh dua langkah SERVQUAL dan Teknis / Fungsional Kualitas
Oppewal, et al.	Diskusi dan penelitian	“ <i>Measuring Perceived SQ Using Integrated Conjoin Experiment</i> ” <i>International Journal of Bank Marketing</i> (2000)	Menyediakan model untuk mengukur SQ dirasakan dengan menggunakan percobaan penggabungan terpadu
Paulin, et al.	Study empiris	“ <i>Business Effectiveness and professional</i>	Temuan melaporkan bahwa mengubah manajer account adalah negatif terkait dengan

		<i>service personnel Relational or transactional managers” European Journal of Marketing (2000)</i>	efektivitas eksternal bank yang diukur dengan: penilaian pelanggan kepuasan dan SQ, niat pembelian mereka dan kesediaan mereka untuk merekomendasikan bank
AbdulQawi Othman dan Lyn Owen	Penelitian	<i>“ Adopting And Measuring Customer Service Quality (SQ) In Islamic Banks: A Case Study In Kuwait Finance House” International Journal Of Islamic Services (2001)</i>	Dalam penelitiannya ditemukan 6 dimensi yang membentuk kepuasan nasabah pada Bank Syari’ah yaitu: <i>compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, responsiveness.</i> Dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa 6 dimensi CARTER yang terdiri 34 item menunjukkan hasil yang cocok. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perbankan syari’ah saat ini harus memperbaiki <i>service financial</i> karena kuatnya kompetisi antara perbankan yang ada di kuwait.
Abed Abedniya dan Majid Nokhbeh Zaeim	Penelitian	<i>“ Measuring The Perceive Service Quality In The Islamic Banking System In Malaysia”</i>	Dalam penelitian ini kami menggunakan CARTER instrumen dan Model diskonfirmasi untuk mengukur merasakan kualitas layanan.

		<i>International Journal Of Business And Social Science</i> (2011)	Selain itu, penelitian ini menunjukkan kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mengenai dasar dimensi kualitas layanan pada CARTER instrumen. Dengan mengukur kesenjangan ini kita dapat menemukan tingkat kualitas pelayanan memandang pelanggan
--	--	--	---

F. KERANGKA TEORI

1. Tinjauan Umum *Total Quality Service*

a. Pengertian *Total Quality Service*

Total Quality Service (TQS) dapat didefinisikan sebagai sistem manajemen strategik dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan, serta menggunakan metode-metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara berkesinambungan proses-proses organisasi, agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan.⁹ Jadi pada hakikatnya *TQS* merupakan layanan serta pengukuran untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

⁹ Fandy Tjiptono, prinsip-prinsip Total Quality Service, (Yogyakarta: ANDI,2005), Hlm. 56-

Total quality service menurut Parker yang dikutip oleh Suriani dalam artikelnya bahwa *total quality service* adalah *a state of affairs in which an organization delivers superior value to its stakeholder, its customers, its owner and its employees*.¹⁰ Parker menjelaskan *total quality service* sebagai suatu keadaan tentang peristiwa atau pekerjaan dimana suatu organisasi memberikan nilai unggul kepada *stakeholder*-nya, pelanggannya, dirinya sendiri dan pegawainya.

Kualitas pelayanan berkontribusi secara signifikan bagi penciptaan diferensiasi, posiotoning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun jasa. Jadi yang dimaksud dengan *total quality service* dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan terpadu dan bermutu yang melibatkan seluruh elemen organisasi atau perusahaan.

b. Dimensi Pengukuran *Total Quality Service*

Keenam dimensi tersebut kemudian dijabarkan oleh Othman dan Owen yang dikutip oleh Nirmalasar berikut¹¹:

- 1) *Compliance* (kepatuhan): yang berarti kemampuan untuk memenuhi hukum islam dan beroperasi dibawah prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan islam. Syariah Islam merupakan pedoman sekaligus

¹⁰http://www.uinsuka.info/perpustakaan/attachment/025_TOTAL%20QUALITY%20SERVI CE_artikel%20S.Ag%20SS.%20M.Si%29pdf, diakses pada tanggal 1 April 2015, pukul 10.17 WIB

¹¹ Nirmalasar “ Analisis Kualitas Jasa Pada Bisnis Perbankan Syari’ah Berdasarkan Model Carter” *Skripsi (Tidak Diterbitkan)* Universitas Muhammadiyah Surakarta , 2009, Hlm 23

aturan yang diturunkan Allah Ta'ala untuk diamankan pemeluknya dalam setiap kehidupan agar tercipta keharmonisan dan kebahagiaan.

- 2) *Assurance* (jaminan): pengetahuan, kesopanan karyawan dan kemampuan mereka memberikan rasa aman serta percaya kepada pelanggan. Hal tersebut juga termasuk komunikasi secara verbal dan tulisan antara karyawan dan pelanggan. Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen hendaknya karyawan selalu memperhatikan etika berkomunikasi. Sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan.
- 3) *Reliability* (kehandalan): kemampuan untuk memiliki performa layanan yang dijanjikan, dapat dipercaya dan akurat. Artinya pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah handal dan bertanggung jawab. Nasabah akan merasa puas apabila karyawan dapat memberikan pelayan yang cepat, akurat serta sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah.
- 4) *Tangible* (bukti fisik): salah satu aspek yang terlihat secara fisik misal peralatan, personil dan bahan-bahan komunikasi. Catatan penting bagi pelaku lembaga keuangan syari'ah adalah kegiatan operasional perusahaan harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya. Bukti fisik inilah yang harus terlihat langsung oleh nasabah, oleh sebab itu bukti fisik harus terlihat menarik, unik dan modern.

- 5) *Empathy* (empati): kemampuan personil untuk peduli dan perhatian secara individu kepada pelanggan. Nasabah akan merasa puas apabila karyawan mampu memberi kemudahan, serta dapat menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif. Apabila karyawan bank mampu memahami kebutuhan individu setiap nasabah.
- 6) *Responsiveness* (daya tanggap): keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. Nasabah akan merasa puas apabila karyawan memberikan pelayanan tanpa membedakan nasabah. Untuk itu pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada pelanggan tanpa pandang bulu.

2. Konsep Kepuasan Nasabah

a. Tinjauan Umum Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan nasabah. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan merasa puas, senang atau gembira dan jika kinerja tidak sesuai dengan harapan maka pelanggan akan

merasa tidak puas¹². Kepuasan pelanggan dalam arti sempit adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Westbrook & Reilly mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk dan jasa pelayanan¹³.

Menurut Zeithmal dan Bitner yang dikutip Farida Jasfar dalam bukunya menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian mengenai keistimewaan produk atau jasa itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan pemenuhan kebutuhan pelanggan¹⁴.

Dalam hal ini pelanggan dalam jasa perbankan ialah Nasabah. Keterkaitannya dengan jasa perbankan, pelanggan (nasabah) menginginkan produk yang berkualitas dan layanan yang memuaskan. Sumarwan¹⁵ menerangkan teori kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terbentuk dari model diskonfirmasi ekspektasi, yaitu

¹² Philip Kotler dan A.B. Susanto, Manajemen Pemasaran di Indonesia, (Jakarta: Salemba Empat, 1999), Hlm. 52

¹³ Fandi Tjipto, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Hlm 25

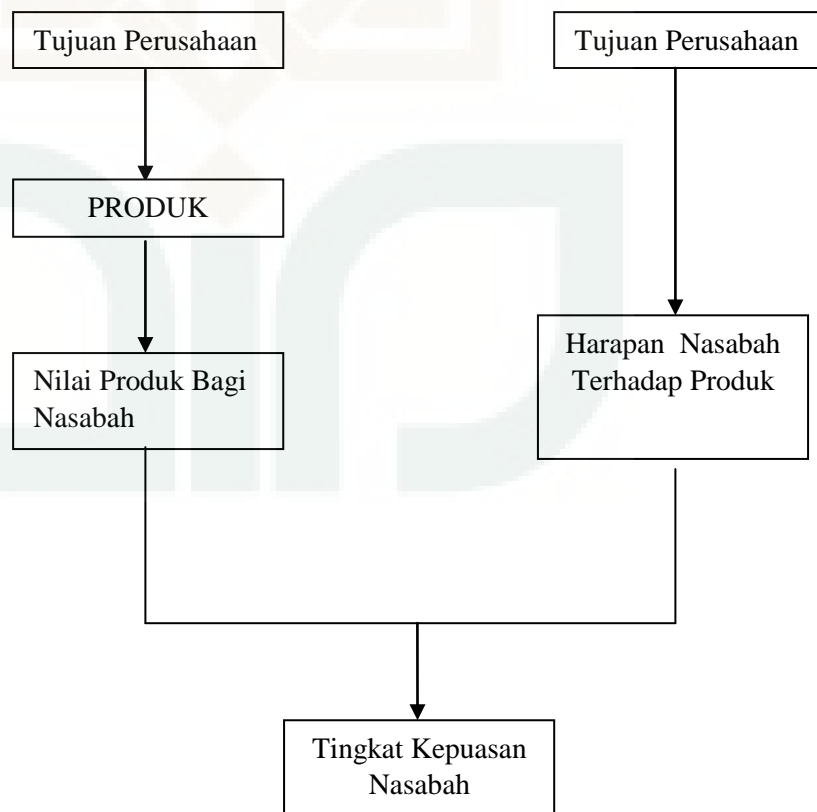
¹⁴ Farida Jasfar, *Teori dan Aplikasi* Hlm. 19

¹⁵ , Fandi Tjiptono Hlm 35

menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan sesungguhnya yang diperoleh pelanggan dari produk atau jasa tersebut.

Suatu perusahaan perlu mengidentifikasi pelanggannya, dikarenakan setiap pelanggan mempunyai persepsi sendiri-sendiri dalam memperoleh kebutuhan, keinginan dan harapan untuk mencapai kepuasan. Berkenaan dengan hal itu ada 3 level harapan pelanggan mengenai kualitas

Gambar 1.1
Level Harapan Nasabah



Sumber: prinsip-prinsip TQS

Pada gambar diatas mengenai konsep kepuasan pelanggan dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Level Pertama

Harapan pelanggan yang paling sederhana dan berbentuk asumsi, *must have*, atau *take it for granted*. Misalnya: saya berharap bank menyimpan uang saya dengan aman dan menangani saldo rekening saya dengan benar.

b. Level Kedua

Harapan yang lebih tinggi daripada level 1, dimana kepuasan dicerminkan dalam pemenuhan persyaratan atau spesifikasi. Contohnya; saya pergi kebank dan tellernya ternyata sangat ramah, informatif dan suka menolong transaksi-transaksi saya.

c. Level Ketiga

Harapan yang lebih tinggi lagi dibandingkan level 1 dan 2 serta menuntut suatu kesenangan atau jasa yang begitu bagusnya sehingga membuat saya tertarik . misalnya: semua karyawan melayani saya penuh denga respek dan menjelaskan sesuatu dengan cermat.

b. Dimensi-dimensi Kepuasan Nasabah

Dimensi kepuasan adalah dimensi yang menunjukkan persepsi nasabah terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Adapun indikator- indikator dari kepuasan antara lain:

1) Harapan Terhadap pelayanan

Harapan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh pihak perbankan tidak hanya dilakukan dari satu aspek saja, melainkan dari keseluruhan aspek dari atasan hingga pegawai. Jika seluruh elemen perbankan memeberikan layanan yang total maka nasabah akan merasa terpuaskan. Karena pada realitanya tidak sedikit perbankan yang melayani nasabah hanya dari satu aspek saja.

2) Harapan Terhadap Hubungan Personal

Harapan nasabah terhadap hubungan personal dengan pegawai perbankan adalah hubungan harmonis. Dimana harapan nasabah hubungan emosional dengan pegawai tercipta sejak dini, ini dikarenakan jika hubungan personal dengan pegawai sudah menemukan kecocokan maka akan mempermudah dalam melakukan transaksi.

3) Harapan Terhadap Kualitas

Selanjutnya harapan nasabah untuk memenuhi kepuasannya ialah dengan pemenuhan harapan kualitas perbankan, hal tersebut meliputi kualitas produk serta kualitas pelayanan. Jika perbankan

sudah memenuhi hal tersebut sudah dipastikan akan memiliki banyak nasabah yang loyal. Selanjutnya peningkatan dan pengembangan kualitas produk maupun layanan harus ditingkatkan.

c. Hubungan Total Quality Service Dan Kepuasan Nasabah

Keenam dimensi pokok *total quality service* yang dikemukakan Othman dan Owen berhubungan dengan kepuasan nasabah, berikut adalah penjabaran hubungan dari tiap-tiap dimensi total quality service terhadap kepuasan nasabah:

1) Hubungan *Compliance* Dengan Kepuasan Nasabah

Kepatuhan (*compliance*) merupakan kemampuan perbankan dalam memenuhi hukum Islam dan beroperasi dibawah prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam. Dimensi ini hanya ada pada perbankan syariah, seluruh system operasionalnya harus memenuhi hukum Islam.

Salah satu contoh penerapan hukum Islam dalam perbankan syariah yang paling menonjol adalah system yang digunakan bagi hasil bukan bunga. Inilah yang membuat nasabah merasa puas atas pelayanan bank syariah.

2) Hubungan *Assurance* Dengan Kepuasan Nasabah

Jaminan (*assurance*) merupakan yakni kompetensi, kesopanan santunan, dan kemampuan para karyawan bank untuk

menumbuhkan rasa percaya dan aman nasabah kepada bank. Indikator jaminan (*assurance*) yaitu kemampuan dan pengetahuan karyawan, memberikan rasa aman, pelayanan yang ramah dan sopan, memberi kepercayaan kepada nasabah¹⁶.

Jika nasabah sudah menemukan rasa aman dan percaya atas pelayanan yang diberikan oleh pihak perbankan maka nasabah akan mempunyai rasa kepuasan tersendiri. Selanjutnya hubungan personal antara pegawai dan nasabah akan lebih harmonis.

3) Hubungan *Reliability* Dengan Kepuasan Nasabah

Kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja keandalan harus sesuai dengan harapan nasabah yang dapat diukur dengan indikator menyelesaikan keluhan nasabah dengan akurat, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan (*total*), ketepatan pelaksanaan transaksi dengan akurasi yang tinggi, dan pelayanan yang tepat waktu¹⁷.

Kepuasan nasabah akan terpenuhi jika para pegawai perbankan melayani dengan cepat serta dapat memberikan solusi atas segala permasalahan yang dihadapi nasabah.

¹⁶ Sjahrazad Masdar dkk, *Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi untuk Pelayanan Publik*, Surabaya: Airlangga University Press, 2009 Hlm 47

¹⁷ *Ibid* hlm. 47

4) Hubungan *Tangibility* Dengan Kepuasan Nasabah

Tangibility yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan pemberi jasa. Ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), tersedianya tempat parkir serta penampilan pegawainya. Secara singkat dapat diartikan sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi¹⁸.

Nasabah akan merasa puas dengan pelayanan yang disertai dengan bukti langsung. Khusus pada perbankan syariah haruslah memiliki ciri khas tersendiri dengan mencerminkan nilai-nilai Islami.

5) Hubungan *Empathy* Dengan Kepuasan Nasabah

Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah dimana suatu perbankan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi nasabah.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 48

Dalam dimensi ini adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh pegawai yang memberikan pelayanan kepada nasabah yang tercermin dari pribadi pegawai seperti sikap sopan dalam memberikan pelayanan, sehingga pegawai mampu memenangkan hati nasabah serta nasabah akan merasa puas.

6) Hubungan *Responseveness* Dengan Kepuasan Nasabah

Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemauan untuk memberikan pelayanan dan membantu nasabah yang segera dan tepat kepada nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas. Daya tanggap dapat diukur dengan mampu menyampaikan informasi dengan jelas, kecepatan dan ketepatan menyelesaikan keluhan, selalu siap membantu nasabah, kecepatan dan ketanggapan dalam pelayanan¹⁹.

Penyampaian informasi dengan jelas oleh pegawai kepada nasabah dan ketanggapan pegawai akan kebutuhan nasabah akan memunculkan rasa kepuasan bagi nasabah.

G. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis adalah suatu pernyataan yang pada waktu diungkapkan belum diketahui kebenarannya.²⁰ Untuk menganalisis kualitas pelayanan pada

¹⁹ Ibid, Hlm 48

perbankan syari'ah dapat dilakukan dengan Model CARTER dengan menggunakan skala likert pada kuisisioner yang disebar kepada nasabah. Othman dan Owen mengukur kualitas pelayanan perbankan menggunakan Model CARTER di Kuwait untuk mengetahui seberapa besar pengaruh CARTER terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uraian diatas maka dapat diajukan hipotesis minor dan mayor sebagai jawaban sementara untuk masalah penelitian yaitu:

1. Hipotesis Minor:

Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *compliance* terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta.

Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *assurance* terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta.

Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *reliability* terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta.

Hipotesis 4 : Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *tangible* terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta.

Hipotesis 5 : Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *empathy* terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta.

²⁰ Gulo W., *Metode Penelitian*, (Jakarta: Gramedia, 2010) hlm. 57.

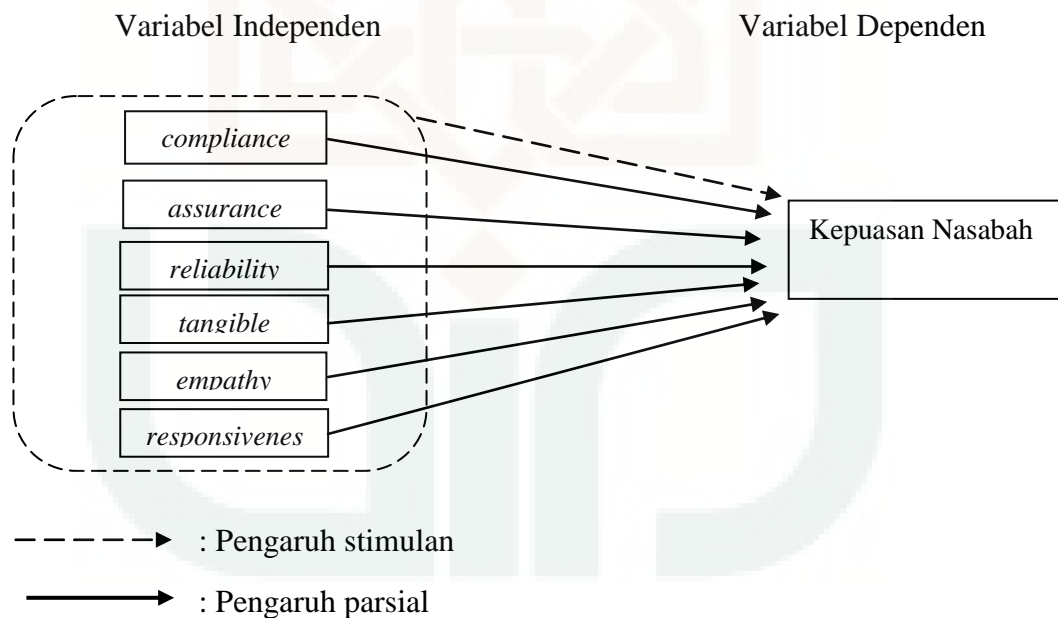
Hipotesis 6 : Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta.

2. Hipotesis Mayor

Hipotesis 7 : Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *Total Quality Services* terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta.

Gambar 1.3.

Hipotesis Penelitian Secara Simultan dan Parsial



H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah memahami maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini penyusun akan menjabarkan menjadi empat bab sebagai berikut:

1. Bab pertama, berisi pendahuluan yang terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka teori, hipotesis penelitian,
2. Bab kedua, pada bagian ini akan diuraikan tentang metode penelitian.
3. Bab ketiga, pada bagian ini akan diuraikan mengenai gambaran umum dari Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta yang meliputi sejarah singkat berdirinya Bank Madina Mandiri Syariah Yogyakarta, visi-misi, struktur organisasi, fungsi dan tugas pengurus, dan produk yang ditawarkan
4. Bab keempat berisi hasil dari penelitian dan pembahasannya.
5. Bab kelima berisi kesimpulan, dan saran. Pada akhir skripsi ini akan dicantumkan daftar pustaka dan lampiran-lampiran

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil uji secara empiris dengan signifikansi $0,014 \leq 0,05$, jadi *compliance* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.
2. Berdasarkan hasil uji secara empiris dengan signifikansi $0,020 \geq 0,05$, jadi *assurance* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta
3. Berdasarkan hasil uji secara empiris dengan signifikansi $0,083 \geq 0,05$, jadi *reliability* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta
4. Berdasarkan hasil uji secara empiris dengan signifikansi $0,058 \geq 0,05$, jadi *tangible* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.
5. Berdasarkan hasil uji secara empiris dengan signifikansi $0,080 \geq 0,05$, jadi *Empathy* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta
6. Berdasarkan hasil uji secara empiris dengan signifikansi $0,066 \geq 0,05$, jadi *Responsivenees* pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.

7. Berdasarkan hasil uji secara empiris dengan signifikansi $0,00 \geq 0,05$, jadi Secara simultan *Total Quality Services* mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta.

B. Saran

Berikut adalah saran Bagi manajemen Bank Madina Mandiri Syari'ah Yogyakarta yaitu:

1. Perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi *compliance*, dengan cara penerapan nilai, prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam harus lebih nampak dan sampai ke nasabah dikarenakan pada uji analisis deskriptif responden distribusi variabel *compliance* dikategorikan tidak baik.
2. Perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi *reliability*, dengan cara lebih meningkatkan pelayanan yang cepat dan akurat serta kehandalan pegawai dalam memberikan pelayanan dikarenakan pada uji analisis deskriptif responden distribusi variabel *reliability* meningkatkan kualitas pelayanan karena berdasarkan hasil dikategori tidak baik.
3. Bagi perusahaan diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi *tangible*, dengan cara menambah fasilitas fisik dan perlengkapan pegawai dikarenakan pada uji analisis deskriptif responden distribusi variabel *tangible* dikategori tidak baik

Daftar Pustaka

Al-Quran & Hadist

Al-Qur'an Surah al-Maidah Ayat 48

Al-Qur'an Surah An-Nahl ayat 90

Al-Qur'an Surah Saad Ayat 24

As-Suyuthi, Jalaluddin Kitab *Al-Jamiu's Shaghir*

Buku:

Abdurahman, Dudung *Pengantar Metode Penelitian*, Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2003

Arikunto, Suharsimi *Prosedure Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi II*, Jakarta: Rhineka Cipta, 1991

Depdikbud, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka)

F. Gerson, Richard, *Mengukur Kepuasan pelanggan, Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu*, Jakarta: PPM-Bisnis, 2010

Farida Jasfar, *Teori dan Aplikasi Sembilan Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2011

Hikmat, Mahi M. *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011

Indriantoro, Nur, *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE, 1999

Masdar, Sjahrazad dkk, *Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi untuk Pelayanan Publik*, Surabaya: Airlangga University Press, 2009

Nasution, M. Nur, , *Manajemen Jasa Terpadu Total Service Manajemen*, Bogor, Ghalia, 2004

Noor, Juliansyah *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana, 2012

Nazir M, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011

Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 1999

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2012

Tjiptono, Fandy, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: ANDI, 2005

Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa*, Jawa Timur, Banyumedia Publishing, 2007, cet. ketiga

Priyanto, , *Duwi 5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17*, Yogyakarta: ANDI, 2009

Jurnal Dan Skripsi:

Abedniya, Abed & Zaeim, Majid Nokhbeh, "Measuring the perceive service Quality in the Islamic Banking System in Malaysia" *International Journal of Business and Social Science* ,Vol. 2 No. 13 (Special Issue - July 2011)

Avkiran N. (1994) "Developing an Instrument to Measure Customer Service Quality in Branch Banking", *Inter-national Journal of Bank Marketing*

Angur M., Nataraajan R. & Jahera J. (1999) "SQ in the banking industry: an assessment in a developing economy", *International Journal of Bank Marketing*

Anthony T. and Addams, H. (2000) "SQ at Banks and Credit Unions", *Managing SQ*

Blanchard, R. and Galloway, R. (1994) "Quality in Retail Banking" *International Journal of Service Industry Management*

Ennew, C., Reed, G. and Binks, M. (1993) "Importance-Performance Analysis and the Measurement of SQ" *European Journal of Marketing*

Johnston, R., (1997) "Identifying the critical determinants of SQ in retail banking: importance and effect", *International Journal of Bank Marketing*

Kamila, B. and Nantel, J. (2000) "A reliable and valid measurement scale for the perceived service quality of banks", *International Journal of Bank Marketing*

Lassar, W., Manolis, C. and Winsor, R. (2000) "SQ perspectives and satisfaction in private banking", *The International Journal of Bank Marketing*

Nirmalasari " Analisis Kualitas Jasa Pada Bisnis Perbankan Syari'ah Berdasarkan Model Carter" *Skripsi (Tidak Diterbitkan)* Universitas Muhammadiyah Surakarta , 2009

Oppewal, H. and Vriens, M. (2000) "Measuring perceived SQ Using Integrated Conjoint experiment", *International Journal of Bank Marketing*

Othman,A., Owen, L., 2001, *Adopting and Measuring Costumer Service Quality (SQ) In Islamic Bank: A Case Study Kuwait Finance House*. *Internasional Journal of Islamic Financial Services* Vol. 3 No.4

Paulin, M., Ferguson, R. and Payaud, M. (2000) “Business Effectiveness and professional service personnel Relational or transactional managers”, European Journal of Marketing

Web:

<http://yosiabdiantindaon.blogspot.com/2012/11/pengertian-pengaruh.html>

http://www.uinsuka.info/perpustakaan/attachment/025_TOTAL%20QUALITY%20SERVICE_artikel%20S.Ag%20SS.%20M.Si%29pdf

<http://www.bankmadinasyariah.com>



Lampiran-lampiran

KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Bapak/ibu/saudara/i

Nasabah BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yk

Di Tempat

Responden yang terhormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh *Total Quality Service Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta*** “dengan ini peneliti memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/I untuk kesediannya menjawab dan mengisi kuesioner berikut ini.

Mengingat penelitian ini dimaksudkan untuk kepentingan akademik, maka peneliti mengharapkan jawaban yang sejujur-jujurnya sesuai dengan pendapat anda. Mengikuti aturan kode etik penelitian maka peneliti akan menjamin kerahasiaan identitas dari hasil kuesioner ini.

Atas kerjasa dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I mengisi daftar kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

Peneliti

Edy Prayitno

A. Profil Responden

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda (X), sesuai

dengan keadaan Bapak/ Ibu/saudara/i saat ini.

1. Jenis kelamin
 - a. Pria
 - b. wanita
2. Usia
 - a. < 15 tahun
 - b. 16 - 19 tahun
 - c. 20 – 29 tahun
 - d. 30 – 40 tahun
 - e. 41 – 50 tahun
 - f. > 50 tahun
3. Pendidikan terakhir
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMU
 - d. Diploma
 - e. Sarjana
4. Pekerjaan
 - a. Pegawai Negeri Sipil/ TNI/ POLRI
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Ibu Rumah Tangga
 - e. Pelajar/ Mahasiswa
 - f. Lainnya (sebutkan).....
5. Lama menjadi nasabah BPRS Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta
 - a. < 1 tahun
 - b. 1 – 2 tahun
 - c. > 3 tahun
6. Pendapatan tiap bulan
 - a. < 1 juta
 - b. 1 – 2 juta
 - c. > 2 juta

B. Total Quality Service

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang telah disediakan, sesuai dengan keadaan Bapak/ Ibu saat ini.

Keterangan Pengisian Kuesioner

- Sangat Tidak Setuju (STS)
- Tidak Setuju (TS)
- Kurang Setuju (KS)
- Setuju (S)
- Sangat Setuju (SS)

Compliance

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Bank Madina Syari'ah menerapkan prinsip dan hukum Islam					
2.	Bank Madina Syari'ah tidak ada pembayaran bunga baik tabungan maupun pembiayaan					
3.	Bank Madina Syari'ah menerapkan ketentuan bagi hasil					
4.	Bank Madina Syari'ah menerapkan ketentuan layanan produk secara Islami					
5.	Nasabah mendapat kesempatan pembiayaan bebas bunga					
Assurance						
6.	Karyawan Bank Madina Syari'ah bersikap sopan dan bersahabat					
7.	Bank Madina Syari'ah memberikan saran-saran/ nasehat-nasehat tentang keuangan					
8.	Bank Madina Syari'ah mempunyai interior kantor dan ruang tunggu yang nyaman					
9.	Bank Madina Syari'ah menyediakan akses informasi tentang laporan keuangan					
10.	Tim manajemen Bank Madina Syari'ah berpengalaman dan memiliki pengetahuan yang luas tentang perbankan syari'ah					
Reliability						
11.	Bank Madina Syari'ah memberikan pelayanan yang ramah dan sopan					
12.	Bank Madina Syari'ah menyediakan produk layanan perbankan syari'ah					
13.	Bank Madina Syari'ah memberikan keamanan dalam bertransaksi					
14.	Bank Madina Syari'ah memberikan waktu layanan yang optimal					
15.	BPRS Madina Syari'ah menggunakan nilai tambah layanan (seperti adanya <i>Pick Up Service</i>)					
Tangible						
16.	Tampilan kantor Bank Madina Syari'ah dan fasilitas fisik yang menarik					
17.	Bank Madina Syari'ah memberikan transaksi yang cepat dan tepat					
18.	Bank Madina Syari'ah memiliki jam operasi yang jelas, yaitu jam 08.00-15.00 WIB					

19.	Bank Madina Syari'ah menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas					
20.	Bank Madina Syari'ah menyediakan layanan <i>Pick Up Service</i>					
<i>Empathy</i>						
21.	Lokasi kantor Bank Madina Syari'ah mudah dijangkau					
22.	Nama, reputasi dan citra Bank Madina Syari'ah mudah dikenali					
23.	Bank Madina Syari'ah memiliki asset dan modal yang besar					
24.	Bank Madina Syari'ah menyediakan area parkir yang cukup memadai					
25.	Bank Madina Syari'ah menjaga kerahasiaan data nasabah					
26.	Manajemen Bank Madina Syari'ah profesional					
27.	Bank Madina Syari'ah menyediakan produk layanan yang menguntungkan					
28.	Bank Madina Syari'ah menetapkan tarif layanan yang rendah					
<i>Responsiveness</i>						
29.	Bank Madina Syari'ah menyediakan pelayanan informasi terkait dengan produk perbankan syari'ah					
30.	Karyawan Bank Madina Syari'ah bersedia membantu nasabah					
31.	Cara karyawan Bank Madina Syari'ah melayani nasabah secara Islami					
32.	Bank Madina Syari'ah menyediakan pembiayaan dengan jangka waktu yang cukup normal					
33.	Bank Madina Syari'ah memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan efisien					

C. Kepuasan Nasabah

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang telah disediakan, sesuai dengan keadaan Bapak/ Ibu saat ini.

Keterangan Pengisian Kuesioner

- Sangat Tidak Memuaskan (STM)
- Tidak Memuaskan (TM)
- Kurang Memuaskan (KM)
- Memuaskan (M)
- Sangat Memuaskan (SM)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SM	M	N	TM	STM
1.	Secara keseluruhan layanan Bank Madina Syari'ah					
2.	Hubungan personal dengan karyawan Bank Madina Syari'ah					
3.	Kualitas layanan Bank Madina Syari'ah					

A. Compliance dan Assurance

Compliance								Assurance						
No	1	2	3	4	5	Total		No.	1	2	3	4	5	Total
1	4	4	5	4	4	21		1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	4	20		2	4	3	4	4	4	19
3	4	4	4	4	4	20		3	4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	4	20		4	4	4	3	4	4	19
5	5	5	5	5	5	25		5	5	5	5	4	4	23
6	5	5	5	5	5	25		6	5	5	4	4	5	23
7	4	4	4	4	4	20		7	4	3	4	4	4	19
8	4	4	4	4	4	20		8	4	3	4	4	4	19
9	4	4	4	4	4	20		9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20		10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20		11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	4	4	20		12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	4	4	20		13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	4	20		14	4	4	4	4	4	20
15	4	5	5	4	4	22		15	5	4	4	4	4	21
16	5	5	5	4	4	23		16	5	4	4	4	5	22
17	4	5	5	4	4	22		17	4	4	5	4	4	21
18	4	5	5	4	4	22		18	5	4	4	4	4	21
19	5	5	5	5	5	25		19	5	5	4	4	5	23
20	5	5	5	5	5	25		20	5	4	5	5	4	23
21	5	5	5	5	5	25		21	5	5	5	4	4	23
22	5	5	5	5	5	25		22	5	4	5	5	4	23
23	5	4	5	5	4	23		23	5	4	5	4	4	22
24	5	5	5	5	4	24		24	5	4	5	4	4	22
25	5	5	5	5	5	25		25	5	4	5	4	5	23
26	5	5	5	5	5	25		26	5	4	5	4	5	23
27	4	4	4	4	3	19		27	3	3	3	4	3	16
28	5	5	5	5	4	24		28	5	4	4	4	5	22
29	5	4	5	5	4	23		29	5	4	5	4	4	22
30	4	5	5	4	4	22		30	4	4	4	4	5	21
31	4	4	4	4	4	20		31	4	4	4	4	4	20
32	4	5	4	4	5	22		32	5	4	4	4	4	21
33	4	4	4	4	4	20		33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	4	20		34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	4	4	4	20		35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20		36	4	4	4	4	4	20
37	5	5	4	5	4	23		37	5	4	4	4	5	22
38	5	5	4	4	4	22		38	5	4	4	4	4	21
39	4	4	4	5	4	21		39	4	4	4	5	4	21
40	4	5	5	4	4	22		40	5	4	4	4	4	21
41	3	4	4	4	4	19		41	4	3	3	3	4	17
42	4	4	4	4	4	20		42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	4	4	4	20		43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	4	4	4	20		44	4	4	4	4	4	20
45	5	5	4	4	4	22		45	5	4	4	4	4	21
46	4	4	4	4	4	20		46	4	4	4	4	4	20

47	4	4	5	4	4	21		47	4	4	4	4	5	21
48	4	4	4	4	4	20		48	4	4	4	4	4	20
49	5	5	5	5	5	25		49	5	5	4	4	5	23
50	5	5	5	5	4	24		50	5	4	5	4	4	22
51	5	4	4	4	5	22		51	5	4	4	4	4	21
52	5	5	5	5	5	25		52	5	5	5	4	5	24
53	4	5	5	5	5	24		53	5	5	4	4	4	22
54	4	4	4	4	4	20		54	4	4	4	4	4	20
55	5	4	4	4	4	21		55	5	4	4	4	4	21
56	4	4	4	4	4	20		56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20		57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20		58	4	4	4	4	4	20
59	5	5	5	5	5	25		59	5	5	5	5	4	24
60	5	5	5	5	5	25		60	5	4	5	5	5	24
61	5	5	5	4	4	23		61	5	5	4	4	4	22
62	4	4	4	4	4	20		62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	5	4	5	22		63	5	4	4	4	4	21
64	4	4	4	4	5	21		64	5	4	4	4	4	21
65	5	4	4	5	4	22		65	5	4	4	4	4	21
66	4	4	4	4	4	20		66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20		67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	5	4	21		68	4	4	5	4	4	21
69	5	5	5	5	5	25		69	5	5	5	5	4	24
70	5	5	5	5	5	25		70	5	4	5	5	5	24
71	5	5	5	5	5	25		71	5	5	5	5	5	25
72	4	5	5	5	4	23		72	5	5	4	4	4	22
73	4	4	4	4	4	20		73	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	4	4	20		74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20		75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20		76	4	4	4	4	4	20
77	4	5	5	4	4	22		77	5	4	4	4	4	21
78	5	5	5	5	5	25		78	5	5	5	5	5	25
79	4	5	5	4	5	23		79	4	4	4	5	5	22
80	4	4	4	4	4	20		80	4	4	4	4	4	20
81	5	5	5	5	5	25		81	5	5	5	5	5	25
82	4	5	5	4	5	23		82	5	5	4	4	4	22
83	4	4	4	4	4	20		83	4	4	4	4	4	20
84	4	4	4	4	4	20		84	4	4	4	4	4	20
85	4	4	4	4	4	20		85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	4	20		86	4	4	4	4	4	20
87	5	5	5	5	5	25		87	5	5	5	5	5	25
88	4	5	5	4	4	22		88	5	5	4	4	4	22
89	5	5	4	4	5	23		89	5	4	4	4	5	22
90	4	4	4	3	4	19		90	4	3	4	3	4	18
91	4	4	4	4	4	20		91	4	4	4	4	4	20
92	5	5	5	4	4	23		92	5	4	5	4	4	22
93	5	5	5	5	4	24		93	5	5	4	4	4	22
94	4	5	5	5	5	24		94	5	4	5	4	4	22
95	5	5	5	5	5	25		95	5	5	5	5	5	25
96	5	5	5	4	4	23		96	5	4	5	4	4	22

B. *Reliability dan Tangible*

Reliability							Tangible						
No.	1	2	3	4	5	Total	No.	1	2	3	4	5	Total
1	5	4	4	5	5	23	1	4	4	4	4	5	21
2	4	4	4	4	4	20	2	4	4	4	4	4	20
3	5	5	5	5	5	25	3	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25
6	4	4	4	4	5	21	6	5	5	5	5	4	24
7	4	4	4	4	4	20	7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20	8	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	20	9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20	10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20	11	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	4	4	20	12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	4	4	20	13	4	4	4	4	4	20
14	5	5	5	5	5	25	14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	5	5	22	15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	4	4	20	16	4	4	4	4	5	21
17	5	4	4	4	4	21	17	4	4	4	4	5	21
18	5	4	4	4	4	21	18	5	4	4	4	4	21
19	4	4	4	4	4	20	19	3	3	3	4	3	16
20	5	5	5	5	5	25	20	4	4	4	5	4	21
21	5	4	5	5	5	24	21	4	5	5	4	4	22
22	4	4	4	3	4	19	22	4	4	5	4	4	21
23	4	5	4	5	5	23	23	4	4	5	4	4	21
24	5	5	5	5	4	24	24	4	5	5	4	4	22
25	4	4	4	4	4	20	25	4	4	5	4	4	21
26	4	4	4	4	4	20	26	4	4	4	4	5	21
27	5	5	5	4	5	24	27	3	4	3	4	3	17
28	4	4	4	4	4	20	28	3	3	4	3	3	16
29	4	4	4	4	4	20	29	5	5	5	4	4	23
30	4	4	4	5	4	21	30	4	5	4	4	5	22
31	5	5	4	4	5	23	31	4	4	4	4	5	21
32	5	4	4	4	4	21	32	4	4	4	4	5	21
33	5	4	4	5	5	23	33	3	4	5	4	5	21
34	4	4	5	4	4	21	34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	4	4	4	20	35	4	4	5	4	4	21
36	4	4	3	3	4	18	36	4	4	4	5	4	21
37	4	4	4	4	4	20	37	4	4	4	4	4	20
38	5	4	4	4	5	22	38	4	4	5	5	4	22
39	4	4	5	5	5	23	39	4	4	4	5	4	21
40	5	4	4	4	5	22	40	5	5	5	4	5	24
41	4	4	4	4	4	20	41	3	4	4	4	4	19
42	5	4	4	4	5	22	42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	4	4	4	20	43	4	5	4	4	5	22
44	5	5	4	4	4	22	44	4	5	4	4	4	21
45	4	4	4	4	4	20	45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20	46	4	4	4	4	4	20

47	4	4	5	5	5	23		47	4	4	4	4	5	21
48	4	4	4	4	4	20		48	4	4	4	4	5	21
49	4	4	4	4	4	20		49	5	5	4	4	4	22
50	4	4	4	4	4	20		50	5	5	5	4	5	24
51	4	4	4	4	4	20		51	4	4	4	4	4	20
52	5	5	4	4	4	22		52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20		53	5	4	5	4	4	22
54	5	4	5	5	4	23		54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	20		55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	5	21		56	4	4	5	4	4	21
57	4	4	4	4	4	20		57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20		58	4	4	4	4	4	20
59	5	5	5	4	5	24		59	5	5	4	4	5	23
60	4	4	4	4	4	20		60	4	4	5	4	5	22
61	5	4	5	4	4	22		61	4	4	5	4	4	21
62	5	5	5	4	4	23		62	5	4	4	4	4	21
63	4	4	4	4	4	20		63	5	4	5	4	4	22
64	4	4	4	4	4	20		64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	4	20		65	4	5	4	4	4	21
66	4	4	4	4	4	20		66	4	4	4	4	4	20
67	5	4	5	5	5	24		67	4	4	4	4	4	20
68	5	4	4	4	5	22		68	4	4	4	4	4	20
69	4	3	3	4	4	18		69	4	4	5	5	4	22
70	4	4	4	3	5	20		70	5	5	5	5	5	25
71	5	5	5	4	4	23		71	5	5	5	5	5	25
72	4	4	4	4	4	20		72	4	4	5	4	4	21
73	4	5	5	4	5	23		73	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	4	5	21		74	4	4	4	4	4	20
75	5	5	4	4	4	22		75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20		76	4	4	4	4	4	20
77	4	4	4	4	4	20		77	4	4	4	4	4	20
78	5	5	5	4	4	23		78	5	5	5	5	5	25
79	4	4	4	4	4	20		79	4	4	4	4	4	20
80	5	4	4	4	4	21		80	4	4	4	4	4	20
81	5	5	4	4	5	23		81	5	5	5	5	5	25
82	4	4	4	4	4	20		82	4	4	4	4	4	20
83	4	4	4	4	5	21		83	4	4	4	4	4	20
84	5	5	5	4	4	23		84	4	4	4	4	4	20
85	5	4	4	4	5	22		85	4	4	4	4	4	20
86	5	4	5	4	4	22		86	4	4	4	4	4	20
87	5	5	5	4	5	24		87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	4	4	20		88	5	4	5	4	4	22
89	5	5	5	5	5	25		89	4	4	4	4	4	20
90	4	4	4	4	4	20		90	4	4	4	4	4	20
91	4	4	3	4	4	19		91	4	3	4	4	4	19
92	5	5	5	5	5	25		92	4	4	4	4	5	21
93	4	4	5	5	5	23		93	5	5	4	4	5	23
94	4	4	4	4	4	20		94	5	5	5	4	5	24
95	4	4	4	4	4	20		95	4	5	5	5	5	24
96	5	5	5	5	5	25		96	4	4	4	4	4	20

C. *Empathy dan Responsiveness*

Responsiveness





84 4 4 5 4 4 4 4 33

854 5 4 4 5

22— $\in \alpha \Lambda \mathfrak{R} | \cup \Delta \nu | _ | \times |$
 $\{ 1 P \mathfrak{R} \uparrow _ | \dots T \equiv$
 $\neg \leftrightarrow \emptyset | \check{y}^{TM} \sqrt{\check{Z} N \supset Y$