

**PENGARUH PELAYANAN DENGAN SISTEM *ONE STOP SERVICE*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI DI
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM.**

OLEH :

INDIKA FARHATUNNADA

NIM. 15820097

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2019

**PENGARUH PELAYANAN DENGAN SISTEM *ONE STOP SERVICE*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI DI
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM.**

OLEH :

INDIKA FARHATUNNADA

NIM. 15820097

DOSEN PEMBIMBING :

SUNARSIH, S.E., M.Si.

NIP. 19740911 199903 2 001

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2019



KEMENTERIAN AGAMA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR.

Nomor : B-386/Un.02/DEB/PP.00.9/02/2019

Tugas Akhir dengan judul: "Pengaruh Pelayanan Dengan Sistem *One Stop Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta".

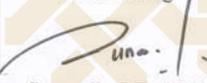
Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Indika Farhatunnada
Nomor Induk Mahasiswa : 15820097
Telah diujikan pada : Rabu, 30 Januari 2019
Nilai Ujian Tugas Akhir : A-

Dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang


Sunarsih, S.E., M.Si
NIP. 19740911 1999033 2 001

Penguji I


Rosvid Nur Anggara Putra, SPd., M.Si
NIP.19880524 201503 1 010

Penguji II


Dian Nuriyah Solissa, SHI., M.Si
NIP.19840216 200912 2 004

Yogyakarta, 12 Februari 2019
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
DEKAN




Dr. H. Syaiful Mahmudah Hanafi, M.ag
NIP.19670518 199703 1 003



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

FE-UINSK-BM-05-03/RO

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Indika Farhatunnada

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Indika Farhatunnada
NIM : 15820097
Judul Skripsi : " Pengaruh Pelayanan Dengan Sistem *One Stop Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta".

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi Saudari tersebut di atas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 24 Januari 2019
Pembimbing


Sunarsih, S.E., M.Si
NIP. 19740911 199903 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamuaitikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indika Farhatunnada
NIM : 15820097
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "**Pengaruh Pelayanan Dengan Sistem One Stop Service Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

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

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 21 Januari 2019

METERAI
TEMPEL
E8264AFF586341984
6000
Indika Farhatunnada
NIM. 15820097

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Indika Farhatunnada

NIM : 15820097

Jurusan/Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksekutif (*Non exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Pelayanan Dengan Sistem *One Stop Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak Bebas Royalti Nonekklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan dan (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada Tanggal: 21 Januari 2019

Yang menyatakan,



(Indika Farhatunnada)

MOTTO

Kamu tidak akan pernah tahu sebelum kamu mencoba, menunda mencoba berarti menunda hasil.

-Indika

Semua tempat adalah sekolahku, dan semua orang adalah guruku.

-Basuki



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

Ayahanda Mukhlisuddin Affandi dan Ibunda Siti Salmah, yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, doa, dan *wejangan* kepada penulis untuk tetap menjalankan kewajiban dalam setiap langkah kehidupan.

Kakak-Kakakku Naila Kamalia, Ulil Albab, Ulie Aulia Ahmad, dan Adik-Adikku Hilmi Mulida Ahmad dan Shella Afaita Watazkiya, yang selalu menyemangati dan menghibur penulis.

Untuk Sahabat-Sahabat dan Orang Terdekat yang selalu menemani penulis.

Keluarga Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Perbankan Syariah 2015 pada khususnya.

Beserta Almamater

UIN Sunan Kallijaga Yogyakarta.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skirpsi 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	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Z	Zet
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	SY	Es dan ye
ص	Shad	Sh	Es(dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Dh	De(dengan titik di bawah)
ط	Tha'	Th	Te(dengan titik di bawah)
ظ	Zha'	Zh	Zet(dengan titik di bawah)
ع	'aim	'	Koma terbalik diatas
غ	Gain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostref
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

مستعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'Iddah</i>

C. *Ta'marbutah*

Semua *ta'* marbutah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada ditengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandal "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
الاعولياء كرامة	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya.

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. Fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسي	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. Dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. Fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>A'antumd</i>
أعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
شكرتم لعن	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan kalimat pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>



KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, hidayat serta inayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Shalawat serta salam selalu terpanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang yakni *Addinul islam wal iman*.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata satu. Penulis menyadari masihi banyaknya kekurangan dalam penelitian ini dikarenakan keterbatasan penulism namun tidak bisa dipungkiri bahwa bantuan pihak-pihak terkait sangat membantu dalam menyelesaikan tugas skripsi ini. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Yudian Wahyudi, M.A, Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Joko selaku Ketua Prodi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Hasan Al-Banna, S.El., M.E selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dari awal proses perkuliahan hingga akhir semester.
5. Ibu Sunarsih, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selalu membimbing, memberikan arahan, waktu luang dan semangat kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan kepada penulis.

7. Seluruh Pegawai dan Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga.
8. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Mukhlisuddin dan Ibunda Siti Salmah atas kasih sayang, dukungan, motivasi dan *wejangan* kepada penulis untuk kehidupan yang akan datang.
9. Kakak: Naila Kamalia, M. Ulil Albab, Ulie Aulia Ahmad. Adik: Hilmi Maulida Ahmad dan Shella Afaita Watazkiya atas semangat dan selalu menghibur penulis dimanapun dan kapanpun.
10. Imam Mahfudz Arifuddin, terimakasih selalu menemani dan memberikan semangat dan kebahagiaan kepada penulis.
11. *Best Partner*, Siti Qoziyah yang setia menjadi sahabat dari awal masuk perkuliahan sampai sekarang.
12. Grup POP: Qozy, Tika, Nufa, Aslam, Zida, Lukman, Rifai, Hai terimakasih untuk semangatnya dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat Kos Mendes dan partner mabar *mobile legend*: Elsa, Zulfa, Ida, Arum, terimakasih yang selalu menetralsir stress yang penulis alami dengan main bareng.
14. Teman-teman Perbankan Syariah 2015 yang telah menjadi teman belajar sejak semester awal.

Dan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan semuanya. Disamping itu, penulis masih menyadari bahwa dalam penelitian ini masih ada banyak kekurangan, sehingga kritik saran membangun dari pembaca akan sangat dihargai penyusun. Akhir kata, penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 21 Januari 2019

Hormat Saya,

Indika Farhatunnada

NIM. 15820097

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSILITERASI	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Kerangka Teori	12
1. Pelayanan	12
2. Prinsip-Prinsip <i>One Stop Service</i>	15
3. Pelayanan <i>One Stop Service</i> Bank Syariah Mandiri	21
4. Kepuasan Nasabah	23
B. Telaah Pustaka	26
C. Pengembangan Hipotesis	34
D. Kerangka Pemikiran	41

BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Jenis dan Sifat Penelitian	44
B. Jenis Data	45
C. Teknik Pengumpulan Data	45
D. Populasi dan Sampel	47
E. Variabel Penelitian	49
F. Definisi Operasional Variabel	50
G. Teknik Analisis Data	54
1. Analisis Deskriptif	54
2. Uji Instrumen	54
3. Uji Asumsi Klasik	55
4. Analisis Regresi Linear Berganda	57
5. Uji Hipotesis	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Deskriptif Objek Penelitian	60
B. Hasil Penelitian	64
C. Pembahasan Hasil Penelitian	79
BAB V PENUTUP	101
A. Kesimpulan	101
B. Implikasi	103
C. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	xxi

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	24
Gambar 2.2 Skema Kerangka Pemikiran	43
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	60

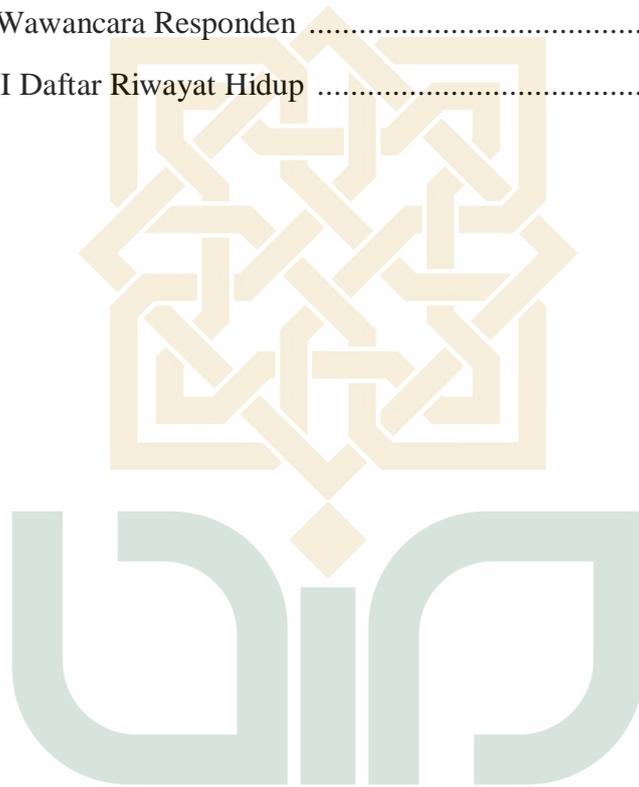


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pertumbuhan Bank Umum Syariah	1
Tabel 2.1 Telaah Pustaka	29
Tabel 4.1 Usia Responden	61
Tabel 4.2 Pekerjaan Responden	62
Tabel 4.3 Pendidikan Respondenn	63
Tabel 4.4 Ringkasan Hasil Uji Instrumen Validitas	65
Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Uji Instrumen Reliabilitas	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikoleniaritas	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.10 Hasil Uji R Square Regresi Linear Berganda	73
Tabel 4.11 Hasil Uji F (Simultan)	74
Tabel 4.12 Hasil Uji t (Parsial)	75
Tabel 4.13 Detail Jawaban Kuesioner Empati	80
Tabel 4.14 Detail Jawaban Kuesioner Ketanggapan	83
Tabel 4.15 Detail Jawaban Kuesioner Akurasi	86
Tabel 4.16 Detail Jawaban Kuesioner Keamanan	89
Tabel 4.17 Detail Jawaban Kuesioner Kehandalan	91
Tabel 4.18 Detail Jawaban Kuesioner Berwujud	93
Tabel 4.19 Detail Jawaban Kuesioner Keyakinan	96
Tabel 4.20 Detail Jawaban Kuesioner Kenyamanan	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	xxi
Lampiran II Data Karakteristik Responden	xxiv
Lampiran III Tabulasi Data	xxxii
Lampiran IV Hasil Pengujian	xl
Lampiran V Operasional Variabel	li
Lmpiran VI Wawancara Responden	liv
Lampiran VII Daftar Riwayat Hidup	lviii



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari sistem pelayanan dengan sistem *one stop service* sebagai bentuk perwujudan pelayanan prima pada Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Variabel independen dalam penelitian ini adalah empati, ketanggapan, akurasi, keamanan, kehandalan, berwujud, keyakinan dan kenyamanan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 108 responden. Metode pengambilan sampel dengan cara *cluster sampling* atau sampel area. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa empati, keamanan, kehandalan, dan kenyamanan mampu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel ketanggapan berpengaruh negatif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan variabel akurasi, berwujud, dan keyakinan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: *One stop service*, empati, ketanggapan, akurasi, keamanan, kehandalan, berwujud, keyakinan, kenyamanan, kepuasan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out the influence of the system of service with one stop service system as the embodiment of excellent service on a Bank Syariah Mandiri in Yogyakarta. The independent variables in this study are empathy, responsiveness, accuracy, security, reliability, tangible, certainty and comfort. While the dependent variable in this study is the customers' satisfaction. The sample in this research are 108 respondents. The sampling method is by using cluster sampling. Data collection was done through the dissemination of questionnaires and interviews. Analysis tools that is used is multiple linear regression. The results of the analysis show that empathy, security, reliability, and convenience have a positive effect and is significant to the satisfaction of the customers. Responsiveness variable has a significant negative effect towards the satisfaction of the customers. While the accuracy, tangible, and certainty do not affect the customers' satisfaction.

Key words: One stop service, empathy, responsiveness, accuracy, security, reliability, tangible, certainty, comfort, satisfaction.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perusahaan jasa termasuk dalam dunia perbankan sangatlah pesat, termasuk dalam perbankan syariah, sampai saat ini dunia perbankan syariah telah memasuki persaingan berskala global. Hal tersebut menjadi tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh perbankan untuk tetap bisa bertahan dan memberikan kontribusi kepada masyarakat dan bangsa dalam memperdayakan kemaslahatan ummah.

Pertumbuhan bank syariah menjadikan saingan antar bank menjadi semakin berat dan konsumen akan memiliki banyak pilihan terhadap bank syariah yang ditawarkan. Dikarenakan hal tersebutlah perbankan syariah dituntut untuk dapat memberikan yang terbaik kepada nasabah agar terciptanya kepuasan dan menumbuhkan loyalitas terhadap nasabah.

Tabel 1.1. Tabel Pertumbuhan Bank Umum Syariah

Rincian	2012	2013	2014	2015	2016	2017
BUS						
Jumlah Bank	11	11	12	12	13	13
Jumlah Kantor Bank	1728	1987	2163	1990	1869	1825

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2018.

Bank Syariah Mandiri bukanlah satu-satunya bank yang berbasis syariah di Indonesia, setiap bank pun tentunya menginginkan keberhasilan dalam usahanya sebagai lembaga keuangan. Sehingga Bank Syariah Mandiri memerlukan strategi yang bagus untuk bisa menang dalam persaingan dan menjadi pilihan nomer satu oleh masyarakat.

Dalam menjawab tantangan tersebut, tentunya Bank Syariah Mandiri membutuhkan kerjasama dari setiap elemen yang ada, mulai dari staff lini bawah hingga pemimpinannya sekalipun. Mereka harus terlibat dalam memberikan pelayanan yang baik, sehingga tidak hanya nasabah yang bisa merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan, tetapi dari internal juga bisa merasakannya. Kepercayaan masyarakat terhadap keberlangsungan dan eksistensi Bank Syariah Mandiri merupakan suatu hal yang harus dijaga dengan baik oleh perusahaan.

Pada dasarnya pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mampu memenuhi harapan dan keinginan pelanggan serta dapat memberikan kepuasan terhadap pengguna jasa layanan (CiputraUceo.com, 2016). Sedangkan tolak ukur pemberian pelayanan yang baik kepada masyarakat adalah pelayanan yang cepat, mudah, jelas, transparan dan tertib. Terkait dengan harapan masyarakat yang ingin mendapatkan hubungan yang baik dengan bank, dengan rasa nyaman dan kemudahan saat melakukan transaksi. Dalam al-Qur'an surah Ali Imran ayat 159, telah memberikan anjuran untuk lemah lembut terhadap seseorang:

Artinya: “ *Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keraslagi*

berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu, karena itu maafkanlah mereka, memohonkanlah 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.”(Q.S. Ali Imran [3]:30).

Lembaga perbankan yang merupakan lembaga jasa dan memiliki fungsi sebagai pelayanan kepentingan umum, Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu perbankan syariah yang sudah dikenal banyak masyarakat dari berbagai golongan, namun eksistensi tersebut belum mampu menyaingi perbankan konvensional yang memang pertumbuhannya lebih dulu daripada perbankan syariah. Kecenderungan masyarakat untuk tidak memilih bank syariah dikarenakan beberapa alasan, diantaranya adalah sosialisasi perbankan syariah masih kurang, sehingga pengetahuan masyarakat hanya terbatas dan lebih memilih bank konvensional, walau sistem syariah sebenarnya lebih mudah diterima oleh masyarakat (Detikfinance, 2012). Alasan lain dikarenakan produk yang tidak variatif dan pelayanan yang belum sesuai dengan ekspektasi masyarakat, dan fitur perbankan syariah yang belum selengkap produk serupa di perbankan konvensional (Detikfinance, 2015). Alasan-alasan tersebut menjadi penting untuk diperhatikan oleh perbankan syariah agar tetap bertahan dan bersaing dalam menarik perhatian masyarakat pada umumnya.

Dalam dunia perbankan, pemberian pelayanan ditunjukkan kepada masyarakat sebagai pelanggan atau yang biasa disebut nasabah dan menciptakan suatu kondisi yang memungkinkan nasabah bisa menjadi *influence* terhadap pelanggan lain diantara perusahaan dan nasabah sehingga kesejahteraan serta kepuasan bisa tercipta dari nasabah. Upaya peningkatan

kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah pun harus berorientasi pada nasabah yang tentu saja berperan sebagai pengguna jasa perbankan. Hal ini tentunya berkaitan dengan keinginan dan harapan nasabah yang ingin mendapatkan hubungan yang baik dengan bank dan nyaman dalam melakukan transaksi.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan berbagai manfaat diantaranya hubungan yang terjalin antara pelanggan dan pembeli layanan menjadi lebih harmonis, sehingga memberikan dasar yang baik pula bagi terciptanya kepuasan dan loyalitas pelanggan, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi pemberi layanan atau perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono, 1995:42 dalam Hardiyansyah, 2011:43).

Sistem pelayanan *one stop service* pada Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bentuk perwujudan visi dan misi Bank Syariah Mandiri dalam memberikan pelayanan yang maksimal terhadap nasabah. Kegiatan pelayanan *one stop service* ini memberikan peluang yang baik bagi para nasabah yang akan menggunakan produk jasa dari Bank Syariah Mandiri mulai dari tahap permohonan sampai ketahap terbitnya dokumen yang dilakukan dalam satu meja. Sistem pelayanan *one stop service* juga sudah menjadi standar baku dalam sistem pelayanan di Bank Syariah Mandiri yang berarti setiap produk pendanaan maupun pembiayaan menggunakan sistem tersebut. Dengan beberapa pelayanan yang maksimal maka bisa memacu kepuasan dari seorang nasabah serta memberikan nilai tambah kepada perbankan.

Menurut Hardiyansyah (2011) *One Stop Service* merupakan upaya dalam mewujudkan pelayanan prima terhadap pelanggan. Dalam hal ini perbankan syariah selaku perusahaan jasa tentu bisa juga melakukan *one stop service* dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Prinsip pelayanan publik bisa digunakan untuk mewujudkan pelayanan prima dalam perbankan syariah diantaranya; 1. Empati, bagaimana kepedulian dan perhatian yang diberikan kepada nasabah. 2. Ketanggapan, yang menekankan terhadap kesedian dan kesiapan karyawan dalam melayani nasabah. 3. Akurasi, terkait dengan kebenaran dan ketepatan dalam produk yang ditawarkan. 4. Keamanan, bahwa perbankan mampu memberikan jaminan keamanan terkait produk pelayanan. 5. Keandalan, tanggung jawab karyawan terhadap nasabah. 6. Berwujud, fasilitas dan sarana prasarana yang baik. 7. Keyakinan, karyawan harus mampu memberikan pelayanan dan memberikan informasi secara yakin, ikhlas serta sopan. 8. Kenyamanan, perbankan harus menjaga lingkungan bank dan lingkungan sekitar.

Empat alasan mengapa pelayanan bermutu itu penting bagi suatu perusahaan:

1. Pelayanan adalah tempat berkumpulnya uang dan pekerjaan

Hal ini dikarenakan pelayanan sebagai salah satu ujung tombak dalam dunia bisnis bidang jasa. Dimana ada perusahaan jasa, disitulah pelayanan mampu menghasilkan uang dan menciptakan pekerjaan.

2. Persaingan yang semakin tajam

Kelangsungan bisnis bergantung pada kepemilikan ujung tombak bernilai kompetitif. Pelayanan yang bermutu dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi suatu perusahaan.

3. Pemahaman yang semakin baik terhadap pelanggan.

Produk berkualitas yang dibarengi dengan harga yang terjangkau merupakan suatu keharusan, namun bukan segalanya. Pelanggan juga ingin diperlakukan dengan maksimal, dan akan menggunakan produk yang sama secara berulang.

4. Pelayanan pelanggan bermutu memiliki makna ekonomi

Memperluas pelanggan menjadi hal yang penting, ini berarti perusahaan tidak hanya harus menarik pelanggan baru, namun juga harus mempertahankan yang sudah ada. Pelayanan bermutu bisa membantu mewujudkan hal tersebut.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, lembaga perbankan syariah pada khususnya, memuaskan nasabah adalah hal pokok yang menjadi perhatian dan tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan indikator penentu dalam memenangkan persaingan, menambah citra perusahaan, dan menarik masyarakat lebih banyak. Kepuasan pelanggan bisa ditentukan oleh kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2015) dan Widyastuti (2009) terkait dengan penyelenggaraan pelayanan dengan sistem *one stop service* menjelaskan bahwa variabel-variabel yang *one stop service* sudah berjalan

dengan baik dan mampu mempengaruhi kepuasan nasabah. Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2011) dan Zainurassalamia (2014) menjelaskan bahwa terdapat beberapa variabel dari *one stop service* yang secara parsial tidak mempengaruhi kepuasan nasabah. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait dengan variabel-variabel *one stop service* ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang ditujukan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta guna mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri dengan sistem pelayanan *One Stop Service* dengan judul **“Pengaruh Pelayanan Dengan Sistem *One Stop Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka penulis rumusan masalah yang menjadi dasar kajian dalam penelitian yang akan dilakukan, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh prinsip empati terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta ?
2. Bagaimana pengaruh prinsip ketanggapan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta ?

3. Bagaimana pengaruh prinsip akurasi terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta ?
4. Bagaimana pengaruh prinsip keamanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta ?
5. Bagaimana pengaruh prinsip kehandalan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta ?
6. Bagaimana pengaruh prinsip berwujud terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta ?
7. Bagaimana pengaruh prinsip keyakinan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta ?
8. Bagaimana pengaruh prinsip kenyamanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta ?

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh prinsip empati terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh prinsip ketanggapan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh prinsip akurasi terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.

4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh prinsip keamanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh prinsip kehandalan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh prinsip berwujud terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.
7. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh prinsip keyakinan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.
8. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh prinsip kenyamanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan tentang faktor kualitas pelayanan dalam menentukan kepuasan dan loyalitas pelanggan dan dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat selama kuliah pada permasalahan dan kondisi sebenarnya, sehingga mendapatkan suatu pengalaman antara teori dan kenyataan yang terjadi di lapangan.
 - b. Bagi Civitas Akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang literatur pemasaran.
2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam literatur pemasaran khususnya tentang kepuasan nasabah.

b. Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa diharapkan mampu mengetahui lebih lanjut terkait bagaimana pengaruh pelayanan dengan sistem *one stop service* terhadap kepuasan nasabah.

c. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Bermanfaat untuk menambah kepustakaan dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian yang sejenis.

d. Bagi Masyarakat

Dapat memberikan dan memperkaya khasanah pengetahuan bagi masyarakat yang tertarik terhadap literatur pemasaran.

E. Sistematika Pembahasan

Secara garis besar, sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan beberapa sub bab, masing-masing uraian yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan, berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II: Landasan Teori, dalam bab ini akan dijelaskan mengenai teori yang akan digunakan dan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan acuan dasar dalam penelitian ini. Bab ini juga akan mengembangkan hipotesis.

BAB III: Metode Penelitian, berisi tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan metode analisis data.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan, berisi tentang deskripsi objek penelitian yang terdiri dari dari deskripsi variabel dependen dan variabel independen, analisis data dan interpretasi terhadap hasil analisis berdasarkan alat dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB V: Penutup, berisi kesimpulan dan hasil analisis penelitian dan saran yang perlu disampaikan untuk peneliti selanjutnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Pelayanan (*service*)

Pengertian pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki tiga makna: (1) perihal atau cara melayani, (2) usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang). (3) kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa. Jadi pelayanan bagaimana cara melayani seorang pelanggan untuk mendapatkan sebuah imbalan dan memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi jual beli barang atau jasa.

Pengertian pelayanan menurut Lovelock (1991:7) dalam Hardiyansyah (2011:10) adalah sebuah produk yang tidak berwujud, artinya, sebuah pelayanan tidak berwujud dan sehingga tidak ada bentuk yang bisa dimiliki dan berlangsung sesaat atau tidak bertahan lama, tetapi bisa dialami dan dirasakan oleh penerima layanan. Hal tersebut berarti bahwa pelayanan juga menjadi suatu hal yang penting selain kesediaan barang atau jasa, karena ketidakberwujudan suatu pelayanan tersebut juga bisa dirasakan oleh pelanggan atau penerima layanan.

Pengertian pelayanan (*service*) yang lain bahwa secara epistemologis pelayanan berasal dari kata layan yang berarti membantu menyiapkan atau mengurus apa-apa yang diperlukan seseorang. Kemudian pelayanan juga bisa diartikan sebagai: perihal cara/melayani; *service*/jasa;

sehubungan dengan jual beli barang atau jasa(Poerwadarmita, 1995:571) dalam Hardiyansyah (2011:11).

Dari beberapa pengertian tersebut menunjukkan bahwa pelayanan merupakan cara bagaimana perusahaan menghadapi pelanggannya, menjadi jiwa dari suatu perusahaan baik perusahaan jasa maupun perusahaan dagang, hal itulah mengapa sebuah pelayanan menjadi sangat penting untuk dilakukan dan dicapai demi keberlangsungan perusahaan tersebut. Pelayanan merupakan faktor yang tidak berwujud, namun keberlangsungannya sangat bisa dirasakan baik oleh pelanggan maupun oleh internalnya sekalipun, hal tersebutlah yang mendasari pelayanan menjadi faktor yang penting dan perlu dijaga oleh setiap perusahaan, baik dari karyawan tingkat lini maupun atasan sekalipun. Sama halnya dengan pelayanan di lembaga perbankan syariah bahwasannya merupakan bentuk pelayanan dari manajemen bank syariah terhadap nasabah serta pihak yang terkait dengan bank lainnya.

Tujuan dari pelayanan adalah memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan. Jika tujuan tersebut telah tercapai, maka tidak memungkinkan pelanggan akan menjadi puas. Kepuasan pelanggan tersebut merupakan hal yang ingin dicapai oleh semua perusahaan, karena dengan kepuasan tersebutlah pelanggan mampu melanjutkan hubungan bisnis dengan perusahaan dan bisa menjadi *influencer* terhadap orang lain dan mampu mempengaruhi pertumbuhan perusahaan.

Agama islam sendiri telah mengajarkan apabila ingin memberikan hasil usaha yang baik, baik dari usaha dagang maupun usaha jasa hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas, seperti dijelaskan dalam Q.S. Al-Baqarah/2:267 :

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

Pelayanan pada dasarnya mempunyai sasaran yang sederhana, yaitu kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pelayanan yang baik harus disertai dengan kualitas. Kualitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu atau derajat atau taraf (kepandaian, kecakapan, mutu, dan lain-lain). Sedangkan kualitas menurut Tjiptono, 1995:24 (Hardiyansyah, 2011:40) bahwa kualitas adalah: 1). Kesesuaian dengan persyaratan, 2). Kecocokan untuk pemakaian, 3). Perbaikan berkelanjutan, 4). Bebas dari kerusakan atau cacat, 5). Pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat, 6). Melakukan segala sesuatu dengan benar, 7). Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Kualitas selalu berfokus pada pelanggan, produk atau jasa yang dibuat dan dihasilkan harus sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga suatu produk atau jasa dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan. Sehingga konsep kualitas pelayanan sendiri dapat

dipahami melalui perilaku konsumen, yaitu suatu perilaku yang dimainkan oleh konsumen, dalam mencari, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi suatu produk ataupun pelayanan yang diharapkan mampu memuaskan kebutuhan konsumen.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah bagaimana para petugas pelayanan mampu memberikan apa yang pelanggan butuhkan dengan berbagai cara dan pendekatan baik secara individu/kelompok dan maupun internal/eksternal. Selain itu juga kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus pelayanan yang diberikan melalui pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga akan menimbulkan penilaian yang menunjukkan kepuasan atau ketidak puasan atas pelayanan yang diberikan.

2. Prinsip – Prinsip *One Stop Service*

One Stop Service adalah salah satu upaya dalam mewujudkan pelayanan prima yang ditetapkan oleh pemerintah. Pola pelayanan satu atap (*one stop service*) diselenggarakan dalam satu tempat yang meliputi berbagai jenis pelayanan publik. Pola ini digunakan untuk memberikan kemudahan layanan kepada masyarakat, sehingga masyarakat hanya perlu datang ke suatu tempat untuk bisa mendapatkan layanan. *One Stop Service* merupakan bentuk standar pelayanan dari pelayanan publik. bahwa pelayanan publik dilaksanakan dalam suatu rangkaian kegiatan yang bersifat sederhana, terbuka, tepat, lengkap, wajar, dan terjangkau (Hardiyansyah, 2011).

Terdapat beberapa prinsip pelayanan publik yang sudah ditetapkan oleh undang undang, pada penelitian ini akan difokuskan pada penyelenggaraan prinsip pelayanan program *one stop service* dengan menggunakan prinsip pelayanan publik. Berdasarkan keputusan MENPAN Nomor 25 Tahun 2004 tentang indeks kepuasan masyarakat terdapat 14 unsur, diantaranya:

1. Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan.
2. Persyaratan pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang diperlakukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya.
3. Kejelasan petugas pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawabnya).
4. Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
5. Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan.

6. Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan ketrampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan/menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat.
7. Kecepatan petugas pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggaraan pelayanan.
8. Keadilan mendapatkan pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/status masyarakat yang dilayani.
9. Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati.
10. Kewajaran petugas pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan.
11. Kepastian petugas pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan.
12. Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
13. Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima layanan.
14. Kemanan pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggara pelayanan ataupun sarana yang digunakan,

sehingga masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap risiko-risiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

Widyastuti (2009) menjelaskan bahwa dalam menjalankan pelayanan publik harus adanya memenuhi beberapa prinsip sebagai berikut:

1) Empati (*Empathy*)

Faktor Empati juga merupakan kepedulian, perhatian personal yang disediakan oleh bank syariah terhadap para nasabahnya, kesederhanaan dan kejelasan. Kesederhanaan dalam arti prosedur pelayanan tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan oleh nasabah. Kejelasan mencakup kejelasan mengenai persyaratan teknis dan administratif. Zeithaml *et. al* (1990:26) dalam Hardiyansyah (2011) juga menyebutkan bahwa Faktor empati juga mencakup bagaimana perusahaan memberikan perawatan dan perhatian individual kepada setiap pelanggannya, hal ini berarti bagaimana perusahaan mampu memahami kebutuhan para pelanggan dan memberikan kemudahan dalam berkomunikasi antara perusahaan dan pelanggan.

2) Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan menekankan kesediaan dan kesiapan karyawan bank untuk membantu pelanggan dalam waktu yang cepat. Dalam arti kepastian waktu mengenai pelaksanaan pelayanan dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang sudah ditentukan. Ketanggapan juga termasuk kesediaan para karyawan dalam

perusahaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat (Zeithaml *et. al* (1990:26) dalam Hardiyansyah (2011)).

3) Akurasi

Menurut Hardiyansyah (2011) bahwa akurasi berarti bebas dari kesalahan, dan dalam produk-produk yang ditawarkan oleh bank melalui pelayanan publik harus bisa diterima dengan benar, tepat dan sah. Terkait dengan keakurasian, yang mana suatu dokumen yang dikeluarkan harus dapat dipertanggung jawabkan secara hukum dimasa yang akan datang karena mengandung unsur yang sah, benar, dan tepat secara hukum.

4) Keamanan (*Security*)

Keamanan dalam arti bahwa proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum. Keamanan juga harus bebas dari bahaya, risiko, dan keragu-raguan. (Tjiptono, 2011). Hal ini berarti bahwa pelanggan harus bisa memiliki perasaan aman ketika melakukan transaksi di sebuah perusahaan, bisa dilakukan dengan memberikan jaminan keamanan yang legal terhadap hukum sehingga memberikan keyakinan juga terhadap pelanggan yang bersangkutan. Keamanan juga mencakup baik saat mengurus administrasi maupun dalam produk layanan yakni dokumen perizinan dapat memberikan kepastian hukum bagi pemiliknya (Widaystuti, 2009). Keandalan (*Reliability*)

Kehandalan mencakup tanggung jawab, dalam arti bahwa pimpinan penyelenggara pelayanan publik dan pejabat yang ditunjuk mampu mempertanggung jawabkan atas pelayanan dan penyelesaian persoalan dalam penyelenggaraan pelayanan tersebut. Kehandalan dalam pelayanan juga terdiri dari kemauan dari unit pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (Zeithaml, 1990:21-22) dalam Hardiyansyah (2001:41). Kehandalan juga berkaitan dengan tingkat profitabilitas atau kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu. Hal ini berarti bahwa faktor waktu dalam pelayanan menjadi hal

5) Berwujud (*Tangible*)

Faktor berwujud mencakup kelengkapan sarana dan prasarana, baik dari segi tersedianya sarana prasarana kerja, peralatan kerja, dan alat pendukung lainnya yang memadai. Selanjutnya kemudahan akses, dalam arti bahwa tempat, lokasi, dan sarana yang memadai mudah dijangkau oleh pelanggan dan dapat memanfaatkan dengan baik. Zeithaml *et,al* (1990:26) dalam Hardiyansyah (2011) juga menyebutkan bahwa *Tangible* juga bisa berupa fasilitas fisik, perlengkapan, peralatan, karyawan, dan alat komunikasi, dan kemudahan dalam akses, dalam arti bahwa tempat, lokasi dan sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh pelanggan.

6) Keyakinan (*Confidence / Assurance*)

Keyakinan dalam pelayanan publik mencakup kedisiplinan, kesopanan, dan keramahan, dalam arti bahwa pemberi pelayanan harus bersikap disiplin, sopan dan santun, ramah, serta memberikan pelayanan dengan ikhlas. Keyakinan juga bagaimana pengetahuan dan kesopanan yang dimiliki oleh karyawan serta kemampuan mereka untuk menyampaikan sebuah informasi dengan yakin Zeithaml *et,al* (1990:26) dalam Hardiyansyah (2011).

7) Kenyamanan

Kenyamanan dalam arti lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, dan disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih, rapi, serta lingkungan yang indah juga sehat. Tjiptono (1995) dalam Hardiyansyah (2011) juga menyebutkan bahwa kenyamanan pelanggan dalam memperoleh pelayanan bisa dirasakan dengan melihat faktor lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, kesediaan informasi dan lain sebagainya.

3. Pelayanan *One Stop Service* Bank Syariah Mandiri

Ruang lingkup pelayanan publik menurut Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (PAN) Nomor.63/KEP/M>PAN/7/2003 meliputi pelayanan barang publik dan jasa publik, serta pelayanan admistratif yang diatur dalam perundang-undangan, meliputi pendidikan, pengajaran, pekerjaan dan usaha, tempat tinggal, komunikasi dan

informasi, lingkungan hidup, kesehatan, jaminan sosial, energi, perbankan, perhubungan, sumberdaya alam, pariwisata, dan sektor strategis lainnya.

Inti dari sistem pelayanan dengan sistem *one stop service* pada perbankan berada di pihak *Customer Service* (CS). Dengan demikian maka tugas dan wewenang *Customer Service* lah yang menjadi kunci keberhasilan dari pelayanan yang menggunakan sistem *one stop service*. Hal ini dikarenakan *customer service* merupakan salah satu bagian dari organisasi yang berada di *front office* dan berfungsi sebagai sumber informasi juga sebagai perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk yang ada. Sesuai dengan tugas dan fungsinya, *customer service* diharapkan dapat melakukan “*one stop service*” yang artinya bahwa nasabah cukup menghubungi bagian *Customer Service* saja dalam berhubungan dengan bank. (Modul Klasifikasi Laboratorium Operasional Bank, 2014: 1)

Customer Service merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk-produk bank. Seorang *customer service* dalam kedudukannya sebagai *centre and contact point* antara bank dan nasabah maka haruslah mengetahui secara umum dan luas bentuk-bentuk pelayanan jasa dan produk bank dengan baik, dan diharapkan mampu memberikan pelayanan yang baik, cepat, akurat dan ramah terhadap nasabah. Pelayanan yang baik dan maksimal sangat berpengaruh terhadap kepuasan dan

loyalitas nasabah. Seorang *customer service* yang baik tidak hanya dilihat dari segi fisik saja, namun juga dilihat dari segi non fisik seperti kemampuan dan etika yang diberikan dalam pelayanan.

Tugas *customer service* menurut Modul Klasikal Laboratorium operasional bank (2014) adalah:

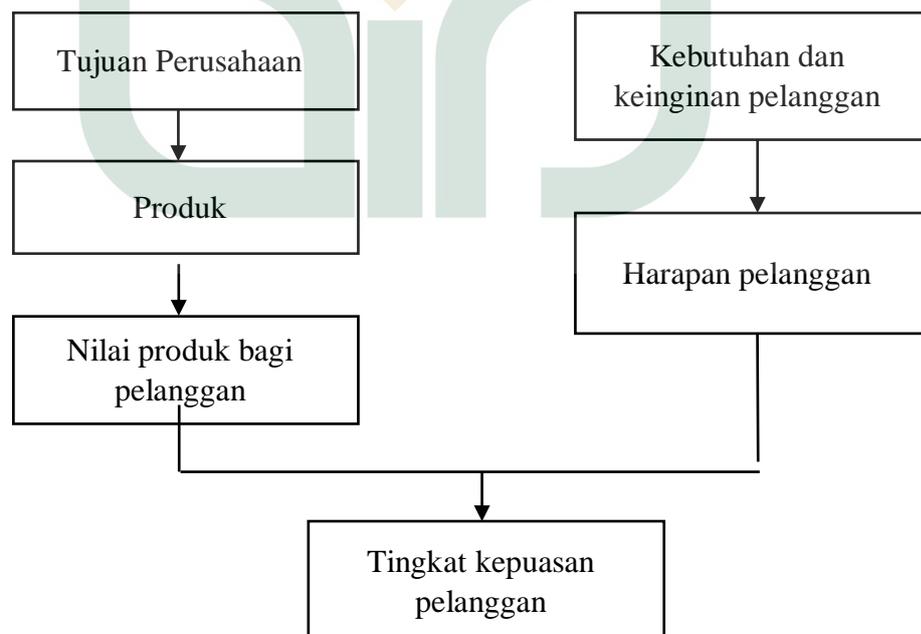
- 1) Memberikan pelayanan kepada nasabah yang berkaitan dengan pembukaan rekening tabungan, giro, deposito dan permohonan nasabah yang lainnya.
 - 2) Menerima, melayani dan mengatasi permasalahan yang disampaikan oleh nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh pihak *customerr service*.
 - 3) Mengadministrasikan daftar hitam Bank Indonesia dan daftar rehabilitasi nasabah serta file nasabah.
 - 4) Memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa yang ada dan yang baru sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.
4. Kepuasan Nasabah

Salah satu tujuan utama sebuah perusahaan termasuk perbankan adalah menciptakan kepuasan nasabah, dimana kepuasan menjadi hasil dari penilaian terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli atau menggunakan suatu produk/jasa, kemudian harapan tersebut dibandingkan dengan kinerja yang diterima.

Westbrook & Reilly (1983) dalam Tjiptono (2011) menyebutkan bahwa kepuasan adalah respon emosional terhadap pengalaman-

pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, baik dari perusahaan dagang maupun perusahaan jasa. Kemudian Codette et.al (1987) dalam Tjiptono (2011) juga mengkonseptualisasikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan yang timbul setelah hasil evaluasi terhadap pengalaman pemakaian produk barang atau jasa. Sementara itu, Engel et.al (1990) dalam Tjiptono (2011) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, dan pelanggan menjadi tidak puas ketika hasil tidak dapat memenuhi harapan.

Kepuasan pelanggan membandingkan antara harapan yang diinginkan oleh pelanggan dengan pelayanan yang diberikan karyawan, dan akan terwujud jika kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan bisa terpenuhi, berikut konsep kepuasan menurut Tjiptono, 2005:



Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan

Dengan demikian apabila dikaitkan dengan pelanggan, maka pelanggan akan merasakan beberapa hal, antara lain:

1. Jika kinerja yang diberikan dibawah harapan, maka pelanggan merasa tidak puas.
2. Jika kinerja sama dengan yang harapkan, maka pelanggan akan puas.
3. Jika kinerja lebih dari harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Untuk mampu mewujudkan dan mempertahankan suatu kepuasan pelanggan, Menurut Tjiptono (2005) perusahaan harus mempertahankan empat hal, diantaranya:

1. Perusahaan mampu mengidentifikasi siapa target pasar atau siapa yang menjadi pelanggannya.
2. Perusahaan mampu memahami tingkat harapan yang dibangun pelanggan atas kualitas yang diberikan.
3. Memahami strategi kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan.
4. Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.

Namun kepuasan adalah hal yang tidak bisa diukur secara langsung dengan pengukuran yang objektif, kepuasan merupakan fenomena yang bisa diukur dengan berbagai indikator karena merupakan sesuatu yang abstrak (Hapsari, 2008), sehingga tidak ada indikator yang pas terkait dengan pengukuran kepuasan suatu pelanggan terhadap suatu pelayanan.

Dengan demikian apabila kepuasan nasabah boleh dinyatakan sebagai suatu rasio atau perbandingan, maka dapat kita merumuskan persamaan kepuasan nasabah sebagai berikut: $Z = X / Y$, dimana Z adalah kepuasan nasabah, X adalah kualitas yang dirasakan pelanggan, dan Y adalah kebutuhan, keinginan dan harapan nasabah. Maka dapat dipahami jika $Z > 1$, maka kepuasan nasabah akan menjadi tinggi, hal ini karena nasabah merasakan bahwa kualitas dari produk melebihi harapan yang dibangun oleh nasabah. Sedangkan jika $Z < 1$, maka kepuasan nasabah menjadi rendah, karena nasabah merasakan kualitas produk lebih kecil dari kebutuhan, keinginan, dan harapan nasabah (Kompasiana.Com, 2011). Dengan demikian kepuasan dan ketidakpuasan nasabah merupakan perbandingan antara harapan nasabah dan kenyataan dari kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah.

B. Telaah Pustaka

Untuk mengerti pentingnya penelitian yang akan dilakukan, maka diperlukan dokumentasi dan kajian atas hasil penelitian yang pernah ada atau permasalahan yang hampir sama dengan yang bisa ditemui dalam berbagai bentuk, baik artikel, jurnal, dan karya ilmiah. Penulis menemukan beberapa tulisan yang di anggap relevan untuk dijadikan rujukan pustaka dalam penelitian ini.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati (2015) tentang pengaruh pelaksanaan pelayanan dengan sistem *one stop service* terhadap loyalitas nasabah gadai emas di Bank Mandiri Syariah KCP Bandung

menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara pelayanan dengan sistem *one stop service* terhadap loyalitas nasabah. Sehingga loyalitas akan dipengaruhi oleh naik turunnya pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Bandung.

Widyastuti (2009) melakukan penelitian tentang penyelenggaraan prinsip pelayanan program *one stop service* di Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Sukoharjo dan menunjukkan adanya pelayanan yang baik di KPPT dengan menggunakan sistem *one stop service*, pelanggan juga merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Hidayat (2009) juga menyebutkan dalam penelitiannya yang terkait dengan Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah bahwa variabel bebas secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga meningkat atau menurunnya kualitas pelayanan, kualitas produk, dan nilai nasabah akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah.

Penelitian yang dilakukan Santoso (2011) tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening menjelaskan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan variabel *responsiveness* dan *emphaty* terhadap kepercayaan nasabah. *Reliability* berpengaruh negatif signifikan terhadap kepercayaan. *Assurance* dan *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah. Sedangkan terdapat pengaruh positif signifikan variabel *emphaty* dan kepercayaan terhadap

kepuasan nasabah, *tangible, responsiveness, assurance, reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian Madona (2017) tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Jika kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat, dan begitu sebaliknya.

Wiwik (2017) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* (CS, Teller, Security) Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi di Perbankan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara pelayanan *frontliner* dan kepuasan nasabah bertransaksi di perbankan. Hal ini berarti bahwa jika pelayanan yang dilakukan oleh *frontliner* meningkat, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah dalam bertransaksi di perbankan.

Selanjutnya, Gaspul (2014) menjelaskan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah (Studi kasus pada nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo) dalam penelitiannya dan menunjukkan hasil bahwa lima variabel SERVQUAL dan variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga meningkat atau menurunnya lima variabel SERVQUAL dan variabel kepercayaan akan mempengaruhi kepuasan nasabah, dan begitu sebaliknya.

Prasetyo (2012) dalam penelitiannya yang berjudul analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dan Pengaruhnya Terhadap

Loyalitas Nasabah Pada PT. BPR Indobank Semarang menjelaskan bahwa variabel kualitas layanan, rasa percaya, dan nilai nasabah mampu mempengaruhi kepuasan baik secara simultan ataupun parsial.

Cussoy dkk (2013) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Pengaruh *Accessibility* dan *Security terhadap customer sastisfaction* dan *customer loyalty* nasabah klik BCA juga menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel *accessibility & security* terhadap kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah mampu mempengaruhi loyalitas nasabah.

Selanjutnya, Wasilah (2016) dalam penelitiannya tentang Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah Cabang Mataram juga membuktikan bahwa variabel keamanan, akurasi, kepercayaan, dan kecepatan mampu mempengaruhi kepuasan nasabah BRI Syariah Cabang Mataram.

Tabel 2.1. Telaah Pustaka

No	Peneliti Dan Tahun	Sumber Ref.	Judul	Variabel dan Alat Analisis	Ringkasan Hasil
1	Rahmawati. (2015)	Artikel.	Pengaruh Pelaksanaan Pelayanan Dengan Sistem <i>One Stop Service</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Gadai Emas Di Bank Mandiri Syariah KCP Bandung.	Variabel X : Jaminan, Kehandalan, Ketersediaan Infrastruktur, Empati, Daya Tanggap. Variabel Y : Tingkat Loyalitas. Alat Analisis: Regresi	Terdapat pengaruh yang signifikan dalam pelaksanaan <i>one stop service</i> terhadap loyalitas nasabah gadai emas di bsm kcp buah batu bandung.

				Linear Berganda	
2	Widyastuti. (2009)	Skripsi, FIS Dan Ilmu Politik Univ Sebelas Maret, Surakarta.	Penyelenggaraan Prinsip Pelayanan Program <i>One Stop Service</i> Di Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Sukoharjo.	Variabel X: Prinsip Pelayanan Yaitu Empati, Ketanggapan, Akurasi, Keamanan, Keandalan, Berwujud, Keyakinan, Kenyamanan. Variabel Y : Kepuasan Pelanggan. Alat Analisis : Analisis Interaktif .	Indikator prinsip pelayanan menunjukkan implementasi yang baik dan memuaskan tetapi khususnya untuk indikator prinsip berwujud masih ada keluhan dari pelanggan.
3	Hidayat, 2009	Jurnal	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri.	Variabel X : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Nasabah Variabel Y : Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Alat Analisis: <i>Goodness OF Fit Overal Model.</i>	Ketiga variabel x berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Tetapi kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas, nilai bagi nasabah berpengaruh terhadap loyalitas.
4	Santoso, 2011	Jurnal	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kepercayaan Sebagai	Variabel X: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan. Variabel Y: Kepuasan Nasabah Alat Analisis:	Kepercayaan dan empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan, <i>reliability, tangible, assurance</i> tidak berpengaruh

			Variabel Intervening.	Asumsi Klasik, Uji Hipotesis	terhadap kepuasan.
5	Madona, 2017	Tugas Akhir	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang	Variabel X : Kualitas Pelayanan. Kualitas Y : Kepuasan Nasabah. Alat Analisis : Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Sederhana Analisis Deskriptif	Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.
6	Wiwik, 2017	Skripsi,	Pengaruh Kualitas Pelayanan <i>Fontliner</i> (CS, Teller, Security) Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Perbankan.	Variabel X : Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Perhatian Individu. Variabel Y : Kepuasan Nasabah Alat Analisis : Uji Asumsi Klasik, Uji T, Uji F, Uji Beda	Terdapat pengaruh positif signifikan antara pelayanan <i>frontliner</i> dan kepuasan nasabah bertransaksi di perbankan
7	Guspul, 2014	Jurnal	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah	Variabel X: <i>Service Quality</i> Dan Kepercayaan. Variabel Y : Kepuasan Alat Analisis:	5 variabel servqual dan variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap

			(Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)	Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda, Uji F, Uji T,	kepuasan nasabah.
8	Prasetyo, 2012	Jurnal	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPR Rudo Indobank Semarang	Variabel X: Kualitas Pelayanan, Rasa Percaya, Nilai Nasabah Variabel Y: Kepuasan Nasabah Alat Analisis: <i>Confirmatory Analisis, Full Model SEM</i>	Semua variabel x mampu mempengaruhi kepuasan nasabah secara positif dan signifikan. Kepuasan nasabah mampu mempengaruhi loyalitas nasabah.
9	Cusoy, Puspita, Hariyanto, 2013	Jurnal	Analisis Pengaruh <i>Accessibility</i> Dan <i>Security</i> Terhadap <i>Customer Sastisfaction</i> Dan <i>Customer Loyalty</i> Nasabah Klik BCA.	Variabel X: <i>Accebility, Security</i> Variabel Y: <i>Customer Satisfaction & Customer Loyalty</i> Alat Analisis: Analisa Structutural Modeling – Partial Least Square.	Faktor <i>accessibility</i> dan <i>security</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.
10	Wasilah, 2016	Skripsi	Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah BRI Syariah	Variabel X: Kecepatan, Keamanan, Akurasi, Kepercayaan	Semua variabel x mampu mempengaruhi kepuasan nasabah baik secara parsial maupun simultan.

			Cabang Mataram	Variabel Y: Kepuasan Nasabah Alat Analisis: Regresi Linear Berganda	
--	--	--	----------------	--	--

Dari telaah pustaka diatas, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang telah ada, seperti perbedaan metode dalam pengambilan data, dimana penelitian terdahulu menggunakan metode wawancara atau interview, sedangkan pada penelitian ini penulis menggunakan metode angket atau kuesioner. Alat analisis pun berbeda disesuaikan dengan metode yang digunakan. Perbedaan lain terletak pada variabel X yang di gunakan untuk mengukur kepuasan nasabah. Penulis menambahkan variabel independen sehingga cakupan lebih luas, karena faktor yang mempengaruhi kepuasan tidak hanya variabel-variabel kualitas layanan tapi juga bisa mengadopsi dari variabel lain. Dari perbedaan-perbedaan inilah diharapkan penulis dapat menemukan jawaban yang lebih akurat terkait dengan kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri dengan menggunakan sistem *one stop service* dan mampu memberikan hasil penelitian yang baru serta *up to date*.

C. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penulisan, serta telaah pustaka yang diuraikan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh Empati terhadap kepuasan nasabah

Empathy: The Firm provides care and individualized attention to its customers (Zeithmal *et.al* (1990:26) dalam Hardiyansyah (2011). Empati meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, melakukan hubungan komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Setiap pelanggan menginginkan pelayanan yang baik dan tidak ribet atau membingungkan sehingga setiap proses yang dilakukan menjadi lebih cepat, efektif dan efisien waktu bisa di dapatkan.

Faktor empati dirasa mampu mempengaruhi kepuasan nasabah dikarenakan ketika pemberi layanan atau karyawan mampu memberikan perhatian dan kepedulian terhadap nasabah, maka nasabah akan juga merasakan kehadirannya dihargai dan diharapkan oleh pemberi layanan, komunikasi yang baik pun akan terjalin terus menerus sehingga mampu memberikan dampak kepuasan dibenak nasabah.

Madona (2017), Santoso (2011) membuktikan bahwa prinsip empati mampu berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari argumen diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Empati berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh ketanggapan terhadap kepuasan nasabah

Responsiveness: willingness to help customers and provide prompt service, yang berarti bahwa ketanggapan adalah keinginan yang dimiliki karyawan untuk membantu pelanggan dengan pelayanan yang cepat. (Zeithmal *et.al* (1990:26) dalam Hardiyansyah (2011). Ketanggapan juga merupakan kemauan karyawan untuk membantu nasabah dengan cara memberikan informasi yang cepat dalam melayani, sehingga menghindari nasabah menunggu terlalu lama dan atau memberikan rasa nyaman dalam menunggu.

Ketanggapan juga berarti respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat. Ketanggapan dirasa mampu mempengaruhi kepuasan karena pelayanan yang cepat akan mengurangi waktu menunggu nasabah, dan efisien waktu bisa didapatkan, sehingga nasabah tidak akan merasa terganggu dengan banyaknya antrian untuk mendapatkan pelayanan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh wiwik (2017), Guspul (2014) membuktikan bahwa prinsip ketanggapan sudah dilakukan dengan baik dan mampu berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari argumen diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Ketanggapan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh akurasi terhadap kepuasan nasabah

Menurut Tjiptono (1995:25) dalam Hardiyansyah (2011:40) akurasi dalam pelayanan meliputi bebas dari kesalahan, akurasi juga merupakan sinkronisasi produk yang ditawarkan dengan realita yang dirasakan oleh nasabah, bagaimana produk bisa diterima dengan benar, tepat dan sah, atau dokumen yang disajikan bisa mudah dipahami sehingga tidak terjadi kekecewaan atau penurunan nilai kepuasan karena nasabah merasa dirugikan karena tidak kesesuaian dengan ekspektasi yang dibangun atas sebuah produk.

Faktor akurasi dirasa mampu mempengaruhi kepuasan nasabah dikarenakan ketika berkaitan dengan dokumen-dokumen yang disajikan oleh perbankan, semua nasabah baik dari nasabah yang baru maupun yang sudah lama memakai produk perbankan diharuskan untuk mengisi suatu aplikasi guna keperluan data oleh perbankan (Syariahmandiri.co.id). Ketika sebuah dokumen atau produk pelayanan tersebut mampu dipahami dan diterima dengan baik oleh nasabah, maka tidak terjadi kebingungan terutama bagi calon nasabah yang bersangkutan, sehingga kemudahan tersebut dirasa mampu mempengaruhi kepuasan nasabah.

Didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Widyastuti (2009), Wasilah (2016) membuktikan bahwa variabel akurasi mampu berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari argumen diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Akurasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4. Pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah

Keamanan yang berarti bebas dari bahaya, risiko, dan keragu-raguan (Tjiptono, 2011:348). Keamanan menjadi hal utama dan diperhatikan oleh nasabah, bagaimana data atau materi yang dititipkan kepada bank bisa terjamin dan dilindungi oleh hukum, sehingga meminimalisir kekhawatiran nasabah akan kehilangan atau kerugian di masa yang akan datang. Keamanan dapat dijamin dengan memberikan pernyataan privasi dan informasi tentang keamanan.

Faktor keamanan mampu mempengaruhi kepuasan nasabah dikarenakan ketika nasabah melakukan transaksi di perbankan semua data-data terkait dengan data diri dan materi yang dimiliki nasabah akan diberikan, kerahasiaan data atau materi tersebut menjadi penting untuk dijaga oleh bank sehingga nasabah akan tetap memiliki kepercayaan penuh terhadap perbankan dan akan berdampak terhadap kepuasan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Cussoy dkk (2013), Wasilah (2016) membuktikan bahwa variabel keamanan mampu berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dari argumen diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

5. Pengaruh kehandalan terhadap kepuasan nasabah

Kehandalan merupakan kemampuan yang dimiliki karyawan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan (Tjiptono, 2011:347). Sehingga nasabah bisa mendapatkan haknya dengan baik terkait dengan informasi maupun kebutuhan lainnya, dan menimbulkan nilai kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Faktor kehandalan dirasa mampu mempengaruhi kepuasan nasabah dikarenakan kemampuan-kemampuan yang dimiliki oleh karyawan akan dinilai langsung oleh nasabah, baik dari segi ketepatan waktu yang dijanjikan serta keakuratannya. Semakin karyawan handal maka nasabah juga akan merasakan pelayanan yang baik dan profesional, sehingga akan berdampak terhadap kepuasan nasabah.

Wiwik (2017), Rahmawati (2015) membuktikan bahwa variabel kehandalan mampu berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari argumen diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H5 : Kehandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

6. Pengaruh berwujud terhadap kepuasan nasabah

Berwujud atau kesediaan infrastruktur baik berupa fasilitas fisik, perlengkapan, personil, materi komunikasi, atau hal lainnya yang sangat dibutuhkan dan mampu memberikan rangsangan langsung kepada nasabah. Menurut Zeithmal *et.al* (1990:20-21) dalam Hardiyansyah (2011:41)

menyebutkan bahwa *Tangible is appearance of physical facilities, equiptmen, personel, and communication materials*, yang berarti bahwa yang termasuk dalam bagian dari faktor *tangible* adalah seperti penampilan peralatan fasilitas fisik, personel, dan bahan komunikasi yang disediakan.

Faktor berwujud menjadi salah satu faktor yang bisa dilihat dan diperhatikan langsung oleh nasabah. Berwujud mampu mempengaruhi kepuasan nasabah dikarenakan ketika perbankan menggunakan peralatan yang modern maka akan membantu nasabah, baik dari segi kecepatan maupun kemudahan yang ditawarkan, sehingga akan berdampak terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Guspul (2014), Madona (2017) membuktikan bahwa variabel berwujud atau ketersediaan infrastruktur mampu berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari argumen diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H6 : Berwujud berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

7. Pengaruh keyakinan terhadap kepuasan nasabah

Assurance: Knowledge and courtesy of employess and their ability to convey trust and confidence, yang berarti bahwa keyakinan adalah pengetahuan dan kesopanan yang dimiliki karyawan dan kemampuan mereka dalam menyampaikan suatu informasi kepercayaan dengan rasa yang percaya diri pula (Zeithaml *et.al* (1990:26) dalam Hardiyansyah (2011:42). Keyakinan di sini juga meliputi kedisiplinan, kesopanan, dan

keramahan pihak bank terhadap nasabah. Bagaimana pihak bank mampu meyakinkan nasabah dengan keramahannya, mampu memberikan kepastian kepada nasabah terkait dengan produk yang ditawarkan, dan mampu memberikan nasabah efek puas dengan kinerja yang baik pula.

Karyawan dituntut untuk berkompeten dalam setiap bidangnya, sehingga mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh nasabah secara yakin dan rasa percaya diri, nasabah mampu menilai secara langsung ketika ingin mendapatkan suatu informasi apakah karyawan tersebut berkompeten dalam bidangnya atau tidak, maka faktor keyakinan yang dimiliki oleh karyawan tersebut dirasa mampu mempengaruhi kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan Hidayat (2009), Guspul (2014) membuktikan bahwa variabel keyakinan mampu keyakinan atau assurance berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari argumen diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H7 : Keyakinan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

8. Pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan nasabah

Nasabah berhak mendapatkan rasa nyaman dalam melakukan transaksi dengan setiap perusahaan terkait, nyaman dalam melayani bisa berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi dan lain-lain (Tjiptono, 1995:25) dalam Hardiyansyah, 2011:40). Kenyamanan memberikan rasa puas tersendiri

bagi nasabah, dengan lingkungan bank yang bersih, ruang tunggu yang nyaman, wangi, dan rapi, nasabah menjadi tidak merasakan kebosanan walau harus menunggu antrian yang panjang.

faktor kenyamanan dirasa mampu mempengaruhi kepuasan nasabah dikarenakan ketika nasabah mengalami antri panjang ketika ingin bertransaksi di perbankan, baik dari segi lingkungan, ruang tunggu dan sarana prasana pendukung lainnya mampu mengalihkan perhatian nasabah. Sehingga nasabah tidak akan terganggu dengan antrian yang panjang dan akan berdampak terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh (Prasetyo, 2012), Setyono (2010) membuktikan bahwa variabel kenyamanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dari argumen diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H8 : Kenyamanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

D. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini membahas mengenai penyelenggaraa prinsip pelayanan dengan sistem *one stop service* pada Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Pada prinsipnya pelayanan *one stop sevice* ini adalah kegiatan yang dilakukan oleh *customer service* sebagai wujud pemberian pelaayanan yang maksimal kepada nasabah, sehingga semua jenis kebutuhan nasabah bisa diterima dan selesai ditangan *customer service* saja.

Kerangka pikir yang digunakan dalam penelitian ini berusaha membuat arahan untuk mempermudah melakukan penelitian mengenai penyelenggaraan prinsip pelayanan sistem *one stop service* pada BSM di Yogyakarta. Pada dasarnya, dengan adanya sistem *one stop service* ini maka akan terjadi penyederhanaan mekanisme dalam prosedur pelayanan perbankan, nasabah dimudahkan dengan cukup mengunjungi *customer service* saja untuk menyelesaikan segala urusan yang dibutuhkan, seperti membuka rekening atau bahkan melakukan mutasi rekening. Penulis menentukan beberapa indikator prinsip-prinsip pelayanan yang bisa dijadikan penilaian atas penerapan sistem *one stop service* pada Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta, diantaranya 1. prinsip empati (Kesederhanaan dan kejelasan), 2. ketanggapan (Kepastian waktu), 3. akurasi, 4. keamanan, 5. kehandalan (Tanggungjawab), 6. berwujud (Kelengkapan sarpras dan kemudahan akses), 7. keyakinan, dan 8. kenyamanan.

Gambar 2.2. Skema Kerangka Pemikiran
Penyelenggaraan Prinsip Pelayanan Sistem *One Stop Service*



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian multivariate. Menurut Santoso (2018) bahwa pengertian analisis multivariat adalah analisis multivariabel dalam satu atau lebih hubungan. Analisis ini berhubungan dengan semua teknik statistik yang secara simultan menganalisis jumlah pengukuran pada individu atau objek. Statistik multivariat juga digunakan untuk mempertimbangkan sekian banyak faktor untuk menjelaskan hubungan yang terjadi dalam sebuah fenomena sosial atau alam yang kompleks. Kata “multi” menunjukkan kemampuan metode tersebut, dan sekaligus juga ciri dari metode itu untuk mengolah sekian variabel secara bersama-sama untuk menjawab persoalan statistik tersebut.

Variabel yang ada dalam data multivariat memiliki banyak variabel (minimal dua). Variabel-variabel tersebut tentu berhubungan satu dengan yang lain, karena untuk itulah analisis multivariat dilakukan, yakni untuk mengetahui bagaimana hubungan diantara variabel-variabel yang ada. Namun hubungan tersebut dapat dibagi menjadi dua bagian besar, diantaranya:

1. Variabel-variabel tersebut tidak saling bergantung satu dengan yang lain, yang disebut dengan interdependensi. Ciri penting dari interdependensi adalah tidak adanya variabel dependen dan variabel independen. semua variabel bersifat independen.

2. Antar variabel ada saling ketergantungan, yang disebut dengan dependensi.
Ciri penting dari dependensi adalah adanya dua jenis variabel, yaitu variabel dependen dan independen.

B. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu dari sebuah penelitian (Sekaran, 2017:130). Sumber data primer berasal dari individu atau respon yang memberikan data ketika diwawancarai, diberikan kuesioner, atau diobservasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada dan tersedia, misalnya catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintahan analisis industri yang diberikan oleh media, web, internet dan lain lainnya.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Angket atau Kuesioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tulisan kepada responden untuk dijawabnya (Sekaran, 2006: 152). Kuesioner ini dirancang dengan sedemikian rupa untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, kemudian alternatif jawaban sudah disediakan dalam kuesioner sehingga responden tinggal memilihnya.

Kuesioner harus diukur validitas dan reliabilitas datanya sehingga penelitian tersebut menghasilkan penelitian yang valid (Sekaran, 2006: 135). Sedangkan penyusunan skala pengukuran digunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR). Dengan alternatif pilihan 1 sampai dengan 5 jawaban pertanyaan dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2) Tidak Setuju (TS)
- 3) Netral (N)
- 4) Setuju (S)
- 5) Sangat Setuju (SS)

Setiap alternatif jawaban tersebut mempunyai nilai skor sebagai berikut:

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

4) Setuju (S) dengan skor 4

5) Sangat Setuju (SS) dengan skor 5

D. Populasi dan Sempel

1. Populasi

Populasi merupakan suatu objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015: 117). Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, benda-benda, dan ukuran lain, yang menjadi objek perhatian atau kumpulan seluruh objek yang menjadi perhatian. Menurut Sugiyono (2015) bahwa populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Bukan juga hanya sekedar jumlah dari suatu objek atau subjek tertentu, tetapi juga seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.

2. Sempel

Sempel merupakan suatu sebagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian. Dengan mempelajari sampel, peneliti akan mampu menarik kesimpulan yang dapat di generalisasi terhadap populasi penelitian (Sekaran, 2006: 123). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cluster Sampling*. *Cluster Sampling* yaitu teknik yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel bila objek yang diteliti atau

sumber data sangat luas (Sugiyono, 2015). Nasabah Bank Syariah Mandiri tidak hanya terdapat di Yogyakarta saja, tetapi juga sudah tersebar di berbagai kota di Indonesia dengan 737 kantor layanan di seluruh kantor indonesia (Syariahmandiri.co.id). Maka untuk pengambilan sampelnya berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Ukuran sampel ditentukan dengan tingkat ketepatan dan keyakinan yang diinginkan dalam mengestimasi parameter populasi sekaligus variabilitas dalam populasi itu sendiri. Pertimbangan biaya juga memainkan peran. Data sampel digunakan baik untuk mengestimasi parameter populasi dan menguji hipotesis (Sekaran, 2017).

Resque (1975) dalam Sekaran (2017, hlm 87) menyatakan cara menentukan ukuran sampel adalah sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 tepat untuk sebagian besar penelitian.
2. Di mana sampel dirinci ke dalam subsampel: (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), diperlukan ukuran sampel minimum 30 untuk setiap kategori.
3. Dalam penelitian multivariat (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya beberapa kali (lebih baik 10 kali atau lebih) lebih besar dari jumlah variabel dalam studi tersebut.

4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat (*matched pairs*, dan lainnya), penelitian yang sukses memungkinkan dengan sampel ukuran kecil antara 10 hingga 20.

Berdasarkan teori di atas, dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui secara spesifik dan penelitian ini merupakan penelitian multivariat, maka jumlah sampel ditentukan dengan 10 kali atau lebih dari jumlah variabel (dependen + independen). Maka jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 12×9 variabel (8 variabel independen + 1 variabel dependen = 108 sampel dari nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta).

E. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*) sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X) dalam penelitian ini adalah prinsip-prinsip pelayanan publik dengan sistem *One Stop Service*

X1 : Empati

X2 : Ketanggapan

X3 : Akurasi

X4 : Keamanan

X5 : Keandalan

X6 : Berwujud

X7 : Keyakinan

X8 : Kenyamanan

2. Variabel Terikat (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.

Y1 = Kepuasan Nasabah

F. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdapat sembilan variabel, diantaranya: yaitu delapan variabel bebas meliputi: empati (X1), ketanggapan (X2), akurasi (X3), keamanan (X4), kehandalan (X5), berwujud (X6), keyakinan (X7), dan kenyamanan (X8). dan kepuasan (Y) menjadi variabel terikat.

1. Variabel independen atau bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah empati (X1). Ketanggapan (X2), akurasi (X3), keamanan (X4), kehandalan (X5) berwujud (X6), keyakinan (X7), dan kenyamanan (X8). Berikut penulis paparkan variabel operasional dalam penelitian ini:

a. Empati (X1)

Empati adalah bagaimana sebuah perusahaan mampu memberikan perhatian-perhatian khusus kepada pelanggannya (Zeithaml, 1990:26., dalam Hardiyansyah, 2011). Pengukuran empati dilakukan dengan menggunakan keusioner Mas'ud (2004) yang dimodifikasi oleh Anuraga (2012). Terdapat 3 item pernyataan yang diukur dengan

menggunakan skala likert lima point jawaban, mulai dari (1) sangat tidak setuju sampai (5) sangat setuju.

b. Ketanggapan (X2)

Ketanggapan berarti keinginan yang dimiliki karyawan untuk membantu pelanggan dengan pelayanan yang cepat (Zeithmal, 1990:26., dalam Hardiyansyah, 2011). Pengukuran ketanggapan dilakukan dengan menggunakan kuesioner Mas'ud (2004) yang dimodifikasi oleh Anuraga (2012). Terdapat 3 item pernyataan yang diukur dengan menggunakan skala likert lima point jawaban, mulai dari (1) sangat tidak setuju sampai (5) sangat setuju.

c. Akurasi (X3)

Akurasi dalam pelayanan menurut Tjiptono, 1995., dalam Hardiyansyah (2011) meliputi bebas dari kesalahan, akurasi juga sinkronasi produk yang ditawarkan dengan realita yang dirasakan oleh pelanggan. Pengukuran akurasi dilakukan dengan menggunakan pernyataan-pernyataan yang dilakukan oleh Widyastuti (2009). Terdapat 2 item pernyataan yang diukur dengan menggunakan skala likert lima point jawaban, mulai dari (1) sangat tidak setuju sampai (5) sangat setuju.

d. Keamanan (X4)

Keamanan berarti bebas dari bahaya, risiko, dan keragu-raguan (Tjiptono, 2011:348). Pengukuran keamanan dilakukan dengan menggunakan kuesioner Arasu dan Viswanathan (2011) yang

dimodifikasi oleh Maulidiyahwati (2017). Terdapat 3 item pernyataan yang diukur dengan menggunakan skala likert lima point jawaban, mulai dari (1) sangat tidak setuju sampai (5) sangat setuju.

e. Keandalan (X5)

Keandalan merupakan kemampuan yang dimiliki karyawan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan (Tjiptono, 2011:347). Pengukuran keandalan dilakukan dengan menggunakan kuesioner Mas'ud (2004) yang dimodifikasi oleh Anuraga (2012). Terdapat 3 item pernyataan yang diukur dengan menggunakan skala likert lima point jawaban, mulai dari (1) sangat tidak setuju sampai (5) sangat setuju.

f. Berwujud (X6)

Bagian-bagian dari *tangible* atau berwujud diantaranya penampilan peralatan fasilitas fisik, personel, dan bahan komunikasi yang disediakan oleh perusahaan (Zeithaml, 1990., dalam Hardiyansyah, 2011). Pengukuran berwujud dilakukan dengan menggunakan kuesioner Mas'ud (2004) yang dimodifikasi oleh Anuraga (2012). Terdapat 3 item pernyataan yang diukur dengan menggunakan skala likert lima point jawaban, mulai dari (1) sangat tidak setuju sampai (5) sangat setuju.

g. Keyakinan (X7)

Keyakinan adalah pengetahuan dan kesopanan yang dimiliki karyawan dan kemampuan mereka dalam menyampaikan suatu

informasi yang dibutuhkan pelanggan dengan cara percaya diri (Zeithaml, 1990:26., dalam Hardiyansyah, 2011). Pengukuran keyakinan dilakukan dengan menggunakan kuesioner Nasution (2005) yang dimodifikasi oleh Kesuma, dkk (2015). Terdapat 3 item pernyataan yang diukur dengan menggunakan skala likert lima point jawaban, mulai dari (1) sangat tidak setuju sampai (5) sangat setuju.

h. Kenyamanan (X8)

Kenyamanan dalam pelayanan menurut Tjiptono, 1995:25., dalam Hrdiyansyah, 2011 berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan tempat parkir, dan lain-lain. Pengukuran ketanggapan dilakukan dengan menggunakan kuesioner Pinasti (2015). Terdapat 3 item pernyataan yang diukur dengan menggunakan skala likert lima point jawaban, mulai dari (1) sangat tidak setuju sampai (5) sangat setuju.

2. Variabel dependen atau terikat.

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah variabel kepuasan (Y). Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan (Engel, 1990., dalam Tjiptono, 2011). Pengukuran kepuasan dilakukan dengan menggunakan kuesioner Mas'ud (2004) yang dimodifikasi oleh Anuraga (2012). Terdapat 3 item pernyataan yang

diukur dengan menggunakan skala likert lima point jawaban, mulai dari (1) sangat tidak setuju sampai (5) sangat setuju.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisa dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2015). Analisis deskriptif dilakukan dengan cara memaparkan identitas responden.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Instrumen yang valid berarti dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2016). Metode yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai korelasi atau r_{hitung} dari variabel penelitian dengan nilai r_{tabel} . Kriteria dalam menentukan validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2016). Pertanyaan yang lulus dalam uji validitas maka akan ditentukan reliabilitasnya dengan melihat nilai *cronbach's Alpha*. Apabila koefisien *cronbach's alpha* lebih dari 60%, maka instrumen yang digunakan dinyatakan lulus reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji dan menganalisis kenormalan data yang digunakan, apakah data bisa berdistribusi dengan normal atau tidak (Santoso, 2018). Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas terjadi pada model regresi dengan lebih dari satu variabel independen atau regresi berganda dimana terjadinya kolerasi yang kuat antara variabel satu dengan variabel lainnya (Wahyono, 2010). Pada uji multikolinieritas digunakan untuk

mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. jika terjadi kolerasi, maka dinamakan terdapat masalah multikoleniaritas. Model regresi yang dipilih seharusnya tidak terjadi kolerasi antara variabel independen. Kriteria uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1) Bila koefisien *Tolerance* $> 10\%$ disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas antar variabel bebas pada model regresi.
- 2) Jika nilai *Tolerance* $< 10\%$ disimpulkan bahwa terjadi gejala multikoleniaritas antar variabel bebas pada model regresi.
- 3) Bila nilai VIF $> 10,00$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas pada model regresi.
- 4) Jika nilai VIF $< 10,00$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikoleniaritas antar variabel bebas pada model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Asumsi heteroskedastisitas adalah asumsi dalam regresi dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan lain. Asumsi yang harus terpenuhi yaitu tidak adanya pola tertentu antara varians dan residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Wahyono, 2010). Jika sig $< 5\%$, maka persamaan regresi mengandung heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai sig $> 5\%$ maka persamaan regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda berguna untuk mencari pengaruh dua atau lebih variabel bebas atau untuk mencari hubungan fungsional dua variabel bebas terhadap variabel terikat (Konsistensi.com). Analisis ini secara bersamaan mengembangkan hubungan matematis antara dua atau lebih variabel independen dan variabel. Untuk interpretasi hasil analisis regresi linear berganda ini penulis memakai tabel *standardized coefficient* karena nilai yang terdapat dalam *standardized coefficient* digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh sumbangan efektif yang diberikan antara variabel independen terhadap dependen, namun hanya berlaku pada saat itu dan sampel itu saja (Datariset.com). Maka formulasi model regresi linear berganda pada penelitian ini adalah:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8$$

Keterangan:

Y = Kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta

X₁ = Prinsip Empati

X₂ = Prinsip Ketanggapan

X₃ = Prinsip Akurasi

X₄ = Prinsip Keamanan

X₅ = Prinsip Keandalan

X₆ = Prinsip Berwujud

X₇ = Prinsip Keyakinan

X_8 = Prinsip Kenyamanan

$b_{1,2,3,4,5,6,7,8}$ = Koefisien Regresi

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji kebenaran hipotesis dari data yang telah terkumpul. Sedangkan secara statistik hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian. Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik parsial (uji t), uji statistik simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi.

a. Uji F

Menurut Ghazali (2005), uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang masuk dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.
- 3) Apabila Probabilitasnya $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 4) Apabila Probabilitasnya $> 0,005$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui berapa besar presentase variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen, nilai R^2 besarnya antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam

menjelaskan variabel dependen amat terbatas, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghazali, 2005).

c. Uji t Partial

Uji t digunakan untuk menunjukkan apakah suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Ghazali, 2005). Hipotesis akan diuji dengan taraf nyata $\alpha = 5$ persen. Hipotesis yang digunakan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Apabila probabilitasnya $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Apabila probabilitasnya $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

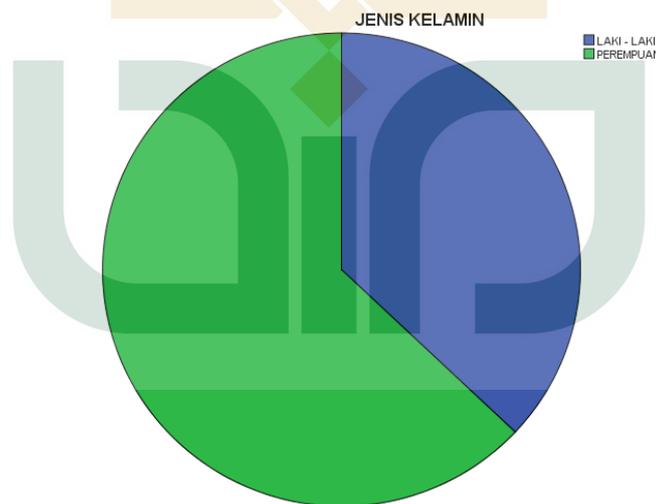
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Dalam penelitian ini jumlah objek penelitian atau responden adalah sebanyak 108 responden. Seluruh responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Data responden berikut ini digunakan untuk mengetahui kondisi responden yang merupakan informan utama dalam penelitian ini.

1. Karakteristik Jenis Kelamin

Dalam klasifikasi ini jenis kelamin dikelompokkan menjadi dua kelompok, dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden

Sumber: Data Primer diolah 2019

Berdasarkan pada gambar 4.1 di atas, jenis kelamin responden dibagi menjadi dua kelompok, yaitu laki-laki dan perempuan. Dimana untuk

responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 37% dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 63%. Dari keseluruhan jumlah responden sebanyak 108 orang, maka dapat diartikan bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 40 orang, dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 68 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini di dominasi oleh perempuan.

2. Karakteristik Usia

Dalam klasifikasi ini usia responden dikelompokkan menjadi empat kelompok, seperti yang tercantum dalam tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1 Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase
Di bawah 20 tahun	9	8,3 %
20 – 30 tahun	96	88,9 %
31 – 40 tahun	2	1,9 %
40 tahun ke atas	1	0,9 %
Total	108	100%

Sumber: Data Primer diolah 2019

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa usia responden dibagi menjadi empat kelompok. Kelompok pertama yaitu responden dengan usia di bawah 20 tahun dengan presentatse 8,9% atau sejumlah 9 responden. Kelompok kedua responden dengan usia 20 – 30 tahun dengan presentase 88,9% atau sebanyak 96 responden. Selanjutnya kelompok ketiga responden dengan usia 31 – 40 tahun sebesar 1,9% atau sebanyak 2 responden. Kelompok terakhir dengan responden berusia 40 tahun ke atas dengan presentasi 0,9% atau sebanyak 1 responden. Dapat disimpullkan bahwa responden pada penelitian ini di dominasi oleh nasabah Bank

Syariah Mandiri di Yogyakarta dengan usia 20 – 30 tahun. Hal ini tidak menunjukkan arti bahwa nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta mayoritas di usia 20 – 30 tahun, jumlah ini hanya angka dari responden yang mengisi kuesioner penelitian yang di sebar oleh peneliti.

3. Karakteristik Pekerjaan

Dalam klasifikasi ini pekerjaan responden dikelompokkan menjadi lima kelompok, seperti yang tercantum dalam tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2 Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pegawai Negeri Sipil	2	1,9%
Pegawai Swasta	9	8,3%
Pelajar / Mahasiswa	85	78,7%
Wiraswasta	4	3,7%
Lain – lain	8	7,4%
Total	108	100%

Sumber: Data Primer diolah 2019

Dari tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa pekerjaan responden dibagi menjadi lima kelompok. Kelompok pertama responden dengan pekerjaan Pegawai Negeri Sipil dengan presentase sebesar 1,9% atau sebanyak 2 responden. Kelompok ke dua responden dengan pekerjaan Pegawai Swasta dengan presentase sebesar 8,3% atau sebanyak 9 responden. Kelompok ketiga yaitu responden dengan pekerjaan Pelajar/Mahasiswa dengan presentase sebanyak 78,8% atau sebanyak 85 responden. Kelompok keempat, responden dengan pekerjaan wiraswasta dengan presentase sebesar 3,7% atau sebanyak 4 orang. Kelompok kelima yaitu responden dengan pekerjaan lain – lain atau yang tidak disebutkan

pada kelompok pertama sampai keempat sebesar 7,4% atau sebanyak 8 orang.

Dari data di atas menunjukkan arti bahwa mayoritas responden pada penelitian ini adalah bekerja sebagai Pelajar / Mahasiswa dengan angka sebesar 85 responden, yang berarti persebaran kuesioner ini lebih kepada sesama pelajar / mahasiswa di sekitar peneliti.

4. Karakteristik Pendidikan

Dalam klasifikasi ini pendidikan terakhir responden dikelompokkan menjadi lima kelompok, seperti yang tercantum dalam tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3 Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SMA / Sederajat	71	65,7%
Diploma	4	3,7%
S1	32	29,6
S2	1	0,9%
Total	108	100%

Sumber: Data Primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.3 di atas terdapat empat kelompok pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden penelitian. Kelompok pertama adalah responden berpendidikan SMA / Sederajat, kelompok kedua adalah responden berpendidikan Diploma, kelompok ketiga adalah responden dengan pendidikan terakhir S1, dan responden keempat dengan pendidikan terakhir S2.

Telihat dari 108 responden, responden yang memiliki latar belakang SMA / Sederajat sebesar 65,7% atau sebanyak 71 responden. Kemudian responden dengan pendidikan terakhir Diploma sebesar 3,7% yaitu 4

responden. Responden dengan pendidikan terakhir S1 sebesar 29,6% atau sebanyak 32 responden, dan responden dengan pendidikan terakhir S2 sebesar 0,8% atau sebanyak 1 responden.

B. Hasil Penelitian

Sebelum melakukan uji regresi linear berganda, maka harus dilakukan uji instrumen terlebih dahulu, yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, multikoleniaritas, dan heteroskedastisitas.

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan salah satu uji instrumen penelitian, dimana uji validitas ini digunakan untuk menguji kelayakan setiap butir-butir pernyataan pada kuesioner penelitian yang disebar. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir-butir pernyataan maka butir item dianggap valid atau layak untuk digunakan. Adapun uji validitas data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Ringkasan Hasil Uji Instrumen Validitas

Variabel		Kriteria uji validitas		keterangan
		r hitung	r tabel dengan N 108	
Empati (X1)	X1.1	0,609	0,1591	Valid
	X1.2	0,623		Valid
	X1.3	0,627		Valid
Ketanggapan (X2)	X2.1	0,571	0,1591	Valid
	X2.2	0,648		Valid
	X2.3	0,517		Valid
Akurasi (X3)	X3.1	0,452	0,1591	Valid
	X3.2	0,452		Valid
Keamanan (X4)	X4.1	0,686	0,1591	Valid
	X4.2	0,713		Valid
	X4.3	0,646		Valid
Kehandalan (X5)	X5.1	0,564	0,1591	Valid
	X5.2	0,706		Valid
	X5.3	0,551		Valid
Berwujud (X6)	X6.1	0,572	0,1591	Valid
	X6.2	0,531		Valid
	X6.3	0,410		Valid
Keyakinan (X7)	X7.1	0,628	0,1591	Valid
	X7.2	0,711		Valid
	X7.3	0,669		Valid
Kenyamanan (X8)	X8.1	0,646	0,1591	Valid
	X8.2	0,717		Valid
	X8.3	0,561		Valid
Kepuasan (Y)	Y.1	0,609	0,1591	Valid
	Y.2	0,709		Valid
	Y.3	0,678		Valid

Sumber: Data Primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat disimpulkan bahwa semua butir-butir pertanyaan pada kuesioner penelitian yang disebar dinyatakan valid karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sebesar 0,1591 (dengan $N=108$).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini merupakan uji instrumen digunakan untuk menguji jawaban yang diberikan oleh responden apakah konsisten atau tidak. Reliabilitas instrumen bisa dilihat dari nilai Cronbach Alpha, apabila Cronbach Alpha $> 0,60$ artinya reliabel, sedangkan apabila Cronbach Alpha $< 0,60$ maka instrumen penelitian tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
Empati (X1)	0,775	$> 0,60$	Reliabel
Ketanggapan (X2)	0,742	$> 0,60$	Reliabel
Akurasi (X3)	0,620	$> 0,60$	Reliabel
Keamanan (X4)	0,825	$> 0,60$	Reliabel
Kehandalan (X5)	0,771	$> 0,60$	Reliabel
Berwujud (X6)	0,676	$> 0,60$	Reliabel
Keyakinan (X7)	0,816	$> 0,60$	Reliabel
Kenyamanan (X8)	0,788	$> 0,60$	Reliabel
Kepuasan (Y)	0,772	$> 0,60$	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.5 di atas bisa dilihat bahwa semua variabel menunjukkan nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60, sehingga dapat dikatakan semua variabel dari kuesioner adalah reliabel, hal itu berarti semua item pertanyaan layak untuk digunakan sebagai alat ukur.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengukur apakah dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bisa diketahui

melalui nilai signifikan, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Berikut penulis paparkan tabel hasil uji normalitas.

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

<i>One Sample Kolmogorov – Smirnov Test</i>	
	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>Asymp. Sig (2 Tailed)</i>	0,978
<i>a. Test distribution is Normal</i>	
<i>b. Calculated from data</i>	

Sumber: Data Primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa dalam model regresi data berdistribusi normal berdasarkan nilai *Asymp. Sig (2 Tailed)* sebesar 0,978 atau lebih besar daripada 0,05.

b. Uji Multikoleniaritas

Uji multikoleniaritas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel independen dengan variabel dependen. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikoleniaritas dalam model regresi yaitu dengan kriteria bahwa terjadi multikoleniaritas jika nilai *Tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan $VIF > 10$. Hasil uji multikoleniaritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikoleniaritas

<i>Coefficient^a</i>		
Model	<i>Colleniarity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
<i>(Constant)</i>		
Empati (X1)	0,471	2,125
Ketanggapan (X2)	0,428	2,335
Akurasi (X3)	0,624	1,602
Keamanan (X4)	0,589	1,699
Kehandalan (X5)	0,369	2,713
Berwujud (X6)	0,562	1,778
Keyakinan (X7)	0,491	2,037
Kenyamanan (X8)	0,556	1,797

Dependen Variabel: Kepuasan (Y)

Sumber: Data Primer diolah 2019

Pada tabel 4.6 di atas disebutkan bahwa nilai *Tolerance* masing-masing variabel lebih dari 0,10 dan semua nilai VIF kurang dari 10. Hal ini berarti tidak ada multikoleniaritas antar variabel independen dan variabel dependen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas di dalamnya. Suatu model regresi bisa dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai Sig. > 0,05. Berikut tabel hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Coefficients^a</i>	
Model	Sig.
<i>(Constant)</i>	
Empati	0,172
Ketanggapan	0,734
Akurasi	0,230
Keamanan	0,331
Kehandalan	0,227
Berwujud	0,234
Keyakinan	0,536
Kenyamanan	0,939

Sumber: Data Primer diolah 2019

tabel 4.8 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai setiap variabel tidak signifikan karena lebih dari 0,05, hal itu berarti model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah alat uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (empati, ketanggapan, akurasi, keamanan, berwujud, keyakinan, dan kenyamanan) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).

Model regresi secara umum dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8$$

Keterangan:

Y = Kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta

X₁ = Prinsip Empati

X₂ = Prinsip Ketanggapan

X₃ = Prinsip Akurasi

X₄ = Prinsip Keamanan

X_5 = Prinsip Kehandalan

X_6 = Prinsip Berwujud

X_7 = Prinsip Keyakinan

X_8 = Prinsip Kenyamanan

$b_{1,2,3,4,5,6,7,8}$ = Koefisien Regresi

Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

<i>Coefficients^a</i>					
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,598	1,321		-1,210	0,229
Empati	0,210	0,104	0,199	2,011	0,047
Ketanggapan	-0,257	0,119	-0,224	-2,168	0,033
Akurasi	0,137	0,139	0,084	0,985	0,327
Keamanan	0,210	0,104	0,179	2,024	0,046
Kehandalan	0,299	0,124	0,269	2,413	0,018
Berwujud	0,093	0,104	0,081	0,895	0,373
Keyakinan	0,145	0,103	0,136	1,405	0,163
Kenyamanan	0,258	0,101	0,233	2,561	0,012

a. Dependen Variabel Kepuasan

Sumber: Data Primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.9 di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y (\text{kepuasan}) = 0,199 \text{ empati} - 0,224 \text{ ketanggapan} + 0,084 \text{ akurasi} + 0,179 \text{ keamanan} + 0,269 \text{ kehandalan} + 0,081 \text{ berwujud} + 0,136 \text{ keyakinan} + 0,233 \text{ kenyamanan}$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien regresi empati sebesar 0,199 pada tingkat signifikansi 0,047, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel empati sebesar satu satuan, maka kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta akan meningkat sebesar 0,199 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Sebaliknya, menurunnya variabel empati, maka akan menurunkan kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta sebesar 0,199.
- b. Nilai koefisien regresi ketanggapan sebesar -0,224 pada tingkat signifikansi 0,033, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel ketanggapan sebesar satu satuan, maka kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta akan menurun sebesar 0,224 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Sebaliknya, berkurangnya variabel ketanggapan, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta sebesar 0,224.
- c. Nilai koefisien regresi akurasi sebesar 0,084 pada tingkat signifikansi 0,327, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan atau penurunan variabel akurasi sebesar satu satuan, tidak akan mempengaruhi kepuasan nasabah.
- d. Nilai koefisien regresi keamanan sebesar 0,179 pada tingkat signifikansi 0,046, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel keamanan sebesar satu satuan, maka kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta akan meningkat sebesar 0,179 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Sebaliknya, menurunnya variabel

keamanan, maka akan menurunkan kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta sebesar 0,179.

- e. Nilai koefisien regresi kehandalan sebesar 0,269 pada tingkat signifikansi 0,018, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel kehandalan sebesar satu satuan, maka kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta akan meningkat sebesar 0,269 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Sebaliknya, menurunnya variabel kehandalan, maka akan menurunkan kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta sebesar 0,199.
- f. Nilai koefisien regresi berwujud sebesar 0,081 pada tingkat signifikansi 0,373, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan atau penurunan variabel berwujud sebesar satu satuan maka tidak akan mempengaruhi kepuasan nasabah.
- g. Nilai koefisien regresi keyakinan sebesar 0,136 pada tingkat signifikansi 0,163, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan atau penurunan variabel keyakinan sebesar satu satuan, maka tidak akan mempengaruhi kepuasan nasabah.
- h. Nilai koefisien regresi kenyamanan sebesar 0,233 pada tingkat signifikansi 0,012, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel kenyamanan sebesar satu satuan, maka kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta akan meningkat sebesar 0,199 dengan asumsi variabel lain bernilai tetap. Sebaliknya, menurunnya

variabel kenyamanan, maka akan menurunkan kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta sebesar 0,233.

4. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh serentak variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji koefisien determinasi (R^2):

Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,739 ^a	0,546	0,509	1,38242
a. <i>Predictors: (Constant), empati, ketanggapan, akurasi, keamanan, kehandalan, berwujud, keyakinan, kenyamanan.</i>				
b. <i>Dependent variabel: kepuasan</i>				

Sumber: Data Primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,509 yang berarti bahwa seluruh variabel independen (empati, ketanggapan, akurasi, keamanan, kehandalan, berwujud, keyakinan, dan kenyamanan) menjelaskan variabel dependen (kepuasan) sebesar 0,509 atau sebesar 50,9% , sedangkan sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain sebesar 49,1% diluar penelitian ini.

b. Uji Statitik F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara simultan

atau bersama-sama. uji F ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan nilai α 5%. Berikut hasil uji simultan (uji F):

Tabel 4.11 Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a					
Modal	<i>Sum of Squares</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
Regression			28,447	14,885	0,000 ^b
1 Residual	227,572	8	1,911		
Total	189,196	99			
	416,769	107			
a. Dependen Variabel: Kepuasan					
b. Predictors: (Constant) empati, ketanggapan, akurasi, keamanan, kehandalan, berwujud, keyakinan, kenyamanan.					

Sumber: Data Primer diolah 2019

Jika F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara simultan atau bersama-sama mampu mempengaruhi variabel dependen. Nilai F tabel bisa di dapat dari perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 F \text{ tabel} &= df 1 (\text{jumlah variabel}-1) ; df 2 (n-k-1) \\
 &= 9 - 1 ; 108 - 8 - 1 \\
 &= (8 ; 97) \\
 &= 2,04
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.11 nilai F hitung sebesar 14,885, yang berarti F hitung lebih besar daripada F tabel (2,03) dan signifikan pada 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Jadi dapat disimpulkan

bahwa variabel independen secara parsial atau bersama-sama mampu mempengaruhi variabel dependen.

c. Uji Statistik t (Parsial)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui bagaimana masing-masing variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara parsial. Berikut hasil uji parsial (uji t):

Tabel 4.12 Hasil Uji t (Parsial)

<i>Coefficients^a</i>					
	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized coefficients</i>	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1,598	1,321		-1,210	0,229
Empati	0,210	0,104	0,199	2,011	0,047
Ketanggapan	-0,257	0,119	-0,224	-2,168	0,033
Akurasi	0,137	0,139	0,084	0,985	0,327
Kehandalan	0,210	0,104	0,179	2,024	0,046
Keamanan	0,229	0,124	0,269	2,413	0,018
Berwujud	0,093	0,104	0,081	0,895	0,373
Keyakinan	0,145	0,103	0,136	1,405	0,163
Kenyamanan	0,258	0,101	0,233	2,561	0,012

a. Dependen Variabel: Kepuasan

Sumber: Data Primer diolah 2019

Jika nilai signifikansi $<0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen secara parsial

Dari hasil uji t (parsial) pada tabel 4.12 diatas maka dapat disimpulkan:

a. Uji t variabel Empati

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa variabel empati memiliki t hitung sebesar 2,011 dan nilai signifikansi

sebesar 0,047. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolaknya berdasarkan pada besarnya nilai signifikansi. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,047 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) yang berbunyi “empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta” **diterima**.

b. Uji t variabel Ketanggapan

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa variabel ketanggapan memiliki t hitung sebesar -2,168 dan nilai signifikansi sebesar 0,033 pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,033 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_2) yang berbunyi “Ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta” **ditolak**, karena arah tidak sama dengan hipotesis.

c. Uji t variabel Akurasi

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa variabel akurasi memiliki t hitung sebesar 0,985 dan nilai signifikansi sebesar 0,327 pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,327 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) yang berbunyi “Akurasi

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta” **ditolak.**

d. Uji t variabel Keamanan

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa variabel keamanan memiliki t hitung sebesar 2,024 dan nilai signifikansi sebesar 0,046 pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H_4) yang berbunyi “Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta” **diterima.**

e. Uji t variabel Keandalan

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa variabel keandalan memiliki t hitung sebesar 2,413 dan nilai signifikansi sebesar 0,018 pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima (H_5) yang berbunyi “Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta” **diterima.**

f. Uji t variabel Berwujud

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa variabel berwujud memiliki t hitung sebesar 0,895 dan nilai signifikansi sebesar 0,373 pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,373 > 0,05$, maka dapat

disimpulkan bahwa hipotesis keenam (H_6) yang berbunyi “Berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta” **ditolak**

g. Uji t variabel Keyakinan

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa variabel keyakinan memiliki t hitung sebesar 1,405 dan nilai signifikansi sebesar 0,033 pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,163 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketujuh (H_7) yang berbunyi “Keyakinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta” **ditolak**

h. Uji t variabel Kenyamanan

Berdasarkan hasil analisis regresi diketahui bahwa variabel empati memiliki t hitung sebesar 2,561 dan nilai signifikansi sebesar 0,12 pada tingkat signifikansi 0,05. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,012 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedelapan (H_8) yang berbunyi “ketanggapan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta” **diterima**.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pagaruh Empati terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta

Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_1 diterima. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $>0,05$ maka H_1 ditolak. Berdasarkan hasil regresi, nilai signifikansi sebesar 0,47 yang berarti lebih kecil dari 0,05.

Dengan demikian, hasil penelitian ini mampu menerima hipotesis pertama (H_1). Dapat disimpulkan bahwa variabel empati **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Dengan kata lain, meningkatnya empati yang diberikan karyawan kepada nasabah juga akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah. Sebaliknya, apabila empati yang diberikan menurun maka akan menurunkan kepuasan nasabah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2009) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri yang menyatakan bahwa faktor empati yang masuk dalam kualitas pelayanan mampu mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berikut adalah tabel ringkasan jawaban kuesioner responden pada variabel empati:

Tabel 4.13 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Empati

Variabel	Butir Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
Empati (X1)	X1.1	0	2	22	65	19	108
	X1.2	0	1	25	58	24	108
	X1.3	2	2	24	52	28	108
Jumlah Jawaban Keseluruhan		2	5	71	175	71	324
Jumlah Jawaban (Persen)		0,6%	1,5%	22%	54%	22%	100%

Sumber: Telah diolah kembali pada lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, ringkasan hasil jawaban kuesioner responden pada variabel empati dari jumlah 108 responden yang mengisi, sebesar 76% responden menjawab setuju dan sangat setuju, 22% menjawab netral, 1,5% responden menjawab tidak setuju dan sebesar 0,6% responden menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa empati yang diberikan kepada nasabah sudah baik, bagaimana karyawan mampu membawa dirinya menjadi seperti nasabah dan mampu memberikan perhatian lebih terhadap kepentingan nasabah, sejalan dengan teori yang dijelaskan oleh Zeithaml *et.al* (1990:26) dalam Hardiyansyah (2011) bahwa empati merupakan bagaimana perusahaan mampu memberikan perhatian-perhatian khusus kepada pelanggannya.

Tetapi pada kenyataannya, terdapat 1,5% responden menjawab tidak setuju dan 0,6% responden menjawab sangat tidak setuju atau merasa kurang puas terhadap empati yang diberikan karyawan Bank Syariah Mandiri. Ketidaksetujuan tersebut banyak mengarah kepada item pernyataan yang menunjukkan bahwa karyawan sangat memperhatikan kepentingan konsumen. Hal ini bisa disebabkan karena kurangnya interaksi

langsung antara nasabah dan karyawan, atau kurangnya nasabah berkunjung ke bank secara langsung. Jadi kemungkinan responden yang menjawab tidak setuju atau sangat tidak setuju merupakan nasabah yang kurang berinteraksi secara langsung kepada karyawan Bank Syariah Mandiri dalam segala hal, baik penyelesaian masalah atau hanya sekedar meminta solusi, sehingga faktor empati dirasa tidak mampu mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayah (2017) tentang Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah bahwa variabel empati tidak mampu mempengaruhi kepuasan nasabah.

2. **Pengaruh Ketanggapan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta**

Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_2 diterima. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_2 ditolak. Berdasarkan hasil regresi, nilai signifikansi sebesar 0,33 yang berarti lebih kecil dari 0,05.

Dengan nilai t hitung yang menunjukkan arah negatif sebesar -2,168, Dengan demikian hasil penelitian ini berhasil menunjukkan bahwa variabel ketanggapan **berpengaruh negatif signifikan** terhadap kepuasan nasabah, ketanggapan merupakan bagaimana karyawan mampu melayani nasabah dengan cepat, tepat dan tanggap terhadap keinginan nasabah.

Berdasarkan teori yang dijelaskan oleh Zeithaml *et.al* (1990:21-22) dalam Hardiyansyah (2011:41) bahwa faktor ketanggapan merupakan sebuah kemauan yang dimiliki karyawan untuk memberikan pelayanan

dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Faktanya nasabah lebih menyukai pelayanan yang cepat sehingga tidak menunggu antrian terlalu lama, tetapi bisa saja sesuatu hal yang dilakukan dengan cepat tidak bisa menjadi tepat dan sesuai yang diharapkan, kecepatan bukan menjadi salah satu faktor yang bisa menjamin keakuratan saat penyampaian pesan dan atau penyelesaian masalah, tetapi kemungkinan membuat bingung nasabah sehingga pengulangan pernyataan bisa dilakukan oleh karyawan yang bersangkutan. Dalam prinsip ini tentu dibutuhkan kehati-hatian dan keyakinan dalam menyampaikan pesan, bukan hanya daya tanggap yang responsif saja, sehingga pesan bisa diterima dengan baik oleh nasabah.

Dalam pelayanan prima yang penting adalah pelayanan tepat, cepat, lebih rapi, dan lebih ramah. Lebih tepat diartikan bagaimana pelayanan tersebut benar konteksnya dan benar prosedurnya (Prasetya.ub.ac.id). Jadi kemungkinan besar dapat disimpulkan bahwa apabila karyawan hanya meningkatkan pelayanan yang cepat saja, tanpa adanya ketepatan, keramahan, kenyamanan dan atau hanya membingungkan nasabah maka akan menimbulkan persepsi negatif di benak nasabah dan mengurangi kepuasan yang dirasakan nasabah.

Berikut adalah tabel ringkasan jawaban kuesioner responden pada variabel ketanggapan:

Tabel 4.14 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Ketanggapan

Variabel	Butir Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
Ketanggapan (X2)	X2.1	0	7	19	56	26	108
	X2.2	0	0	12	55	41	108
	X2.3	0	0	14	64	30	108
Jumlah Jawaban Keseluruhan		0	7	35	175	97	314
Jumlah Jawaban (Persen)		0%	2%	11%	56%	31%	100%

Sumber: Telah diolah kembali pada lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, ringkasan hasil jawaban kuesioner responden pada variabel ketanggapan dari jumlah 108 responden yang mengisi, sebesar 87% responden menjawab setuju dan sangat setuju, 11% menjawab netral, 2% responden menjawab tidak setuju dan sebesar 0% responden menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa ketanggapan yang diberikan kepada nasabah sudah baik, bagaimana karyawan mampu melayani nasabah dengan cepat terhadap keinginan konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Guspul (2014) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah yang menjelaskan bahwa variabel ketanggapan mampu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sebanyak 2% responden yang menjawab tidak setuju membuktikan bahwa masih ada nasabah yang merasakan bahwa ketanggapan karyawan Bank Syariah Mandiri masih kurang bisa dirasakan oleh nasabah, ketidaksetujuan tersebut mengarah pada item pernyataan yang menyatakan bahwa karyawan memberikan pelayanan yang cepat. Beberapa responden merasakan kurang cepatnya karyawan Bank Syariah Mandiri dalam

melayani atau bisa saja dikarenakan responden menunggu terlalu lama karena antrian yang panjang. Sejalan dengan teori yang dijelaskan dalam Guspul (2014) bahwa *responsiveness* atau ketanggapan adalah kerelaan untuk membantu nasabah dan memberikan *service* yang tepat, dimana nasabah yang menunggu terlalu lama akan memberikan respon yang negatif terhadap pelayanan yang diberikan, karena akan banyak waktu yang terbuang selama menunggu yang seharusnya bisa dipakai untuk melakukan kegiatan lain oleh nasabah.

3. **Pengaruh Akurasi terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta**

Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_3 diterima. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_3 ditolak. Berdasarkan hasil regresi, nilai signifikansi sebesar 0,327 yang berarti lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hasil penelitian ini mampu menerima hipotesis pertama (H_1). Dapat disimpulkan bahwa variabel Akurasi **tidak berpengaruh** terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Dengan kata lain, meningkat atau menurunnya akurasi tidak akan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.

Menurut MENPAN No. 63 Tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik, akurasi artinya bahwa produk pelayanan diterima oleh pelanggan dengan benar, dan tepat serta sah. Menurut Tjiptono (1995:25) dalam Hardiyansyah (2011:40) bahwa akurasi pelayanan adalah bagaimana pelayanan tersebut bebas dari

kesalahan. Keakurasian tidak hanya benar menurut bank syariah mandiri saja, tetapi juga sesuai dengan standar perbankan pada umumnya. Responden menganggap bahwa variabel akurasi sudah menjadi hal lumrah, dikarenakan setiap nasabah ingin melakukan transaksi di perbankan diharuskan untuk mengisi aplikasi guna keperluan data nasabah (Syariahmandiri.co.id), pada penerapan variabel akurasi seperti keabsahan suatu dokumen di perbankan, kemungkinan besar nasabah kurang mengetahui terkait hal tersebut, sehingga nasabah lebih memilih untuk meyakini bahwa akurasi pelayanan sudah sesuai dan bebas dari kesalahan. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel akurasi tidak akan mempengaruhi kepuasan nasabah.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu responden, Ibu Masitoh mengatakan “Selain juga dokumen yang menurut saya sudah layak, tanggapan dari pihak juga baik terhadap nasabah. Ya, saya yakin terhadap keabsahan dokumen yang diberikan oleh pihak Bank Mandiri”¹¹. Jadi dapat disimpulkan bahwa nasabah Bank Syariah Mandiri sudah meyakini keabsahan suatu variabel akurasi seperti dokumen-dokumen, dan sudah menganggap layak untuk bisa disajikan oleh nasabah. Sehingga dikarenakan keyakinan tersebut maka dirasa akurasi tidak dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

¹¹ Wawancara dengan Ibu Masitoh, salah satu nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Senin, 14 Januari 2019

Berikut adalah tabel ringkasan jawaban kuesioner responden pada variabel akurasi:

Tabel 4.15 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Akurasi

Variabel	Butir Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
Akurasi (X3)	X3.1	0	0	18	56	34	108
	X3.2	0	4	17	49	38	108
Jumlah Jawaban Keseluruhan		0	4	35	105	72	216
Jumlah Jawaban (Persen)		0%	2%	16%	49%	33%	100%

Sumber: Telah diolah kembali pada lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.15 ringkasan hasil jawaban kuesioner variabel akurasi sejumlah 108 responden yang mengisi, sebanyak 82% responden menjawab setuju dan sangat setuju terhadap. Sedangkan sisanya 16% menjawab netral, 2% menjawab tidak setuju, dan 0% menjawab sangat tidak setuju. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden menganggap bahwa akurasi atau produk-produk yang ditawarkan baik melalui dokumen maupun media yang lain sudah sesuai dan bisa diterima dengan benar dan sah serta mudah dipahami oleh responden.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widyastuti (2009) tentang Penyelenggaraan Prinsip Pelayanan Program *One Stop Service* di Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Sukoharjo yang menjelaskan bahwa variabel akurasi menunjukkan implementasi yang baik dan bisa diterima oleh pelanggan.

Pada kenyataannya masih terdapat 2% responden yang menjawab tidak setuju bahwa akurasi sudah baik di Bank Syariah Mandiri, dan 16%

menjawab netral atau tidak memberikan jawaban yang pasti antara setuju atau tidak setuju. Ketidaksetujuan jawaban responden lebih mengarah ke pernyataan yang menjelaskan bahwa isi dokumen yang di isi oleh responden mudah dipahami. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah terkadang masih bingung bagaimana mengisi dokumen yang diberikan oleh karyawan agar sesuai dengan kebutuhan bank. Jadi kemungkinan besar nasabah yang menjawab tidak setuju adalah calon nasabah yang baru berhubungan dengan perbankan khususnya Bank Syariah Mandiri, sehingga baru menjumpai jenis dokumen di perbankan dan kurangnya penjelasan yang diberikan oleh karyawan bank terhadap calon nasabah tersebut.

Seperti wawancara yang dilakukan kepada salah satu responden, Ibu Luthfi mengatakan “Sebenarnya akurasi dokumen itu memang penting, tapi kembali ke CS nya gimana dia mampu jelasin itu semua, kan gak semua nasabah mengerti dan membaca”². Jadi dapat disimpulkan bahwa nasabah juga memerlukan penjelasan terkait dengan dokumen yang bersangkutan. Selain keyakinan terkait keabsahan dokumen, penjelasan dari karyawan juga perlu dilakukan untuk menghindari kesalahfahaman, sehingga persepsi nasabah juga dibangun berdasarkan pelayanan dan penjelasan yang diberikan oleh karyawan yang bersangkutan, disamping

² Wawancara dengan Ibu Luthfi, salah satu nasabah Bank Syariah Mandiri. Senin, 14 Januari 2019.

akurasi yang diberikan dan keyakinan yang dimiliki nasabah terkait dengan keabsahan dan kesesuaian suatu dokumen-dokumen perbankan.

4. Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta

Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_4 diterima. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_4 ditolak. Berdasarkan hasil regresi, nilai signifikansi sebesar 0,046 yang berarti kurang dari 0,05. Dengan demikian, hasil penelitian ini mampu menerima hipotesis keempat (H_4). Nilai t hitung yang berarah positif sebesar 2,024 maka dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Dengan kata lain, meningkat atau menurunnya keamanan akan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cusoy, dkk (2013) yang berjudul *Analisis Pengaruh Accessibility Dan Security Terhadap Customer Sastisfaction Dan Customer Loyalty Nasabah Klik BCA* yang menjelaskan bahwa variabel keamanan mampu mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berikut adalah tabel ringkasan jawaban kuesioner responden pada variabel empati:

Tabel 4.16 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Keamanan

Variabel	Butir Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
Keamanan (X4)	X4.1	0	0	9	48	51	108
	X4.2	0	1	1	59	35	108
	X4.3	0	0	10	54	44	108
Jumlah Jawaban Keseluruhan		0	1	20	161	130	312
Jumlah Jawaban (Persen)		0%	0,3%	6%	52%	41,7%	100%

Sumber: Telah diolah kembali pada lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.16 ringkasan hasil jawaban kuesioner variabel keamanan sejumlah 108 responden yang mengisi, sebanyak 93,7% responden menjawab setuju dan sangat setuju. Sedangkan sisanya 6% menjawab netral, 0,3% menjawab tidak setuju, dan 0% menjawab sangat tidak setuju. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden menganggap bahwa keamanan di Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta sudah baik, nasabah mempercayai kerahasiaan dokumennya kepada pihak bank dan pihak bank mampu menjamin keamanan semua jenis transaksi yang dilakukan oleh nasabah sehingga timbul perasaan aman dan puas yang dirasakan oleh nasabah. Seperti yang dijelaskan oleh Tjiptono (2011) bahwa faktor keamanan dikatakan sudah memenuhi harapan pelanggan jika pelanggan merasa transaksi di perusahaan tersebut bebas dari bahaya, risiko, dan atau keragu-raguan.

Namun masih terdapat 6% responden yang menjawab netral dan 0,3% yang menjawab tidak setuju. Ketidaksetujuan responden mengacu pada item pernyataan yang menunjukkan bahwa perusahaan memberikan jaminan keamanan yang cukup. Hal itu menunjukkan berarti masih ada nasabah yang

merasa kurang dan atau tidak merasakan jaminan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Komitmen Bank Syariah Mandiri menjaga dan memberikan perlindungan nasabah antara lain dengan memberikan jaminan perlindungan simpanan nasabah melalui lembaga penjamin simpanan, pusat pengaduan konsumen melalui BSM *Call Center* maupun *Customer Service* pun dirasa belum bisa memberikan jaminan keamanan yang cukup kepada nasabah yang bersangkutan (Syariahamandiri.co.id). Sehingga kemungkinan besar responden yang menjawab tidak setuju adalah mereka yang tidak mengetahui terkait jaminan apa saja yang diberikan oleh pihak bank yang di sebabkan tidak adanya penjelasan di awal kepada nasabah.

5. Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta

Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_5 diterima. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_5 ditolak. Berdasarkan hasil regresi, nilai signifikansi sebesar 0,018 yang berarti kurang dari 0,05. Dengan demikian, hasil penelitian ini mampu menerima hipotesis kelima (H_5). Nilai t hitung yang berarah positif sebesar 2,413 maka dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Dengan kata lain, meningkat atau menurunnya keandalan akan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wiwik (2017) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* (CS, Teller, Security) Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Perbankan yang menunjukkan bahwa variabel kehandalan mampu mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berikut adalah tabel ringkasan jawaban kuesioner responden pada variabel kehandalan:

Tabel 4.17 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Kehandalan

Variabel	Butir Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
Kehandalan (X5)	X5.1	0	1	24	52	30	108
	X5.2	0	3	19	60	26	108
	X5.3	0	2	15	63	28	108
Jumlah Jawaban Keseluruhan		0	6	58	175	84	323
Jumlah Jawaban (Persen)		0%	2%	18%	54%	26%	100%

Sumber: Telah diolah kembali pada lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.17 ringkasan hasil jawaban kuesioner variabel kehandalan sejumlah 108 responden yang mengisi, sebanyak 80% responden menjawab setuju dan sangat setuju. Sedangkan sisanya 18% menjawab netral, 2% menjawab tidak setuju, dan 0% menjawab sangat tidak setuju. Hasil ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden menganggap bahwa kehandalan karyawan di Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta sudah baik, kemampuan karyawan khususnya *Customer Service* dalam memberikan pelayanan sangat baik dan fokus, melayani dengan konsisten dan memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen. Zeithaml (1990:26) dalam Hardiyasyah (2011:42) menjelaskan

bahwa faktor kehandalan merupakan kemampuan yang dimiliki oleh karyawan agar bisa melakukan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat dan bisa diandalkan.

Namun tidak dipungkiri bahwa sebesar 18% responden menjawab netral atau antara setuju dan tidak setuju, dan 2% menjawab tidak setuju. Pernyataan tidak setuju paling banyak terdapat di pernyataan bahwa perusahaan dalam melayani pelanggan secara konsisten, hal ini berarti masih ada responden yang merasakan ketidakkonsistenan karyawan dalam melayani. Kemungkinan responden yang mengisi tidak setuju adalah mereka yang menjumpai karyawan yang berbeda-beda saat melakukan transaksi di kantor Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta yang berbeda pula, hal ini bisa saja dikarenakan setiap kantor bank memiliki prosedur dan tata cara yang berbeda untuk menerapkan pelayanan yang prima, termasuk di dalamnya sumber daya manusia yang handal dan memiliki visi jauh ke depan (Kompasiana.com).

6. Pengaruh Berwujud terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta

Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_6 diterima. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_6 ditolak. Berdasarkan hasil regresi, nilai signifikansi sebesar 0,373 yang berarti lebih dari 0,05. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak mampu menerima hipotesis keaman (H_6). Nilai t hitung yang berarah positif sebesar 0,895 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kehandalan **tidak berpengaruh** terhadap kepuasan nasabah Bank

Syariah Mandiri di Yogyakarta. Dengan kata lain, meningkat atau menurunnya variabel berwujud tidak akan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santoso (2011) tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening yang menjelaskan bahwa variabel berwujud tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Persero.

Berikut adalah tabel ringkasan jawaban kuesioner responden pada variabel Berwujud:

Tabel 4.18 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Berwujud

Variabel	Butir Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
Berwujud (X6)	X6.1	0	2	10	72	24	108
	X6.2	0	7	36	67	24	108
	X6.3	0	2	10	47	35	108
Jumlah Jawaban Keseluruhan		0	11	52	186	83	332
Jumlah Jawaban (Persen)		0%	3%	16%	56%	25%	100%

Sumber: Telah diolah kembali pada lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.18 ringkasan hasil jawaban kuesioner variabel berwujud sejumlah 108 responden yang mengisi, sebanyak 81% responden menjawab setuju dan sangat setuju. Sedangkan sisanya 16% menjawab netral, 3% menjawab tidak setuju, dan 0% menjawab sangat tidak setuju. Maka penulis menyimpulkan bahwa mayoritas responden menganggap bahwa variabel berwujud atau sarana prasarana fasilitas pokok sudah baik dan modern, Bank Syariah Mandiri juga mempunyai gedung yang luas,

serta karyawan Bank Syariah Mandiri sudah berpenampilan profesional. Seperti yang di jelaskan oleh Zeithaml (1990:26) dalam Hardiyansyah (2011:42) bahwa faktor berwujud adalah terdiri dari atas fasilitas fisik, peralatan, personil atau karyawan, dan komunikasi.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu responden, Ibu Luthfi mengatakan “Itu menurutku udah umum sih mba. Apalagi itu bank pusat. Untuk fasilitas yang menunjang, itu udah biasa”³. Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor *tangible* sudah menjadi hal yang umum disetiap perbankan, bagaimana sebuah perusahaan perbankan melayani dan memberika pelayanann dengan peralatan yang modern dan gedung yang luas. Faktor berwujud menjadi faktor pendukung dimana menurut responden sudah menjadi hal umum yang harus dimiliki oleh semua lembaga perbankan, sehingga faktor berwujud dirasa tidak mampu mempengaruhi kepuasan nasabah.

Tetapi pada kenyataannya sebanyak 16% responden menjawab netral dan 3% menjawab tidak setuju, ketidak setujuan tersebut mengarah kepada item pernyataan yang menyatakan bahwa Bank Syariah Mandiri memiliki gedung yang luas. Kemungkinan besar responden yang menjawab tidak setuju adalah mereka yang melakukan transaksi di Kantor Cabang Pembantu (KCP) atau kantor yang dibawahnya Kantor Cabang Umum (KCU). Kantor Cabang Umum memiliki gedung yang lebih luas

³ Wawancara dengan Ibu Luthfi, salah satu nasabah Bank Syariah Mandiri. Senin, 14 Januari 2019.

karena melayani banyak nasabah, sedangkan Kantor Cabang Pembantu memiliki gedung yang lebih kecil dan juga melayani nasabah tapi tidak seramai Kantor Cabang Umum (Info perbankan.com).

7. Pengaruh Keyakinan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta

Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_7 diterima. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_7 ditolak. Berdasarkan hasil regresi, nilai signifikansi sebesar 0,163 yang berarti lebih dari 0,05. Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak mampu menerima hipotesis ketujuh (H_7). Nilai t hitung yang berarah positif sebesar 1,405 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kehandalan **tidak berpengaruh** terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Dengan kata lain, meningkat atau menurunnya keyakinan tidak akan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.

Zainurrossalamia (2014) dalam artikel ilmiahnya yang berjudul Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Kaltim Cabang Pembantu Kota Bangun menjelaskan bahwa variabel keyakinan menunjukkan angka positif tidak signifikan, sehingga naik turunnya faktor keyakinan tidak mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah.

Berikut adalah tabel ringkasan jawaban kuesioner responden pada variabel Keyakinan:

Tabel 4.18 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Keyakinan

Variabel	Butir Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
Keyakinan (X7)	X7.1	0	2	11	53	42	108
	X7.2	0	2	16	63	27	108
	X7.3	0	3	20	49	26	108
Jumlah Jawaban Keseluruhan		0	7	47	165	95	314
Jumlah Jawaban (Persen)		0%	2%	15%	53%	30%	100%

Sumber: Telah diolah kembali pada lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.18 ringkasan hasil jawaban kuesioner variabel berwujud sejumlah 108 responden yang mengisi, sebanyak 83% responden menjawab setuju dan sangat setuju. Sedangkan sisanya 15% menjawab netral, 2% menjawab tidak setuju, dan 0% menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban kuesioner tersebut maka dapat disimpulkan bahwa terkait dengan variabel keyakinan, karyawan dalam melayani nasabah di Bank Syariah Mandiri sudah mampu menyampaikan informasi dengan yakin dan memberikan kepastian kepada nasabah dengan baik terkait produk yang disampaikan, serta mampu memberikan jaminan untuk mendapatkan produk yang telah dipilih nasabah saat bertransaksi. Seperti yang disebutkan oleh Zeithaml (1990:26) dalam Haridyansyah (2011:42) bahwa *Assurance* atau keyakinan adalah bagaimana pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki karyawan untuk menyampaikan sebuah kepercayaan dan dengan percaya diri.

Tetapi pada kenyataannya sebesar 15% responden menjawab netral dan sebesar 2% responden menjawab tidak setuju. Ketidaksetujuan itu mengarak ke semua item pernyataan kuesioner, tetapi lebih banyak ke item yang menyatakan bahwa perusahaan memberikan jaminan untuk mendapatkan produk yang dipilih konsumen, kemungkinan besar responden yang menjawab tidak setuju adalah mereka yang kurang dalam bertransaksi secara langsung kepada pihak bank, khususnya *Customer Service* sehingga jarang juga dalam memilih produk, hanya sekali-kali, sehingga pengalaman secara langsung kurang dirasakan terkait jaminan mendapatkan produk.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada salah satu nasabah, Mba Luthfi mengatakan “Emmm mungkin faktor SDM di bank syariah yang kurang menguasai. Malah buat kita bertanya. Soalnya mereka aja kurang paham, apalagi kita. Malah kita yang terlalu banyak tanya malah csnya etikanya malah gak diterapin”⁴.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, nasabah merasa tidak puas dengan keyakinan yang dimiliki oleh karyawan dalam menyampaikan sebuah informasi kepada nasabah. Ketidakpuasan tersebut disebabkan karyawan yang kurang berkompeten dan tidak menguasai dalam bidangnya, sehingga ketika nasabah datang untuk menyampaikan keluhan atau sekedar menyampaikan keinginan, karyawan tidak mampu menerima

⁴ Wawancara dengan salah satu nasabah Bank Syariah Mandiri, Mba Luthfi. Senin, 14 Januari 2019.

dan memberikan jawaban yang diharapkan oleh nasabah. Tidak kompetennya seorang karyawan bisa saja dikarenakan latar belakang atau *basic* pendidikannya tidak sejalan dengan ilmu perbankan, seperti observasi yang dilakukan penulis bahwa karyawan yang bekerja di Kantor Kas Bank Syariah Mandiri mereka bukanlah lulusan di bidang ekonomi atau perbankan, melainkan lulusan di bidang teknik industri dan lainnya, sehingga sumber daya manusia yang ada tidak terlalu menguasai ilmu perbankan. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak semua nasabah puas dengan faktor keyakinan yang dilakukan oleh karyawan Bank Syariah Mandiri.

8. Pengaruh Kenyamanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta

Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_8 diterima. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_8 ditolak. Berdasarkan hasil regresi, nilai signifikansi sebesar 0,012 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hasil penelitian ini mampu menerima hipotesis kedelapan (H_8). Nilai t hitung yang berarah positif sebesar 2,561, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kehandalan **berpengaruh positif dan signifikan** terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Dengan kata lain, meningkat atau menurunnya variabel kenyamanan maka akan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian tesis yang dilakukan oleh Prasetyo (2012) tentang Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan

Nasabah dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPR Rudo Indobank Semarang yang menyatakan bahwa variabel kenyamanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan, ruang pelayanan yang nyaman menyebabkan konsumen merasa lebih tenang dan lebih puas.

Berikut adalah tabel ringkasan jawaban kuesioner responden pada variabel kenyamanan:

Tabel 4.20 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Kenyamanan

Variabel	Butir Pertanyaan	Jawaban Responden					Jumlah
		STS	TS	N	S	SS	
Kenyamana (X8)	X8.1	0	0	8	44	56	108
	X8.2	0	1	6	39	62	108
	X8.3	0	5	14	49	40	108
Jumlah Jawaban Keseluruhan		0	6	28	132	158	324
Jumlah Jawaban (Persen)		0%	2%	9%	41%	48%	100%

Sumber: Telah diolah kembali pada lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.20 ringkasan hasil jawaban kuesioner variabel kenyamanan sejumlah 108 responden yang mengisi, sebanyak 89% responden menjawab setuju dan sangat setuju. Sedangkan sisanya 9% menjawab netral, 2% menjawab tidak setuju, dan 0% menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan hasil kuesioner di atas maka penulis menyimpulkan bahwa kondisi lingkungan di Bank Syariah Mandiri sudah memberikan rasa nyaman kepada nasabah yang datang dan menunggu, lingkungan dalam kondisi bersih, ruang tunggu dalam keadaan sejuk dan area parkir terjaga. Hal ini sesuai dengan teori yang disebutkan Tjiptono (1995) dalam Hardiyansyah (2011:40) bahwa kenyamanan dalam

mempeoleh pelayanan adalah ketika berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi dan lain-lain.

Namun tidak bisa dipungkiri terdapat 9% responden menjawab netral dan 2% responden menjawab tidak setuju, ketidaksetujuan itu lebih terfokus pada item pernyataan yang menyebutkan bahwa area parkir terjaga keamanannya. Menurut penulis terkait dengan keamanan area parkir, setiap kantor Bank Syariah Mandiri sudah dilengkapi dengan CCTV yang akan berguna memantau lokasi parkir kendaraan nasabah, disamping pekerja yang bertugas menjaga ketertiban parkir dan satpam yang menjaga dipintu. Jadi kemungkinan besar responden yang menjawab tidak setuju adalah mereka yang mungkin merasa tidak aman dikarenakan tidak semua kantor Bank Syariah Mandiri ada penjaga ketertiban di wilayah parkir, dan kurang mengetahui ada tidaknya CCTV yang memantau lokasi parkir.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada pengaruh variabel independen (empati, ketanggapan, akurasi, keamanan, kehandalan, berwujud, keyakinan dan kenyamanan) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta), maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel empati akan mempengaruhi kepuasan nasabah.
2. Variabel ketanggapan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Arah negatif menunjukkan semakin bertambahnya ketanggapan maka akan mengurangi kepuasan, dan sebaliknya, berkurangnya ketanggapan akan meningkatkan kepuasan, hal ini dikarenakan bahwa ketanggapan berarti memberikan pelayanan dengan cepat, sedangkan pelayanan yang begitu cepat justru akan membingungkan nasabah. Mewujudkan pelayanan prima tidak hanya dengan pelayanan yang cepat, tapi juga tepat, dan sesuai.
3. Variabel akurasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel akurasi tidak akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan nasabah sudah memiliki keyakinan terhadap keabsahan suatu akurasi pelayanan di Bank Syariah Mandiri, nasabah juga lebih melihat

kepada pelayanan atau bagaimana karyawan mampu menjelaskan suatu dokumen yang diberikan kepada nasabah, bukan kepada bentuk suatu akurasi pelayanan tersebut.

4. Variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel keamanan akan mempengaruhi kepuasan nasabah.
5. Variabel kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel kehandalan akan mempengaruhi kepuasan nasabah.
6. Variabel berwujud tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel berwujud tidak akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan bahwa fasilitas fisik seperti perbankan menggunakan alat yang modern dan memiliki gedung yang luas dirasa sudah menjadi hal yang umum dan dimiliki oleh setiap lembaga perbankan, sehingga nasabah menganggapnya menjadi hal yang biasa dan tidak mempengaruhi kepuasan nasabah.
7. Variabel keyakinan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel keyakinan tidak akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Menurut nasabah hal ini dikarenakan sumber daya manusia tidak berkompeten dan tidak yakin dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan, sehingga jawaban yang diterima tidak sesuai dengan harapan nasabah.

8. Variabel kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel nyaman akan mempengaruhi kepuasan nasabah.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan baik melalui kajian telaah pustaka maupun analisis data, maka diperoleh bukti empiris bahwa variabel akurasi, berwujud, dan keyakinan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Namun, variabel empati, ketanggapan, keamanan, kehandalan, dan kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta, maka usaha yang dapat dilakukan pihak manajemen adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta adalah faktor keamanan karena memiliki koefisien beta yang paling besar, artinya variabel kepuasan lebih banyak dipengaruhi oleh variabel keamanan. Maka peningkatan keamanan dalam segi kerahasiaan data dan pemberian jaminan keamanan bisa lebih ditingkatkan dan dipertahankan.
2. Kemudian empati, ketanggapan, keamanan, dan kehandalan juga variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan. Sehingga lebih baik jika dipertahankan dan ditingkatkan baik dari kehandalan, keramahan dalam melayani dan kecepatan tanggapan sehingga tidak membiarkan nasabah menunggu terlalu lama.

3. Sedangkan untuk akurasi, berwujud, dan keyakinan meskipun tidak berpengaruh terhadap kepuasan, tetapi tetap sangat penting dilakukan dan terus ditingkatkan dalam melayani nasabah karena termasuk dalam suatu cara untuk mewujudkan pelayanan prima.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang terkait. Adapun saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi karyawan Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta diharapkan lebih meningkatkan kinerjanya dan kualitasnya dalam melayani nasabah agar lebih maksimal lagi, sehingga kepuasan akan semakin bisa dirasakan oleh semua pihak yang terkait, khususnya pada nasabah.
2. Saran untuk penelitian selanjutnya: bagi yang akan meneliti dengan variabel yang sama diharapkan dapat selektif dalam memilih variabel independennya, di sesuaikan dengan kebutuhan agar bisa membuktikan variabel dependen dengan sempurna dan memberikan manfaat lebih banyak lagi. Kemudian untuk memperkuat penelitian yang dilakukan hendaknya menggunakan referensi yang aktual. Menggunakan alat analisis selain regresi linear berganda serta memperluas tujuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Guspul. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah: Jurnal PPKM UNSIQ I: 2014.
- Ghazali, Imam (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hardiyansyah (2011). *Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Maulidiyah, Septi (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Risiko Menggunakan *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pembelian Online. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hidayat, Rachmat (2009). *Pengaruh Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol 11, No. 1, Maret 2009:59-72
- Inung Nur Qomariyah. Peran *Customerr Service* dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Penabung di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga: Tugas Akhir FEBI IAIN Purwokerto: 2017.
- Keputusan Menteri Negara Pemeberdayaan Aparatur Negara Nomor63/KEP/M.PAN/7/2003 Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Laksana, Fajar, 2008. *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Munggaran, Fauzah Tresna. Pengaruh Kepuasan Nasabah Atas Sistem One Stop Service Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BRI Syariah Cabang Citarum Bandung: Artikel.
- Parasuraman, A., Berry, L., Zeithaml, A. Understanding Customer Expectations Of Service. Sloan Management Freview; Spring 1991; 32,3; ABI/INFROM Global pg.39
- Parasuraman, A., Zeithaml, A., Berry, L. A (1945) "Conceptual Model Of Service Quality and Its Implication For Future Reseach". *Journal of marketing*, 49 (Fall), 41 – 50.

- Reehman, Asma Abdul (2012). Customer Satisfaction and service quality in islamic banking. *Qualitative Research in Financial Market*. Volume 4 Iss 2/3 pp 165175. Emerald Publish Limited
- Ririh, Anuraga (2012). Analisis Sevice Quality Terhadap Kepuasan Konsumen: Skripsi Fakulatas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Sekaran, Uma., dan Bougie, Roger. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis – Edisi 6 buku 1 & 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silvani, Muntyas (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta: Skripsi Febi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Singgih, Santoso. 2018. *Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo. *E-book*
- Sunarto, 2006. *Customer Service*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Ku allitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2015). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Ku allitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2011. *Pemasaran Jasa*. Jawa Timur; Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandi, 2005. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wahyono, Teguh. 2010. *Analisis Regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*. Jakarta: Elex Media Komputindo. *E-book*.
- Widyastuti, Erna Tri (2009). Penyelenggaraan Prinsip Pelayanan Program *One Stop Service* di Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Sukoharjo: Skripsi: FIS dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Departeman Agama RI, *Al-quran dan terjemahnya* (Semarang: PT Karya Toha Putra, 1995), h.67
- <http://diktis.kemenag.go.id/NEW/index.php?berita=detil&jenis=news&jd=288#.XBXPV2gzb7B> (Diakses pada tanggal 16 Desember 2018).

<https://www.infoperbankan.com/umum/perbedaan-kcp-dan-kcu.html>
(Diakses pada 7 Januari 2019)

https://www.kompasiana.com/hadi_santa/55008503a333115b73511120/kualitas-produk-vs-kepuasan-pelanggan?page=all (Diakses pada 16 Desember 2018)

<https://www.syariahmandiri.co.id/assets/pdf/sustainability-report/SR-BSM-2013.pdf> (Diakses pada 7 Januari 2019)

<https://prasetya.ub.ac.id/berita/Hakekat-Pelayanan-Prima-adalah-Lebih-Tepat-Cepat-Rapi-dan-Lebih-Ramah-17980-id.html> (Diakses Pada 8 Januari 2019)

<http://datariset.com/artikel/detail/persamaan-model-regresi-linear> (Diakses pada 8 Januari 2019)

www.konsistensi.com/2013/05/uji-analisis-regresi-linear-ganda.html?m=1
(Diakses pada 25 Desember 2018)

<https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan> (Diakses pada 11 Desember 2018)

https://www.kompasiana.com/hadi_santa/55008503a333115b73511120/kualitas-produk-vs-kepuasan-pelanggan?page=all (Diakses pada 16 Desember 2018)

<http://diktis.kemenag.go.id/NEW/index.php?berita=detil&jenis=news&jd=288#.XBXPV2gzb7B> (Diakses pada tanggal 16 Desember 2018)

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pelayanan> (Diakases pada 16 Desember 2018)

<https://finance.detik.com/moneter/d-3076959/7-hambatan-yang-buat-bank-syariah-lambat-berkembang-di-ri> (diakses pada 19 Oktober 2018)

<https://finance.detik.com/moneter/d-1954740/ini-alasan-syariah-masih-kalah-dari-konvensional> , (Diakses pada 19 oktober 2018)

<https://www.bps.go.id/statictable/2015/09/28/1856/bank-dan-kantor-bank--2010---2017.html> (Diakses pada 11 desember 2018)

<https://www.kompasiana.com/rovitasriwahyuni/584909f92b7a612b145ea448/pentingnya-pelayanan-prima-dalam-dunia-perbankan> (Diakses pada 13 Januari 2019)

www.konsistensi.com/2013/05/uji-analisis-regresi-linear-ganda.html?m=1
(Diakses pada 25 Desember 2018)

LAMPIRAN I

Kuesioner Penelitian

Pengaruh Pelayanan Dengan Sistem *One Stop Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Yogyakarta

Pengantar ;

Kepada yang terhormat para responden,

Perkenalkan, saya Indika Farhatunnada, mahasiswi semester 7 jurusan Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Adapun tujuan dari mengambil kuesioner ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta.

Semua jawaban dan data-data yang terkumpul melalui kuesioner ini adalah murni untuk keperluan akademis, dimana data yang diperoleh akan digunakan sebagai bahan evaluasi dan masukan yang diharapkan dapat meningkatkan pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta pada khususnya.

Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan agar kuesioner ini diisi secara objektif sesuai dengan pendapat anda. Sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terimakasih atas partisipasi anda, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, November 2018.

Salam

Indika Farhatunnada

A. Karakteristik Responden

Petunjuk pengisian : berikan tanda silang (X) pada salah satu pilihan jawaban yang sesuai.

1. Nama :
2. Usia
 - a. Dibawah 20 tahun
 - b. 20 – 30 tahun
 - c. 31 – 40 tahun
 - d. 41 tahun ke atas
3. Jenis Kelamin
 - a. Laki – laki
 - b. Perempuan
4. Pekerjaan
 - a. Pegawai Negeri Sipil
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Pelajar / Mahasiswa
 - e. Lain – lain (*sebutkan)
5. Pendidikan Terakhir
 - a. SMA / Sederajat
 - b. Diploma
 - c. S1
 - d. S2
 - e. Lain – lain(*sebutkan)

B. Petunjuk Pengisian

- a. Pengisian ini dilakukan dengan memberi tanda centang (✓) pada jawaban yang anda anggap sesuai dengan 5 (lima) alternatif jawaban yang dapat anda pilih, yaitu:
 - 1) STS : Sangat Tidak Setuju
 - 2) TS : Tidak Setuju
 - 3) N : Netral
 - 4) S : Setuju
 - 5) SS : Sangat Setuju
- b. Setiap pertanyaan hanya memiliki satu alternatif jawaban.
- c. Setelah mengisi jawaban, mohon periksa kembali agar tidak terjadi pengisian jawaban yang terlewat.

C. Pertanyaan-pertanyaan

Prinsip – Prinsip Pelayanan (X)						
No	Pertanyaan	Alternatif jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Empati (<i>Empathy</i>)						
1.	Perusahaan mempunyai karyawan yang memperhatikan keinginan konsumen.					
2.	Perusahaan mempunyai karyawan yang simpatik.					
3.	Perusahaan sangat memperhatikan kepentingan konsumen.					
Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)						
4.	Karyawan memberikan pelayanan yang cepat.					
5.	Karyawan bersedia membantu konsumen.					
6.	Karyawan selalu siap memberi tanggapan permintaan konsumen.					
Akurasi						
7.	Dokumen yang diberikan sesuai standar perbankan.					
8.	Isi dokumen yang saya isi mudah difahami.					
Keamanan (<i>Security</i>)						
9.	Pegawai menjaga kerahasiaan dokumen naabah dengan baik.					
10.	Perusahaan memberikan jaminan keamanan yang cukup.					

11.	Pelanggan merasa transaksi dilidungi oleh konsumen.					
Kehandalan (<i>Reliability</i>)						
12.	Perusahaan secara cepat melakukan koreksi bila ada konsumen.					
13.	Perusahaan dalam melayani pelanggan secara konsisten.					
14.	Perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen.					
Berwujud (<i>Tangible</i>)						
15.	Perusahaan memiliki peralatan yang modern.					
16.	Perusahaan mempunyai gedung yang luas.					
17.	Karyawan berpenampilan profesional.					
Keyakinan						
18.	Pegawai menyampaikan informasi secara yakin.					
19.	Pegawai memberikan kepastian untuk mendapatkan pilihan.					
20.	Perusahaan memberikan jaminan untuk mendapatkan produk yang dipilih konsumen.					
Kenyamanan						
21.	Lingkungan bank dalam kondisi bersih.					
22.	Ruang tunggu dalam keadaan sejuk.					
23.	Area parkir terjaga keamanannya.					

Kepuasan Nasabah (Y)					
24.	Perusahaan tidak pernah salah dalam memberi informasi kepada konsumen.				
25.	Jika ada masalah, perusahaan mau mendiskusikan dengan konsumen.				
26.	Konsumen tidak perlu datang berkali-kali untuk menyelesaikan urusannya.				



LAMPIRAN II**DATA KARAKTERITIK RESPONDEN**

NO	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendidikan Terakhir
1	Laki-laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
2	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
3	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
4	Perempuan	20-30 Tahun	Lain-Lain	S1
5	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
6	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
7	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
8	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
9	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
10	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
11	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
12	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
13	Laki-Laki	20-30 Tahun	Wiraswasta	S1
14	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
15	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
16	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Diploma
17	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
18	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
19	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
20	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
21	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
22	Perempuan	20-30 Tahun	Lain-Lain	S1
23	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
24	Laki-Laki	31-40 Tahun	Pegawai Swasta	S1
25	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat

26	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pegawai Negeri Sipil	SMA/Sederajat
27	Perempuan	20-30 Tahun	Lain-Lain	S1
28	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
29	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pegawai Swasta	S1
30	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
31	Perempuan	20-30 Tahun	Pegawai Swasta	S1
32	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
33	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
34	Perempuan	20-30 Tahun	Wiraswasta	S1
35	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Diploma
36	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
37	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
38	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
39	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
40	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
41	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
42	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
43	Laki-Laki	Di Bawah 20 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
44	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
45	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
46	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
47	Laki-Laki	Di Bawah 20 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
48	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
49	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
50	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
51	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
52	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat

53	Perempuan	Di Bawah 20 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
54	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
55	Perempuan	20-30 Tahun	Pegawai Swasta	SMA/Sederajat
56	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	Diploma
57	Perempuan	20-30 Tahun	Lain-Lain	Diploma
58	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
59	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
60	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
61	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
62	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
63	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
64	Perempuan	20-30 Tahun	Pegawai Swasta	S1
65	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
66	Perempuan	Di Bawah 20 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
67	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
68	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
69	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
70	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
71	Laki-Laki	Di Bawah 20 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
72	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
73	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
74	Perempuan	Di Bawah 20 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
75	Perempuan	20-30 Tahun	Wiraswasta	S1
76	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
77	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pegawai Swasta	S1
78	Perempuan	20-30 Tahun	Lain-Lain	S2

79	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
80	Laki-Laki	20-30 Tahun	Lain-Lain	SMA/Sederajat
81	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
82	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
83	Laki-Laki	DI Bawah 20 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
84	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
85	Perempuan	40 Tahun ke atas	Pegawai Swasta	SMA/Sederajat
86	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
87	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
88	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
89	Perempuan	20-30 Tahun	Pegawa Negeri Sipil	S1
90	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
91	Perempuan	20-30 Tahun	Lain-Lain	S1
92	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
93	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
94	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
95	Perempuan	20-30 Tahun	Wiraswasta	S1
96	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
97	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
98	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1
99	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
100	Laki-Laki	Di Bawah 20 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
101	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
102	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pegawai Swasta	S1
103	Perempuan	31-40 Tahun	Lain-Lain	S1
104	Laki-Laki	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat

105	Perempuan	Di Bawah 20 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
106	Perempuan	20-30 Tahun	Pegawai Swasta	S1
107	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	SMA/Sederajat
108	Perempuan	20-30 Tahun	Pelajar/Mahasiswa	S1



LAMPIRAN III

TABULASI DATA JAWABAN KUESIONER RESPONDEN

No	X1			Total	X2			Total	X3		Total	X4			Total	X5			Total
1	4	5	4	13	5	4	5	14	4	4	8	5	4	5	14	5	4	5	14
2	4	4	2	10	2	4	3	9	4	4	8	4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	4	3	10	3	4	4	11	4	4	88	5	5	5	15	4	4	4	12
4	4	4	3	11	4	5	4	13	4	5	9	4	4	5	13	3	4	4	11
5	4	3	3	10	2	3	4	9	5	4	9	4	3	4	11	3	3	4	10
6	3	3	1	7	3	5	4	12	4	4	8	5	5	3	13	3	3	4	10
7	3	5	4	12	2	5	5	12	5	5	10	5	5	5	15	5	5	5	15
8	4	3	3	10	3	4	3	10	3	4	7	5	4	3	12	3	3	4	10
9	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	10	5	5	5	15	5	5	5	15
10	3	4	3	10	4	4	4	12	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
11	3	4	4	11	4	4	4	12	5	4	9	5	4	4	13	3	3	4	10
12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	8	3	3	3	9	4	4	4	12
13	3	3	3	9	4	4	3	11	3	3	6	3	2	3	8	3	2	3	8
14	3	3	3	9	4	5	5	14	5	4	9	5	4	5	14	3	4	4	11
15	5	5	5	15	4	5	4	13	5	4	9	4	4	4	12	4	4	4	12
16	3	5	3	11	5	5	5	15	5	4	9	5	5	5	15	5	5	5	15
17	4	4	4	12	2	4	4	10	4	4	8	4	4	4	12	4	2	2	8
18	5	4	5	14	4	4	5	13	5	4	9	5	4	4	13	4	4	4	12
19	4	4	4	12	4	5	4	13	4	3	7	3	4	4	11	4	5	4	13
20	4	4	5	13	4	4	4	12	3	4	7	5	5	5	15	4	5	4	13
21	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	10	5	5	5	15	5	5	5	15
22	3	4	3	10	4	4	4	12	4	4	8	4	5	5	14	4	4	3	11
23	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	7	4	4	3	11	3	4	4	11

24	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	8	3	3	3	9	3	5	4	13
25	4	4	4	12	4	4	3	11	5	4	9	5	4	4	13	4	4	3	11
26	5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	9	5	4	5	14	5	4	5	14
27	4	3	3	10	3	3	3	9	4	4	8	4	4	3	11	4	3	3	10
28	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	3	3	10
29	3	3	4	10	4	4	3	11	4	3	7	4	4	4	12	4	3	4	11
30	4	4	4	12	3	4	4	11	3	4	7	4	4	4	12	4	4	4	12
31	4	4	4	12	5	5	5	15	3	4	7	4	4	5	13	3	3	4	11
32	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	3	4	3	11
33	4	4	3	11	4	5	4	13	3	4	7	5	4	4	13	3	3	4	11
34	4	4	5	13	5	5	4	14	4	5	9	5	5	5	15	4	4	5	13
35	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	8	3	3	4	10	3	3	4	10
36	4	4	4	12	3	4	5	12	4	4	8	5	4	4	13	4	4	4	12
37	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	8	5	5	5	15	5	5	5	15
38	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	8	5	5	5	15	4	4	4	12
39	4	5	5	14	5	5	5	15	4	4	8	3	4	4	11	4	5	4	13
40	4	5	5	14	4	5	4	13	4	4	8	5	4	5	14	4	4	4	12
41	4	5	5	14	5	5	4	14	5	5	10	5	4	4	13	4	4	4	12
42	4	5	5	14	5	5	4	14	4	4	8	4	4	4	12	4	4	5	13
43	5	5	5	15	4	5	5	14	4	3	7	5	5	5	15	5	4	4	13
44	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	10	5	5	5	15	5	5	5	15
45	2	3	2	7	3	3	3	9	3	3	6	4	4	4	12	3	3	3	9
46	4	4	4	12	4	5	5	14	5	4	9	4	4	4	12	5	4	5	14
47	4	4	4	12	4	5	4	13	4	5	9	5	5	5	15	5	5	5	15
48	4	4	5	13	4	5	4	13	4	3	7	5	5	5	15	5	5	5	15
49	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	6	4	4	4	12	4	3	3	10
50	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	4	12

51	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	4	4	4	12
52	4	4	4	12	3	4	4	11	4	3	7	4	4	4	12	4	4	4	12
53	4	3	4	11	2	3	3	8	4	4	8	4	3	4	11	4	4	4	12
54	4	3	4	11	2	3	3	8	4	4	8	4	3	4	11	4	4	4	12
55	4	3	3	10	3	4	5	12	5	5	10	5	5	5	15	4	3	4	11
56	5	5	4	14	5	4	4	13	4	5	9	5	5	5	15	5	4	4	13
57	3	3	3	9	4	4	3	11	4	3	7	4	4	4	12	4	4	4	12
58	5	4	4	13	4	5	4	13	4	4	8	4	4	4	12	4	4	4	12
59	4	5	4	14	4	4	4	12	3	2	5	5	3	5	13	3	3	5	11
60	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	10	5	5	5	15	5	5	5	15
61	5	4	1	10	3	4	3	10	3	4	7	4	3	3	10	3	3	3	9
62	4	4	3	11	3	3	4	10	3	3	6	5	4	4	13	4	4	4	12
63	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	6	3	3	3	9	3	3	3	9
64	4	5	5	14	4	5	5	14	5	5	10	5	5	5	15	5	5	5	15
65	4	3	4	11	4	5	4	13	4	5	9	4	4	5	13	4	4	4	12
66	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	10	5	5	4	14	3	4	4	11
67	4	4	4	12	4	5	5	14	5	4	9	4	5	5	14	5	5	4	14
68	4	4	5	13	5	5	5	15	5	4	9	4	4	4	12	4	5	5	14
69	4	4	4	12	5	5	4	14	5	4	9	5	5	5	15	5	4	3	12
70	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	8	5	4	5	14	4	4	4	12
71	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	7	4	4	4	12	3	4	4	11
72	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	9	5	5	5	15	5	5	5	15
73	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	7	3	3	4	10	4	4	4	12
74	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	10	5	5	5	15	5	5	5	15
75	2	3	3	8	3	3	4	6	4	2	6	5	4	4	13	4	3	2	9
76	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	8	5	4	5	14	4	4	4	12
77	3	4	3	10	4	4	5	13	4	4	8	4	3	4	11	2	2	3	7

78	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	10	5	5	5	15	5	5	5	15
79	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	8	4	4	4	12	3	4	4	11
80	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	9	5	5	5	15	3	5	5	13
81	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	10	4	4	5	13	5	5	5	15
82	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	8	5	5	5	15	4	4	4	12
83	3	4	4	11	2	4	4	10	4	2	6	4	4	4	12	5	4	3	12
84	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	8	5	4	5	14	4	4	4	12
85	3	3	4	10	4	4	4	12	3	3	6	4	4	4	12	3	4	3	10
86	4	4	4	12	4	5	4	13	4	5	9	5	4	4	13	4	4	5	13
87	4	4	3	11	5	4	5	14	4	5	9	5	5	4	14	5	5	4	14
88	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	8	5	4	4	13	4	4	4	12
89	4	4	4	12	3	4	4	11	3	3	6	4	4	4	12	4	4	4	12
90	4	4	4	12	3	5	5	13	5	4	9	5	5	5	15	5	5	4	14
91	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	9	5	5	4	14	4	4	4	12
92	4	4	4	12	4	4	4	12	4	2	6	3	3	3	9	3	4	4	11
93	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	8	5	5	5	15	4	4	4	12
94	4	4	5	13	3	3	4	10	3	3	6	4	4	4	12	5	4	4	13
95	4	4	4	12	5	5	4	14	5	4	9	5	5	5	15	5	4	5	14
96	4	2	4	10	4	4	3	11	5	4	9	4	4	4	12	3	4	4	11
97	4	4	4	12	3	4	5	12	5	4	9	4	4	5	13	4	4	4	12
98	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	7	4	4	4	12	4	3	4	11
99	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	8	4	4	4	12	4	4	4	12
100	4	4	4	12	4	3	4	11	5	5	10	4	5	4	13	4	4	5	13
101	4	4	4	12	5	5	4	14	4	5	9	4	5	4	13	4	3	4	11
102	4	3	5	12	5	4	5	14	4	4	8	4	4	5	13	4	4	4	12
103	3	4	4	11	5	5	4	14	5	5	10	4	3	4	11	5	5	4	14
104	5	4	5	14	4	3	4	11	5	5	10	4	4	5	13	5	5	4	14

105	4	5	5	14	4	4	4	12	4	5	9	4	4	4	12	4	4	5	13
106	4	5	5	14	4	4	5	13	5	5	10	4	4	4	12	5	4	3	12
107	5	4	5	14	4	4	5	13	4	5	9	5	4	4	13	5	4	5	14
108	4	5	5	14	5	5	4	14	3	5	8	5	5	5	15	4	4	5	13

No	X6			Total	X7			Total	X8			Total	Y			Total
1	4	3	4	11	4	4	4	12	5	4	5	14	5	5	5	15
2	4	2	2	8	3	4	4	11	4	3	3	10	3	4	4	11
3	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13
4	4	4	4	12	4	3	2	9	5	5	5	14	4	4	4	12
5	4	4	3	11	4	3	3	10	5	5	3	13	4	3	2	10
6	4	5	2	11	2	2	3	7	3	2	2	7	1	3	1	5
7	4	3	5	12	5	5	4	14	4	5	5	14	4	4	2	10
8	4	3	3	10	4	3	3	10	3	4	3	10	4	3	3	10
9	5	5	5	15	5	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	14
10	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15	3	4	3	10
11	4	2	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	3	10
12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9
13	3	3	4	10	4	3	3	10	4	4	3	11	2	3	3	8
14	5	5	5	15	5	4	3	12	5	4	3	12	4	3	4	11
15	4	4	5	13	5	4	4	13	4	4	4	12	3	4	4	11
16	4	2	5	11	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	15
17	4	4	4	12	2	3	4	9	4	4	4	12	4	4	4	12
18	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
19	5	5	4	14	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	3	11
20	4	5	5	14	5	3	4	12	5	5	5	15	3	3	4	10

21	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	4	14	4	5	4	13
22	5	4	5	13	4	4	4	12	5	5	5	15	4	3	4	11
23	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	4	11
24	2	3	4	9	4	4	4	12	4	4	2	10	3	3	2	8
25	4	3	4	11	5	4	4	13	5	5	3	13	4	4	3	11
26	4	3	3	10	5	5	4	14	5	4	4	14	3	5	4	12
27	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12	3	4	3	10
28	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	12
29	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	2	9
30	4	3	4	10	4	4	3	11	4	4	4	12	3	4	4	11
31	4	5	5	14	5	4	3	12	5	5	4	14	3	3	5	11
32	4	3	4	11	4	3	3	10	5	5	3	13	4	3	3	10
33	5	4	4	13	5	5	4	14	5	5	4	14	3	4	3	10
34	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	4	12
35	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	3	3	2	8
36	4	3	5	12	5	4	5	14	3	5	5	13	3	4	4	11
37	4	2	4	10	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	3	11
38	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	2	10	5	5	5	14
39	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	2	12	4	3	3	10
40	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	4	14	4	5	4	13
41	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	4	14	4	4	4	12
41	4	4	5	13	5	4	5	13	4	5	4	13	4	4	4	12
43	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	3	12
44	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13
45	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9
46	4	5	4	13	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	4	14
47	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12

48	4	3	4	11	5	4	4	13	5	5	5	15	4	5	5	14
49	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	4	12
50	4	5	5	14	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15
51	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12
52	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11
53	4	3	3	10	3	3	3	9	4	4	3	11	3	4	3	10
54	4	3	3	10	3	3	3	9	4	4	3	11	3	4	3	10
55	3	3	3	9	4	4	4	12	5	5	4	14	4	5	3	12
56	4	4	5	13	5	4	5	14	5	4	4	13	5	4	4	13
57	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
58	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	3	11
59	3	2	4	11	4	2	3	9	4	5	5	14	4	3	3	10
60	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
61	3	3	4	10	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9
62	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11
63	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
64	4	4	5	13	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	4	14
65	5	5	4	14	5	4	4	13	4	4	4	12	3	4	3	10
66	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	3	11
67	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15
68	4	3	4	11	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	4	14
69	3	3	4	10	3	3	3	9	4	5	2	11	3	2	3	8
70	4	3	5	12	5	5	5	15	5	5	5	15	4	3	4	11
71	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	3	11	3	3	4	10
72	5	4	5	14	5	4	4	14	5	5	5	15	5	4	4	13
73	4	3	4	11	4	4	4	12	5	5	4	14	3	4	4	11
74	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15

75	3	3	4	10	4	3	2	9	4	4	4	12	2	3	2	7
76	4	3	5	12	5	5	5	15	5	5	5	15	4	3	4	11
77	4	2	4	10	3	4	2	9	3	4	4	11	2	2	3	7
78	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
79	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	3	4	4	11
80	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	14	5	3	3	11
81	4	5	4	13	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	3	11
82	4	3	4	11	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	3	11
83	2	2	4	8	4	5	5	14	4	4	4	12	3	4	4	11
84	4	3	5	12	5	5	5	15	5	5	5	15	4	3	4	11
85	4	4	4	12	3	4	4	11	5	5	5	15	3	5	3	11
86	4	3	4	11	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	5	13
87	4	4	5	13	5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	3	11
88	4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12
89	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13
90	4	5	5	14	5	4	4	13	5	4	4	13	3	4	4	11
91	5	4	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	12
92	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	3	4	2	9
93	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15
94	3	5	4	12	4	5	4	13	4	5	5	14	4	4	3	11
95	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	4	13	5	5	5	15
96	4	4	4	12	4	3	4	11	5	5	4	13	4	4	4	12
97	3	3	3	9	5	5	3	13	3	4	3	10	4	4	4	12
98	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12
99	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11
100	4	3	4	11	4	3	4	11	4	4	5	13	4	4	4	12
101	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15	3	5	4	12

102	4	5	4	13	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	12
103	5	4	4	13	5	4	5	14	5	5	4	14	4	5	4	13
104	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	12	4	5	4	13
105	5	4	5	14	4	4	4	12	5	5	4	14	4	5	4	13
106	5	5	4	14	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	4	12
107	5	5	4	14	5	4	4	13	5	5	4	14	5	5	5	15
108	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	4	14	4	4	4	12



LAMPIRAN IV

HASIL PENGUJIAN

A. Output Olah Data SPSS 20

Statistics

		JENIS KELAMIN	USIA	PEKERJAAN	PENDIDIKAN TERAKHIR
N	Valid	108	108	108	108
	Missing	0	0	0	0

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI - LAKI	40	37,0	37,0	37,0
	PEREMPUAN	68	63,0	63,0	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	DI BAWAH 20 TAHUN	9	8,3	8,3	8,3
	20 - 30 TAHUN	96	88,9	88,9	97,2
	30 - 40 TAHUN	2	1,9	1,9	99,1
	41 TAHUN KEATAS	1	,9	,9	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PEGAWAI NEGERI SIPIL	2	1,9	1,9	1,9
	PEGAWAI SWASTA	9	8,3	8,3	10,2
	PELAJAR / MAHASISWA	85	78,7	78,7	88,9
	WIRASWASTA	4	3,7	3,7	92,6
	LAIN – LAIN	8	7,4	7,4	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

PENDIDIKAN TERAKHIR

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMA / SEDERAJAT	71	65,7	65,7	65,7
DIPLOMA	4	3,7	3,7	69,4
Valid S1	32	29,6	29,6	99,1
S2	1	,9	,9	100,0
Total	108	100,0	100,0	

B. UJI VALIDITAS

1. EMPATI

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1.1	7,93	1,901	,609	,706
Q1.2	7,88	1,826	,623	,688
Q1.3	7,92	1,442	,627	,697

2. KETANGGAPAN

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q2.1	8,43	1,237	,571	,678
Q2.2	8,09	1,505	,648	,574
Q2.3	8,20	1,715	,517	,717

3. AKURASI

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q3.1	4,03	,569	,452	.
Q3.2	4,16	,452	,452	.

4. KEAMANAN**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q4.1	8,50	1,374	,686	,754
Q4.2	8,70	1,276	,713	,726
Q4.3	8,57	1,424	,646	,793

5. KEHANDALAN**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q5.1	8,08	1,572	,564	,737
Q5.2	8,12	1,415	,706	,572
Q5.3	8,04	1,700	,551	,748

6. BERWUJUD**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q6.1	7,95	1,633	,572	,505
Q6.2	8,29	1,160	,531	,550
Q6.3	7,85	1,735	,410	,677

7. KEYAKINAN

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q7.1	8,06	1,706	,628	,789
Q7.2	8,24	1,642	,711	,706
Q7.3	8,31	1,616	,669	,748

8. KENYAMANN

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q8.1	8,62	1,696	,646	,703
Q8.2	8,57	1,574	,717	,628
Q8.3	8,97	1,392	,561	,820

9. KEPUASAN

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	7,62	1,901	,609	,689
Y2	7,51	2,065	,593	,709
Y3	7,78	1,819	,620	,678

C. UJI RELIABILITAS

1. EMPATI

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	108	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	108	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,775	3

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

2. KETANGGAPAN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	108	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	108	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,742	3

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

3. AKURASI

		N	%
	Valid	108	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	108	100,0

Cronbach's Alpha	N of Items
,620	2

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

4. KEAMANAN

		N	%
	Valid	108	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	108	100,0

Cronbach's Alpha	N of Items
,825	3

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

5. KEHANDALA

		N	%
	Valid	108	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	108	100,0

Cronbach's Alpha	N of Items
,771	3

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

6. BERWUJUD

		N	%
	Valid	108	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	108	100,0

Cronbach's Alpha	N of Items
,771	3

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

7. KEYAKINAN

		N	%
	Valid	108	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	108	100,0

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	3

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

8. KENYAMANAN

		N	%
	Valid	108	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	108	100,0

Cronbach's Alpha	N of Items
,788	3

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

9. KEPUASAN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	108	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	108	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,772	3

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

D. UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,32973365
	Absolute	,046
Most Extreme Differences	Positive	,042
	Negative	-,046
Kolmogorov-Smirnov Z		,474
Asymp. Sig. (2-tailed)		,978

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

E. UJI MULTIKOLENIARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1,598	1,321		-1,210	,229		
X1	,210	,104	,199	2,011	,047	,471	2,125
X2	-,257	,119	-,224	-2,168	,033	,428	2,335
X3	,137	,139	,084	,985	,327	,624	1,602
1 X4	,210	,104	,179	2,024	,046	,589	1,699
X5	,299	,124	,269	2,413	,018	,369	2,713
X6	,093	,104	,081	,895	,373	,562	1,778
X7	,145	,103	,136	1,405	,163	,491	2,037
X8	,258	,101	,233	2,561	,012	,556	1,797

a. Dependent Variable: Y

F. UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,288	,752		,383	,702
X1	-,082	,059	-,195	-1,374	,172
X2	,023	,068	,051	,341	,734
X3	-,096	,079	-,148	-1,208	,230
1 X4	,058	,059	,124	,977	,331
X5	,086	,071	,194	1,215	,227
X6	,071	,059	,155	1,196	,234
X7	-,037	,059	-,086	-,621	,536
X8	,004	,057	,010	,076	,939

a. Dependent Variable: ABSRES

G. REGRESI BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,598	1,321		-1,210	,229
X1	,210	,104	,199	2,011	,047
X2	-,257	,119	-,224	-2,168	,033
X3	,137	,139	,084	,985	,327
X4	,210	,104	,179	2,024	,046
X5	,299	,124	,269	2,413	,018
X6	,093	,104	,081	,895	,373
X7	,145	,103	,136	1,405	,163
X8	,258	,101	,233	2,561	,012

a. Dependent Variable: Y

H. KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,739 ^a	,546	,509	1,38242

a. Predictors: (Constant), X8, X3, X1, X4, X6, X7, X2, X5

I. UJI F (SIMULTAN)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	227,572	8	28,447	14,885	,000 ^b
	Residual	189,196	99	1,911		
	Total	416,769	107			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X8, X3, X1, X4, X6, X7, X2, X5

J. Uji t (PARSIAL)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,598	1,321		-1,210	,229
X1	,210	,104	,199	2,011	,047
X2	-,257	,119	-,224	-2,168	,033
X3	,137	,139	,084	,985	,327
X4	,210	,104	,179	2,024	,046
X5	,299	,124	,269	2,413	,018
X6	,093	,104	,081	,895	,373
X7	,145	,103	,136	1,405	,163
X8	,258	,101	,233	2,561	,012

a. Dependent Variable: Y

LAMPIRAN V

OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Prinsip <i>One Stop Service</i>	Empati (X1)	<ul style="list-style-type: none"> Perusahaan mempunyai karyawan yang memperhatikan keinginan konsumen Perusahaan mempunyai karyawan yang simpatik Perusahaan sangat memperhatikan kepentingan konsumen. <p>(Mas'ud, 2004:423, dalam Anuraga, 2012)</p>	LIKERT
	Ketanggapan (X2)	<ul style="list-style-type: none"> Karyawan memberikan pelayanan yang cepat Karyawan mampu membantu konsumen Karyawan selalu siap memberi tanggapan permintaan konsumen <p>(Mas'ud, 2004:423, dalam Anuraga, 2012)</p>	LIKERT
	Akurasi (X3)	<ul style="list-style-type: none"> Dokumen yang diberikan sesuai standart perbankan Isi dokumen yang saya isi mudah dipahami <p>(Widyastuti, 2009)</p>	LIKERT

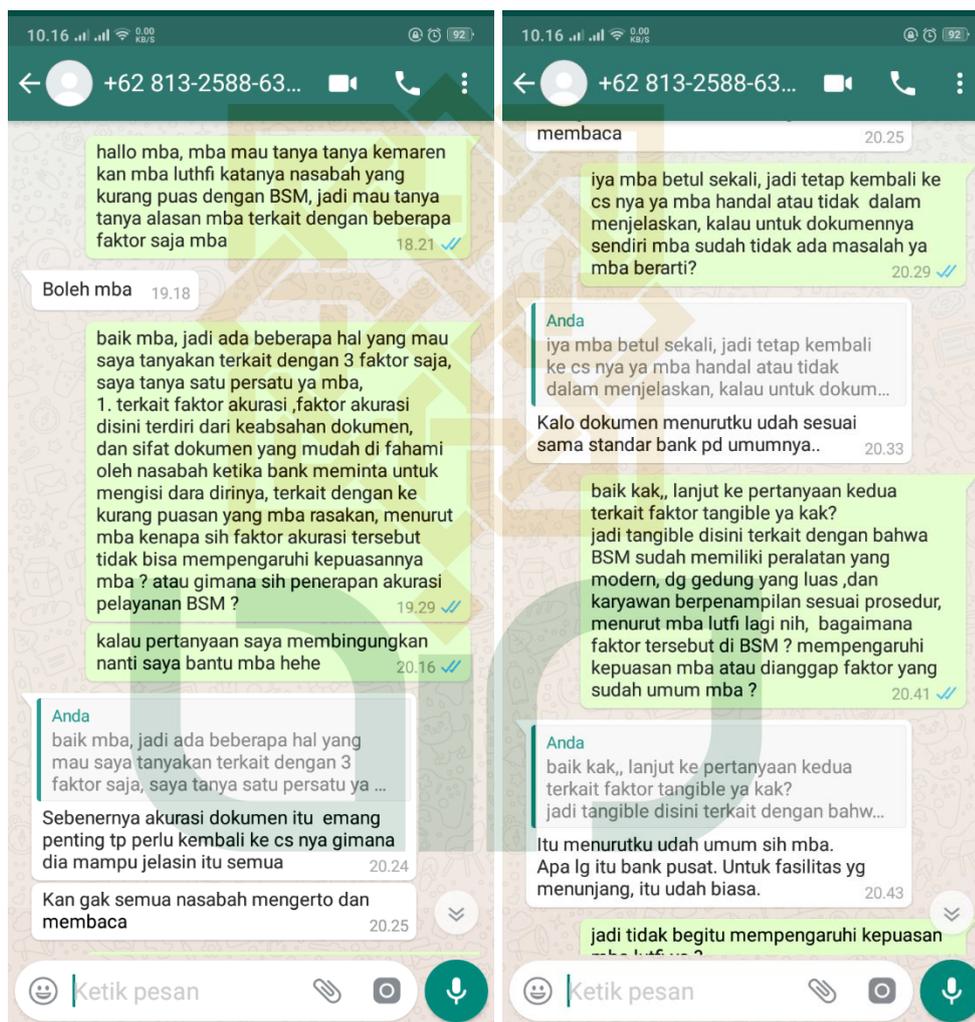
	Keamanan (X4)	<ul style="list-style-type: none"> • Pegawai menjaga kerahasiaan dokumen nasabah dengan baik • Perusahaan memberikan jaminan keamanan yang cukup • Pelanggan merasa transaksi dilindungi oleh perusahaan <p>(Raman, Arasu dan Viswanathan, A.,2011 dalam Maulidiyahwati, 2017)</p>	LIKERT
	Kehandalan (X5)	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan secara cepat melakukan koreksi bila ada kesalahan • Perusahaan dalam melayani pelanggan selalu konsisten • Perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen <p>(Mas'ud, 2004:423., dalam Anuraga, 2012)</p>	LIKERT
	Berwujud (X6)	<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan memiliki peralatan yang modern • Perusahaan mempunyai gedung yang luas • Karyawan berpenampilan profesional <p>(Mas'ud, 2004:423., dalam Anuraga, 2012)</p>	LIKERT

	Keyakinan (X7)	<ul style="list-style-type: none"> • Pegawai menyampaikan informasi secara yakin • Pegawai memberikan kepastian untuk mendapatkan pilihan • Perusahaan memberikan jaminan untuk mendapatkan produk yang dipilih konsumen <p>(Nasution, 2005., dalam Kesuma dkk, 2015)</p>	LIKERT
	Kenyamanan (X8)	<ul style="list-style-type: none"> • Lingkungan bank dalam kondisi bersih • Ruang tunggu dalam keadaan sejuk • Area parkir terjaga keamanannya <p>(Pinasti (2015) dalam Utama, (2015))</p>	LIKERT
Kepuasan (Y)		<ul style="list-style-type: none"> • Perusahaan tidak pernah salah dalam memberi informasi kepada konsumen • Jika ada masalah, perusahaan mau mendiskusikan dengan konsumen • Konsumen tidak perlu datang berkali-kali untuk menyelesaikan urusannya <p>(Mas'ud, (2004:423), dalam Anuraga, (2012))</p>	LIKERT

LAMPIRAN VI

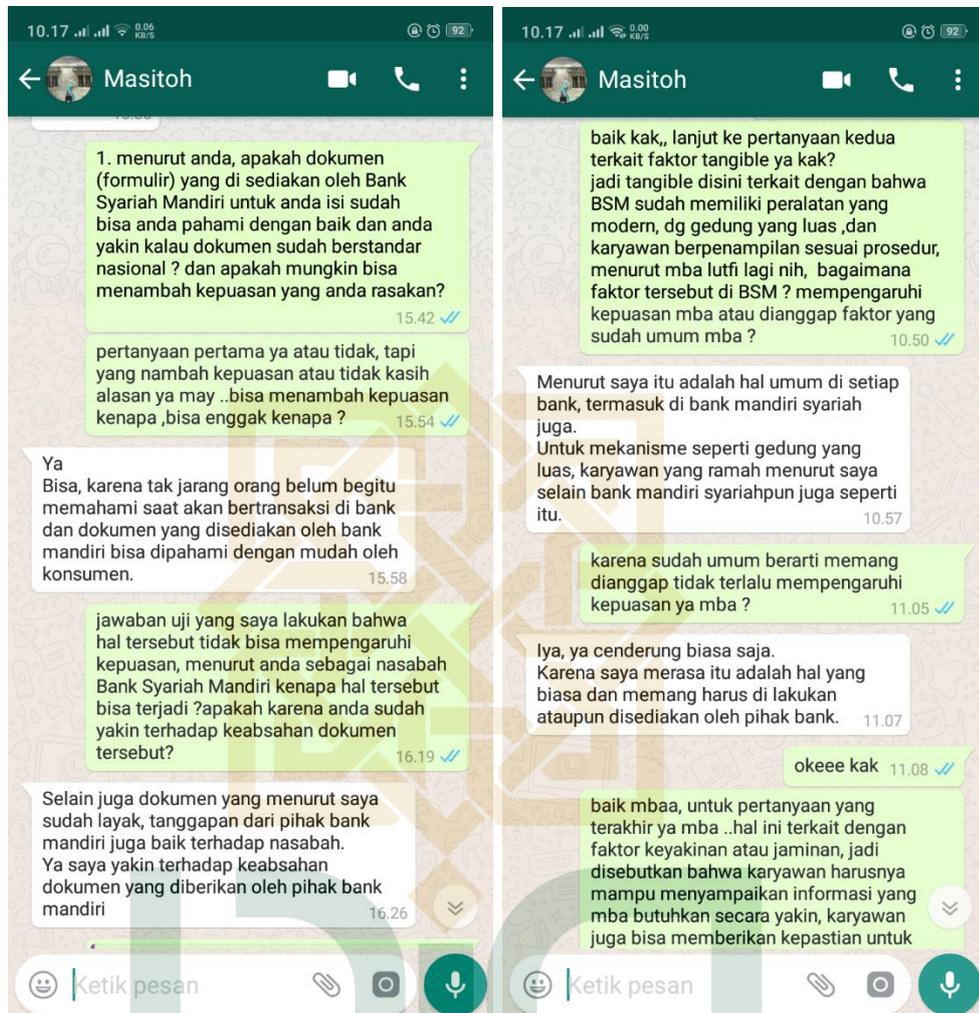
WAWANCARA RESPONDEN

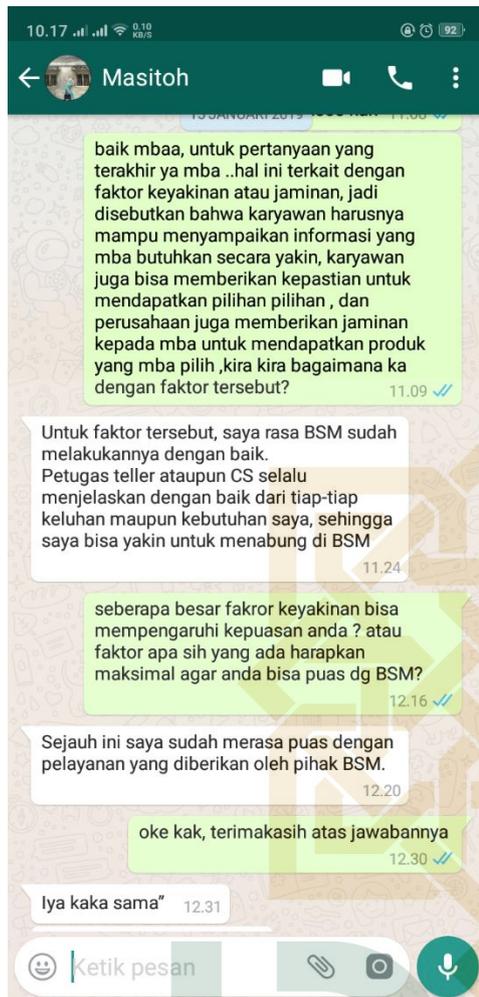
1. Wawancara dengan Ibu Luthfi





2. Wawancara dengan Ibu Masitoh





LAMPIRAN VII

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Indika Farhatunnada
Tempat Tanggal Lahir : Cilacap, 2 Desember 1997
Alamat : Kesugihan Cilacap
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Telepon : 082294315122
Email : dikaindika2@gmail.com

Pendidikan Formal

Tahun	Institusi
2015 – Sekarang	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2012 – 2015	MAN Tambakberas Jombang
2009 – 2012	SMP Ya Bakii 01 Kesugihan Cilacap
2004 - 2009	Mi Ya Bakii 02 Kesugihan Cilacap
2003 – 2004	Tk Ya Bakii Kesugihan Cilacap

Pendidikan Non Formal

2012 – 2015 PP. Bahrul Ulum Tambakberas Jombang

2015 – 2017 PP. Wahid Hasyim Yogyakarta

Pengalaman Organisasi

2016 – 2017 Koordinator Divisi Komunikasi Dan Informasi HIMMAHSUCI

2017 – 2018 Anggota Dewan Penasihat Organisasi HIMMAHSUCI

2018 – 2019 Anggota Divisi Komunikasi dan Informasi IKPM Jateng



