

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI (BSM) CABANG
RATULANGI**

NURFADILLAH

105720444813



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2017

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI (BSM) CABANG
RATULANGI**

NURFADILLAH

105720444813

**Untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada
Jurusan Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

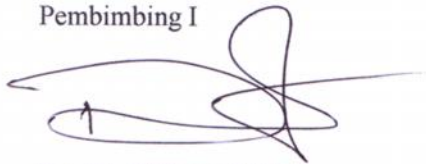
Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH
MANDIRI (BSM) CABANG RATULANGI
Nama Mahasiswa : NURFADILLAH
No. Stambuk : 105720 4448 13
Jurusan : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS
Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diperiksa dan diajukan didepan tim
penguji skripsi strata satu (S1) pada hari Senin 12 Februari 2018 Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Makassar, Februari 2018

Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Hj. Ruliaty, MM

Pembimbing II



Muchriana Muchran, SE., M.Si, Ak.CA

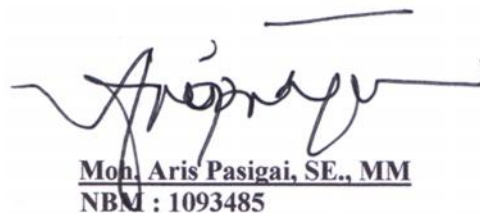
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Ismail Rasulong, SE., MM
NBM : 903078

Ketua Jurusan Manajemen




Mon. Aris Pasigai, SE., MM
NBM : 1093485

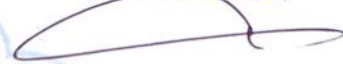
PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI


Skripsi ini telah di sahkan oleh panitia ujian skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dengan Surat Keputusan Universitas Muhammadiyah Makassar dengan No. 0002 /2018 Tahun 1439 H/2018 M yang di pertahankan di depan tim penguji pada hari senin 12 Februari 2018 M/26 Jumadil Awal 1439 H sebagai persyaratan guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.




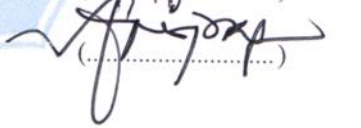
Makassar, 27 Jumadil Awal 1439 H.
13 Februari 2018 M

Panitia Ujian :

Pengawasan Umum : Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE, MM
(Rektor Unismuh Makassar) 

Ketua : Ismail Rasulong, SE, MM.
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 

Sekretaris : Drs. H. Sultan Sarda, MM
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis) 

Penguji : 1. Dr. Agussalim HR, SE, MM. 
2. Andi Arman, SE, M.Si, Ak, CA 
3. Muttiarni, SE, M.Si. 
4. Moh. Aris Pasigai, SE, MM. 

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar


Ismail Rasulong, SE, MM.
NBM : 903 078

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu selesai dari suatu urusan kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya ALLAH-lah hendaknya kamu berharap”

(QS. AlamNasrah Ayat 6-8)

ABSTRAK

NURFADILLAH stambuk, 105720444813 **PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangi**, dibimbing Hj. Ruliaty pembimbing I, Muchriana Muchran pembimbing II

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangi.

Metode teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik aksi dental yaitu teknik penarikan sampel secara kebetulan. Penelitian ini menggunakan metode Analisis Regresi linear bergandadan pengelola data primer menggunakan program SPSS (Statistical Product and Service Solutions)

Pengaruh variable dari kualitas pelayanan yaitu Kehandalan (X_1), Bukti Fisik (X_2), Jaminan (X_3), Perhatian (X_4) dan Tanggapan (X_5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangi. Hal ini dapat di buktikan dari hasil analisis uji F bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($40,649 > 2,31$) besarnya pengaruh dapat dilihat dari R square yaitu 66,7% yang menunjukkan bahwa pengaruh variable bebas tersebut terhadap variable terikat yakni kepuasan nasabah adalah sebesar 82,7% dan Hasil menggunakan uji t menunjukkan bahwa variable Kehandalan (X_1), Perhatian (X_4) dan Tanggapan (X_5) berpengaruh nyata terhadap kepuasan nasabah sedangkan variable Bukti Fisik (X_2) dan Jaminan (X_3) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangia, variable yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabahdi PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangi adalah variable kehandalan karena mempunyai koefisien tertinggi sebesar 17.884

Kata kunci :Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkah, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini tidak sedikit mengalami hambatan dan kesulitan, namun berkat kerja keras penulis dan adanya bimbingan bantuan dari berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan.

Kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Bapak Dr. H. Abd. Rahman Rahim, SE., MM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Moh. Aris Pasigai, Se., MM selaku Ketua jurusan dan seluruh dosen Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. Yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan kepada penulis sejak penulisan proposal hingga skripsi. Yang sebanyak-banyaknya atas dukungan berupa saran dan kritiknya.

4. Teman-teman sepujuanganku di Manajemen 8-13 (amandel) terima kasih juga atas dukungannya. Senang bias mengenal kalian semua, terkhusus teman-temanku “RAPLI”.
5. Serta semua pihak yang penulis tidak bias ucapkan namanya satu persatu, terima kasih atas kerjasamanya.

Akhirnya ucapan terima kasih dan penghargaan yang takterhingga keperuntukkan kepada seluruh keluarga yang penuh kasih sayang memberikan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Semoga doa yang tulus dipanjatkan serta bantuan yang diberikan baik moril maupun matereril mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Amin.

Makassar, Januari 2018

Penulis

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah dengan segala kerendahan hati, kupersembahkan skripsi ini sebagai bentuk tanggungjawab, bakti dan ungkapan terima kasihku kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta yang selalu mendoakanku disetiap sujudnya, memberikan kasih sayang yang tulus kepadaku serta tak lupa memberikan harta yang paling berharga yaitu Pendidikan.
2. Guru-guruku dari TK hingga perguruan tinggi yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTTO	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Kualitas pelayanan	5
B. Kepuasan konsumen.....	8
C. Kerangka Pikir.....	15
D. Hipotesis.....	16
BAB III. METODE PENELITIAN	17
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	17
B. Metode Pengumpulan Data	17

C. Jenis dan Sumber Data	18
D. Populasi dan sampel	18
E. Metode Analisis Data	19
F. Definisi Operasional Variabel.....	20
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	22
A. Sejarah singkat	22
B. Visi dan misi	24
C. Struktur organisasi	25
BAB V HASIL PEBELITIAN DAN PEMBEHASAN.....	26
A. Deskriptif Data Responden	26
B. Deskriptif Variabel Penelitian.....	30
1. Keandalan	30
2. Bukti Fisik	32
3. Jaminan	34
4. Perhatian.....	36
5. Tanggapan.....	38
6. Kepuasan.....	40
C. Analisis hasil penelitian	43
1. Analisis regresi linear berganda	43
2. Uji F	46
3. Uji t	47
D. Pembahasan hasil penelitian	50
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
1. kesimpulan.....	57
2. Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.Kerangka Berpikir	19
Gambar 2.Struktur Organisasi.....	21

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kepuasan pelanggan bukanlah asing didengar, diucapkan, dan dilaksanakan produsen atau penjual. Kepuasan pelanggan sudah menjadi keharusan bagi perusahaan yang berorientasi pada Pasar atau Konsumen. Tak dapat dipungkiri bahwa tiap perusahaan yang bergerak disektor bisnis tertentu secara terus menerus berupaya agar pelanggan mereka puas, baik puas terhadap perusahaan, pelayanan, maupun terhadap produk atau mereknya.

Oleh karena itu berdasarkan kajian literatur kepuasan pelanggan secara intensif, Gise& Cote (2000) dalam buku FandyTjiptono (2008:48) mengidentifikasi 20 defenisi yang diacu dalam riset kepuasan pelanggan selama periode waktu 30 tahun. Dengan adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat pelanggan atau customer semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan.

Kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan atau Nasabah merupakan aspek vital dalam rangka bertahan didalam arena bisnis dan memenangkan persaingan. Meskipun demikian, tidaklah gampang untuk

mewujudkan kepuasan pelanggan atau Nasabah secara menyeluruh. Dimana pelanggan yang dihadapi pada saat ini berbeda dengan pelanggan pada beberapa dasawarsa lalu. Kini pelanggan semakin terdidik dan menyadari akan hak – haknya.

Oleh karena itu dapatlah dipahami bila ada kalangan atau pakar pemasaran yang berpendapat bahwa tidak realistis bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas. Namun, tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik. Jadi, memang benar adanya bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan atau Nasabah berkaitan erat.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan atau Nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan atau Nasabah serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan atau Nasabah dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan atau Nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan suatu perusahaan memuaskan pelanggan.

Sebagaimana diketahui, bahwa dalam rangka pencapaian laba yang optimal, tentunya terlebih dahulu perusahaan harus mampu merebut pangsa pasar (market share) lebih besar dan ini hanya mungkin tercapai bila perusahaan cukup jeli melihat needs and wants (kebutuhan dan keinginan) dari calon konsumen, selain jangkauan tingkat ekonomi masyarakat juga perlu diperhatikan. Berdasarkan latar belakang penulis tertarik mengangkat judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah (BSM) Cabang Ratulangi”**

B. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Syariah (BSM) Cabang Ratulangi.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Searah dengan rumusan masalah penelitian yang dimaksudkan maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Pegadaian Cabang pallanggaKabupaten Gowa.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian meliputi dua dimensi utama yaitu :

- a. Sebagai bahan masukan bagi PT. Pegadaian cabangpalangga Kabupaten Gowa untuk mempertahankan dan mencari nasabah baru dalam meningkatkan pendapatan perusahaan..
- b. Sebagai referensi bagi rekan-rekan mahasiswa yang ingin meneliti masalah yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kualitas pelayanan

Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Leonard L. Barry, A. Parasuraman dan Zeithaml yang dikenal dengan service quality (SERVQUAL), yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu tangibles (bukti langsung), reliability (kehandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan) dan empathy (empati) (Rambat Lupiyoadi: 182) Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian Konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (perceived service) dengan tingkat layanan yang diharapkan (expected service). Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan, masalah kualitas layanan (servicequality) menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan bisnis ini.

Pelayanan adalah suatu upaya yang diberikan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan (Wijaya,2003:34). Sedangkan yang dimaksud dengan pelayanan menurut Sugiarto (2002:36), adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, klien, tamu, dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. Menurut

Tjiptono(2000:58-59), pelayanan adalah suatu sikap atau cara dalam melayani pelanggan supaya pelanggan mendapatkan kepuasan yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan atau dikerjakan oleh BANK SYARIAH MANDIRI (BSM) CABANG RATULANGI dalam rangka memikat para nasabah agar mereka mau menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan dengan tujuan akhir terjadinya transaksi.

Dimensi Service Quality (SERVQUAL) Zeithaml, Parasuraman, dan Berry telah mengidentifikasi lima dimensi pelayanan yang berkualitas, (Rambat Lupiyoadi ,2001:148) yaitu:

1. Bukti langsung (tangibles)

Definisi bukti langsung dalam Rambat Lupiyoadi (2001:148) yaitu "kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya) , perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya".

2. Keandalan (reliability)

Keandalan dalam Rambat Lupiyoadi (2001:148) adalah "kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi".

3. Daya tanggap (responsiveness)

Menurut Rambat Lupiyoadi (2001:148) daya tanggap adalah "suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan".

4. Jaminan (assurance)

Definisi jaminan dalam Rambat Lupiyoadi (2001:148) yaitu "pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk 17 menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence), dan sopan santun (courtesy)".

5. Empati (empathy)

Rambat Lupiyoadi (2001:148) menerangkan empati adalah "memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan". Dimensi ini menunjukkan derajat perhatian yang diberikan kepada setiap pelanggan. Dimensi ini juga merefleksikan kemampuan pekerja untuk menyelami perasaan pelanggan sebagaimana jika pekerja itu sendiri mengalaminya.

B. Kepuasan konsumen

Kepuasan Konsumen Menurut (Irawan,2002:3) Dalam konteks teori consumer behavior, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif penilaian konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sebagaimana yang disebutkan oleh Richard Oliver : "Kepuasan adalah respon dari pemenuhan dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Menurut (Rangkuti, 2004:23) Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara pengalamannya atas kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.

Sedangkan Wilkie (Tjiptono,2001:102).mengatakan kepuasan pelanggan adalah sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap penilaian konsumsi suatu produk atau jasa. Sedangkan pengertian lain menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (percaiped) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Jadi dapat dapat disebutkan bahwa kepuasan merupakan sebuah fungsi dari kinerja dan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan merasa tidak puas. Tetapi, sebaliknya apabila kinerja melebihi harapan, pelanggan merasa puas.

Menurut (Tjiptono,2001:129) Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. perusahaan harus melakukan empat hal, yaitu:

1. Mengidentifikasi siapa pelanggannya.
2. Memahami tingkat harapan pelanggan akan kualitas.
3. Memahami strategi kualitas layanan pelanggan.
4. Memahami siklus pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.

Pengukuran Kepuasan Konsumen Menurut Kotler, 2005 : 66, ada 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem Keluhan dan Saran Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (Customer-Oriented) menyediakan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, dan keluhan mereka.

2. Ghost Shopping Mempekerjakan beberapa orang yang berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Kemudian melaporkan hal-hal yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan produk, mengamati dan menilai cara penanganan yang lebih baik.
3. Lost Customer Analysis Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau beralih ke perusahaan. Perusahaan berusaha untuk mengamati apa yang menyebabkan pelanggan bisa berpindah ke produk atau jasa lain.
4. Survei Kepuasan Pelanggan. Survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, sebagai berikut :
 - a. Derived dissatisfaction Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

b. Problem anlysis Pelanggan diminta untuk menungkapkan masalah yang dihadapi berkaitan dengan produk atau jasa dan memberikan saran-saran perbaikan.

c. Importance-performance Analysis Responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/atribut tersebut.

d. Kualitas Terdapat beberapa pendapat mengenai definisi dari kualitas antara lain,

menurutFandyTjiptono, 2002 : 76, dalam memberikan definisi mengenai kualitas, yaitu : “ 25 suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi standar (harapan) yang telah ditetapkan

“ Sedangkan menurut Philip Kotler, 2002 : 49, “ kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan / tersirat.” Kualitas baik itu produk maupun pelayanan merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari sebuah

perusahaan, mengingat kualitas berkaitan erat dengan masalah keputusan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perusahaan.

1 Persepsi Terhadap Kualitas Perspektif kualitas yaitu pendekatan yang digunakan untuk mewujudkan kualitas suatu produk/jasa. Garvin dalam FandyTjiptono (2008:20-22), mengidentifikasikan adanya lima alternatif perspektif kualitas yang biasa digunakan, yaitu:

1). Transcendental Approach Kualitas dalam pendekatan ini, dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan. Sudut pandang ini biasanya diterapkan dalam dunia seni, misalnya seni musik, seni drama, seni tari, dan seni rupa. Meskipun demikian suatu perusahaan dapat mempromosikan produknya melalui pernyataan-pernyataan maupun pesan-pesan komunikasi seperti tempat berbelanja yang menyenangkan (supermarket), elegan (mobil), kecantikan wajah (kosmetik), kelembutan dan kehalusan kulit (sabun mandi), dan lain-lain. Dengan demikian

fungsiperencanaan, produksi, dan pelayanan suatu perusahaan sulit sekali menggunakan definisi seperti ini sebagai dasar manajemen kualitas.

2). Product-based Approach Pendekatan ini menganggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Karena pandangan ini sangat objektif, maka tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera, kebutuhan, dan preferensi individual.

3). User-based Approach Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya perceived quality) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang subjektif dan demand-oriented ini juga menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

4). Manufacturing-based Approach Perspektif ini bersifat supply-based dan terutama memperhatikan praktikpraktik perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian/sama dengan persyaratan (conformance to requirements). Dalam sektor 27 jasa, dapat dikatakan bahwa kualitasnya bersifat operations-driven. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.

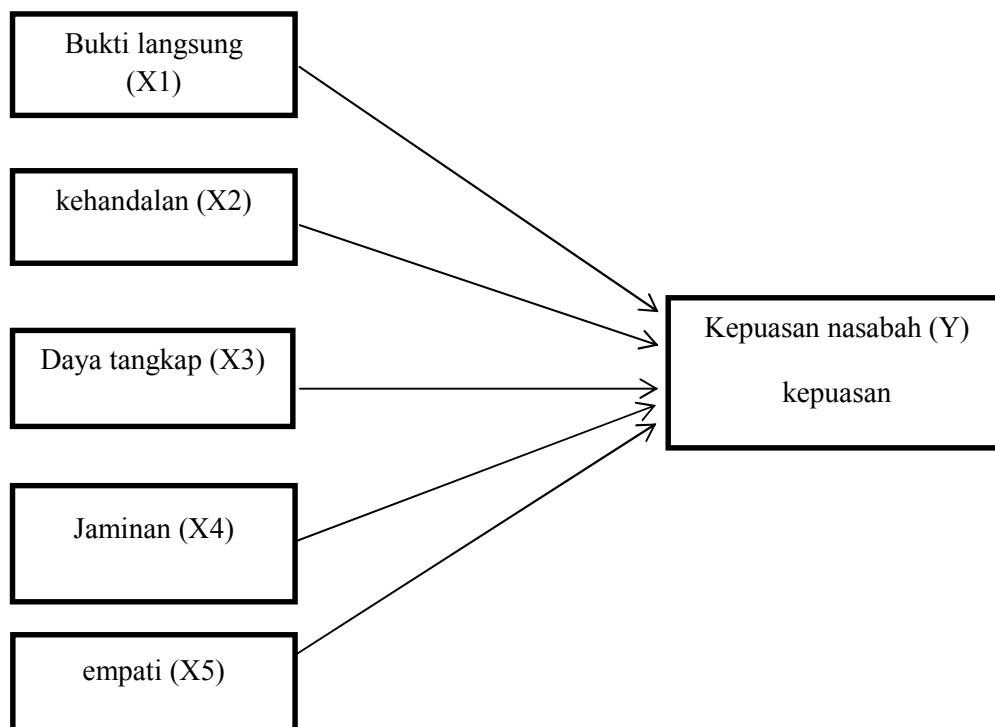
5). Value-based Approach Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai “affordable excellence”, dalam artian produk dengan kualitas yang dapat diterima pada tingkat harga yang wajar.

C. Kerangka Pikir

Bank Syariah Mandiri (BSM), dalam upaya untuk lebih mengantisipasi persaingan yang semakin ketat, serta untuk lebih meningkatkan kepuasan nasabah, maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah program atau strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk memberikan pelayanan yang lebih kepada nasabah jika dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan kepuasan bagi nasabah.

Untuk memudahkan dalam penyusunan proposal maka penulis menggunakan acuan dalam kerangka pikir dapat dilihat melalui skema berikut ini

Gambar 1 : kerangka pikir



D. Hipotesis

Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan maka diajukan hipotesis sebagai jawaban atau dugaan sementara atas permasalahan yang telah dikemukakan adalah : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Pada Bank Syariah Mandiri.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ratulangi Sedangkan waktu penelitian diperkirakan kurang lebih 2 bulan (Oktober-November 2017).

B. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat dan langsung di lapangan atau lokasi penelitian. Dalam hal ini, peneliti dengan berpedoman pada desain penelitiannya perlu mengunjungi lokasi penelitian untuk mengamati langsung berbagai hal atau kondisi yang ada di lapangan.

2. Kuesioner

Adalah teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan untuk diisi responden. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengedarkan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan kepada responden yaitu Nasabah Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ratulangi.

3. Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan buku-buku, dan penelitian terdahulu terhadap yang sama.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Data primer

Merupakan sumber data yang di peroleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan riset atau peneliti. (Umar,2004; 42)Data primer dapat berupa pendapat subjek riset (orang) baik secara individu maupun kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian, atau kegiatan, dan hasil pengujian.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan di catat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang di publikasikan.

D. Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Ratulangi, menurut data Bank Syariah Mandiri Cabang Ratulangi di Makassar bahwa nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Ratulangi di Makassar sebesar 1000 orang sehingga sampel penelitian dapat ditentukan dengan rumus sloving yaitu :

$N = \frac{1}{1 + N(e)^2} = \frac{1}{1 + 58.086 (0,10)^2} = 99,82$ atau dibulatkan menjadi 100 responden

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik aksidental, dimana menurut Sugiyono (2009 : 96) bahwa teknik penarikan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dapat dijadikan sebagai responden.

E. Metode Analisis

Terdapat dua Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Digunakan untuk mendiskripsikan tentang data variable penelitian dalam bentuk tampilan yang lebih bermakna dan mudah di pahami, misalnya nilai rata-rata, dan persentase

2. Analisis statistic inferensial

Digunakan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Analisis inferensial yang digunakan adalah analisis regresi linier ganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan pelanggan

b₀ = konstanta

b₁-b₃ = koefisien regresi

X₁

X₂

X3

X4

X5

E = error

A. Defenisi Operasional Variabel

Dalam penulisan digunakan beberapa istilah sehingga didefenisikan secara operasional agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Defenisi operasional tersebut adalah :

1. **Pelanggan** adalah masyarakat yang memanfaatkan jasa Perum Pegadaian pada Perum Pegadaian Cabang Pallangga KabupatenGowa
2. **Pelayanan** adalah setiap kegiatan yang dilakukan oleh Perum Pegadaian untuk memenuhi kepuasan pelanggan dalam rangka meningkatkan pendapatan.
3. **Pelayanan prima (kualitas pelayanan)** adalah pelayanan berkualitas yang bertujuan untuk memuaskan pelanggan, sehingga pelanggan sering datang berkunjung.
4. **Kehandalan** adalah suatu kemampuan Perum Pegadaian untuk memberikan pelayanan yang akurat kepada pelanggan.
5. **Ketanggapan** adalah suatu kebijaksanaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) kepada pelanggan, memberikan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative terhadap kualitas pelayanan.

6. **Jaminan** adalah pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan untuk melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menunjang kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan (bebas dari keraguan).
7. **Empathy** adalah memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan konsumen.
8. **Bukti fisik** adalah penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Pendapatan adalah hasil yang dicapai oleh Perum Pegadaian dengan adanya asa yang diberikan kepada pelanggan.

BAB IV

Gambaran Umum Penelitian

A. Sejarah Singkat Bank Syariah Mandiri

Kehadiran Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya *merger* dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (*merger*) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada

tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan *merger*, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (*dual banking system*).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI

menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik

B. Visi Dan Misi

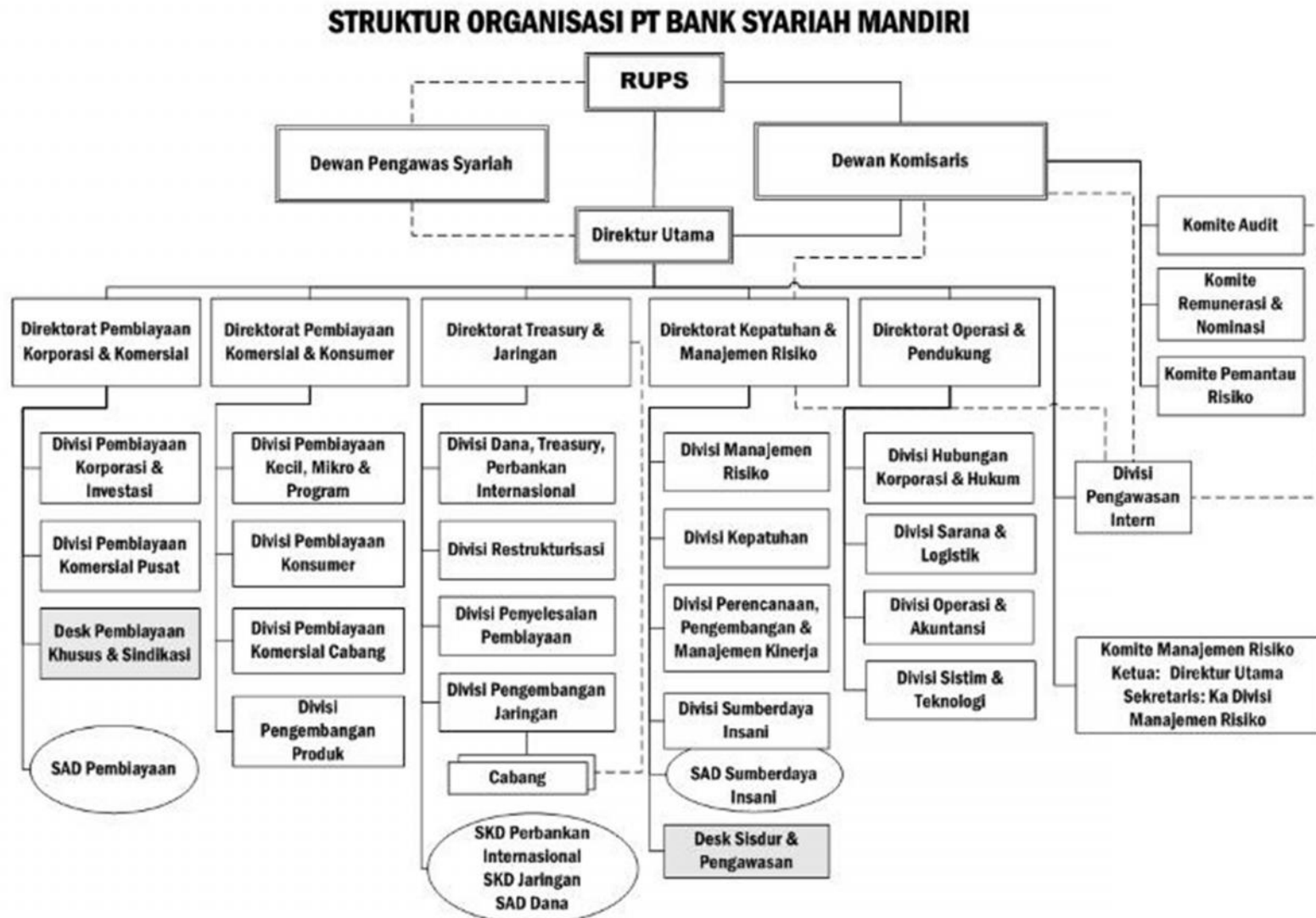
Visi

Menjadi Bank Syariah Terpercaya Pilihan Mitra Usaha.

Misi

1. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan.
2. Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.
3. Merekrut dan mengembangkan pegawai profesional dalam lingkungan kerja yang sehat.
4. Mengembangkan nilai-nilai syariah universal.
5. Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat

C. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri



BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskriptif Data Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner terhadap 100 responden pada Bank Syariah Mandiri dalam penelitian ini menjadi 5 kelompok yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan pendapatn perbulan.

Tabel 1
Karakteristik berdasarkan usia responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	Dibawah 25 tahun	6	6%
2	25-35 tahun	44	44%
3	35-50 tahun	40	40%
4	50 tahun >	10	10%
jumlah		100	100%

Sumber: data Primer 2017

Dari data tabel 1 dapat diketahui bahwa konsumen yang berbelanja terbanyak adalah umur 25-35 tahun sebanyak 44 responden atau 44%, terbanyak kedua adalah konsumen yang berumur 35-50 tahun sebanyak 40 responden atau 40% disusul konsumen yang berumur 25 tahun < tahun sebanyak 6 responden atau 6% dan terakhir diatas 50 tahun> sebanyak 10 responden atau 10% yang melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri

Tabel 2
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	38	38%
2	Wanita	62	62%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer 2017

Dapat diketahui bahwa konsumen yang transaksi Bank Syariah Mandiri ada laki-laki dan wanita dan yang terbanyak adalah dari kalangan wanita sebanyak 62 responden atau 62% dan laki-laki adalah 38 responden atau 38% yang melakukan pembelian transaksi di Bank Syariah Mandiri

Tabel 3
Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	5	5%
2	SMP	15	15%
3	SMA	20	20%
4	PT	60	60%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data primer 2017

Dari data tabel 3 dapat diketahui bahwa nasabah yang melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri dan terbanyak adalah PT sebanyak 60 responden atau 60%, terbanyak kedua yang berpendidikan SMA sebanyak 20 responden atau 20%, selanjutnya SMP 15 responden atau 15% dan terakhir berpendidikan Perguruan Tinggi (PT). Sebagian besar yang Nasabah melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri dan terbanyak adalah PT sebanyak responden atau 60%.

Tabel 4

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	PNS	20	20%
2	WIRASWASTA	33	33%
3	KARYAWAN BUMN	20	2%
4	LAIN-LAIN	27	30%
jumlah		100	100%

Sumber : Data primer 2017

Dari data tabel 4 dapat diketahui bahwa Nasabah melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri berdasarkan pekerjaan dan yang dan yang paling dominan adalah wiraswasta sebanyak 33 responden atau 33%, terbanyak kedua nasabah yang memiliki pekerjaan lain sebanyak 20 responden atau 20%, disusul oleh PNS dan karyawan BUMN sebanyak 20 responden atau 20% dan

Sebagian besar yang Nasabah melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri adalah wiraswasta sebanyak 40 responden atau 40%.

Tabel 5

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan

No	Penghasilan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Rp1.000.000 <	5	5%
2	Rp1.000.000-Rp2.000.000	10	10%
3	Rp.2.000.000-Rp3.000.000	45	45%
4	Rp3.000.000>	40	40%
jumlah		100	100%

Sumber : Data primer 2017

Berdasarkan tabel 5 diatas bahwa sebagian besar responden berpenghasilan Rp2.000.000-Rp3.000.000 yaitu berjumlah 45 orang responden atau 45%, selanjutnya berpenghasilan Rp3.000.000> berjumlah 40 orang responden atau 40% selanjutnya Rp1.000.000-Rp2.000.000 yaitu berjumlah 10 orang responden atau 10%, ada yang berpenghasilan dampai dengan Rp1.000.000< sebanyak 5 orang responden atau 5% dan yang terakhir dibawah. Penghasilan responden merupakan salah satu faktor yang dapat mencerminkan status ekonomi atau penghasilan seseorang dan kebanyakan dari responden yang berbelanja dengan penghasilan Rp2.000.000-Rp3.000.000 yang berjumlah 45 atau 45% Nasabah yang melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri.

B. Deskriptif Variabel Penelitian

Deskriptif Variabel dalam penelitian berguna untuk mendukung hasil analisis data. Variabel yang digunakan dideskripsikan sebagai variabel terikat (dependent variabel) dan variabel bebas (independen variabel). Variabel terikat yang dimaksud adalah kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri sedangkan variabel bebas meliputi : kehandalan, bukti fisik, jaminan, tanggapan dan perhatian.

1. Variabel kehandalan (X_1)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang telah ditentukan dari variabel kehandalan, maka diperoleh deskripsi data mengenai kualitas pelayan secara umum sebagai berikut :

Tabel 6

Kualitas pelayanan berdasarkan kehandalan

No	Indicator	Jumlah				
		SS	S	N	TS	ST S
1	Karyawan Bank Syariah Mandiri melayani dengan tepat waktu.	42	25	33	-	-
2	Kinerja Karyawan Bank Syariah Mandiri melayani tanpa kesalahan.	18	52	22	8	-
3	Karyawan Bank Syariah Mandiri dalam melayani tidak membeda-bedakan nasabah	17	43	32	8	-

Berdasarkan tabel 6 mengenai indicator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan Bank Syariah Mandiri melayani dengan tepat waktu, 45 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 25 setuju, 20 orang yang menyatakan netral dan 13 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable kehandalan mengenai kualitas pelayanansangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 45 responden.

Mengenai indicator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan Bank Syariah Mandiri melayani tanpa kesalahan, 16 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 46 setuju, 31 orang yang menyatakan netral dan 7 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable kehandalan mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 46 responden.

Mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan Bank Syariah Mandirimelayani melayanin tidak membeda-bedakan nasabah, 23 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 35 setuju, 34 orang yang menyatakan netral dan 8 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable kehandalan mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 35 responden.

2. Variabel Bukti fisik (X₂)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang telah ditentukan dari variabel bukti fisik, maka diperoleh deskripsi data mengenai kualitas pelayan secara umum sebagai berikut :

Tabel 7
Kualitas pelayanan berdasarkan bukti fisik

No	Indicator	Jumlah				
		SS	S	N	TS	STS
4	Bank Syariah Mandiri berpenampilan menarik	30	50	10	10	-
5	Ruangan Bank Syariah Mandiri memiliki fasilitas yang menarik (kursi,Meja,TV dll)	22	48	15	15	-
6	Bank Syariah Mandiri memiliki kelengkapan kantor yang modern	23	35	30	12	-

Berdasarkan tabel 7 mengenai indicator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan Bank Syariah Mandiri berpenampilan menarik, 42 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 39 setuju, 6 orang yang menyatakan netral dan 13 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable bukti fisik mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 42 responden.

Mengenai indicator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap ruangan Bank Syariah Mandiri

memiliki fasilitas yang menarik, 16 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 45 setuju, 15 orang yang menyatakan netral dan 24 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable bukti fisik mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 45 responden.

Mengenai indicator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap ruangan Bank Syariah Mandiri. kelengkapan kantor yang modern, 23 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 35 setuju, 28 orang yang menyatakan netral dan 14 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable bukti fisik mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 35 responden.

3. Variabel Jaminan (X₃)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang telah ditentukan dari variabel jaminan, maka diperoleh deskripsi data mengenai kualitas pelayanan secara umum sebagai berikut :

Tabel 8
Kualitas pelayanan berdasarkan jaminan

No	Indicator	Jumlah				
		SS	S	N	TS	STS
7	Bank Syariah Mandiri. menjamin keamanan barang yang disimpan	16	45	26	13	-
8	Karyawan Bank Syariah Mandiri. menangani produk yang di tawarkan kepada nasabah mau pun calon nasabah dengan baik	22	28	33	17	-
9	Karyawan Bank Syariah Mandiri. terlatih dengan baik	31	37	32	-	-

Berdasarkan tabel 8 mengenai indicator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri. menjamin barang yang disimpan, 16 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 45 setuju, 26 orang yang menyatakan netral dan 13 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable jaminan mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 45 responden.

Mengenai indicator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri. menangani

produk yang ditawarkan kepada nasabah maupun calon nasabah dengan baik, 22 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 28 setuju, 33 orang yang menyatakan netral dan 17 orang yang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable jaminan mengenai kualitas pelayanan berpengaruh netral terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan netral yaitu sebanyak 33 responden.

Mengenai indicator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri. menjamin barang yang disimpan, 31 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 37 setuju dan 32 orang yang menyatakan netral. Maka dapat dikatakan bahwa variable jaminan mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 37 responden.

4. Variabel Perhatian (X₄)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang telah ditentukan dari variabel perhatian, maka diperoleh deskripsi data mengenai kualitas pelayanan secara umum sebagai berikut :

Tabel 1
Kualitas pelayanan berdasarkan perhatian

No	Indicator	Jumlah				
		SS	S	N	TS	STS
13	Saya di perlakukan dengan baik oleh karyawan Bank Syariah Mandiri. saat transaksi	42	39	6	13	-
14	Karyawan Bank Syariah Mandiri. memperlakukan saya dengan baik pada saat transaksi	16	46	31	7	-
15	Karyawan Bank Syariah Mandiri. memberikan perhatian pada nasabah yang complain	23	35	34	8	-

Berdasarkan tabel 9 mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap perlakuan karyawan Bank Syariah Mandiri. saat transaksi, 42 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 39 setuju, 6 orang yang menyatakan netral dan 13 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable perhatian mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 42 responden.

Mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan Bank Syariah Mandiri. memperlakukan nasabah dengan baik pada saat transaksi, 16 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 46 setuju, 31 orang yang menyatakan netral dan 7 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable perhatian mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 46 responden.

Mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan Bank Syariah Mandiri. memberikan perhatian pada nasabah yang complain, 23 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 35 setuju, 34 orang yang menyatakan netral dan 8 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable perhatian mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 35 responden.

5. Variabel Tanggapan (X₅)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang telah ditentukan dari variabel tanggapan, maka

diperoleh deskripsi data mengenai kualitas pelayanan secara umum sebagai berikut :

Tabel 10

Kualitas pelayanan berdasarkan tanggapan

No	Indicator	Jumlah				
		SS	S	N	TS	ST S
10	Karyawan Bank Syariah Mandiri. ramah dan komonikatif dalam melayani	42	39	19	-	-
11	Karyawan Bank Syariah Mandiri. menangani masalah yang di sampaikan dengan cepat	16	48	14	22	-
12	Karyawan Bank Syariah Mandiri. senantiasa mempersiapkan admiditrasi maupun dana yang di perlukan nasabah.	5	35	28	32	-

Berdasarkan tabel 10.1 mengenai indicator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri. ramah dan komonikatif dalam melayani, 42 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 39 setuju, 19 orang yang menyatakan netral. Maka dapat dikatakan bahwa variable tanggapan mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 42 responden.

Mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri. menangani masalah dengan cepat, 16 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 48 setuju, 14 orang yang menyatakan netral dan 22 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable tanggapan mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 48 responden.

Mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan Bank Syariah Mandiri. senantiasa mempersiapkan admiditrasi maupun dana yang dibutuhkan nasabah, 5 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 35 setuju, 28 orang yang menyatakan netral dan 32 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable tanggapan mengenai kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 35 responden.

6. Variabel Kepuasan (Y)

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang telah ditentukan dari variabel kepuasan, maka

diperoleh deskripsi data mengenai kepuasan nasabah secara umum sebagai berikut :

Tabel 11
Kepuasan nasabah

No	Indicator	Jumlah				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya puas telah mendapatkan kemudahan dalam transaksi di Bank Syariah Mandiri.	42	39	19	-	-
2	Saya puas mendapatkan keamanan dalam transaksi Bank Syariah Mandiri.	16	46	31	7	-
3	Saya puas dengan fasilitas yang disediakan Bank Syariah Mandiri.	15	64	21	-	-
4	Saya puas dengan kenyamanan dan kebersihan di Bank Syariah Mandiri.	16	46	31	7	-

Berdasarkan tabel 11 mengenai indicator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. mendapatkan kemudahan melakukan transaksi, 42 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 39 setuju, dan 19 orang yang menyatakan netral. Maka dapat dikatakan bahwa variable kepuasan nasabah sangat berpengaruh dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju

Mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap keamanan dalam transaksi pada Bank Syariah Mandiri., 16 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 46 setuju, 31 orang yang menyatakan netral dan 7 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable kepuasan nasabah sangat berpengaruh dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 46 responden.

Mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap fasilitas yang disediakan Bank Syariah Mandiri., 15 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 64 setuju, 21 orang yang menyatakan netral dan 7 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable kepuasan nasabah sangat berpengaruh dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 64 responden.

Mengenai indikator yang di gunakan untuk mengukur penilaian nasabah terhadap karyawan Bank Syariah Mandiri. memperlakukan nasabah dengan baik pada saat transaksi, 16 orang yang menyatakan yang sangat setuju, 46 setuju, 31 orang yang menyatakan netral dan 7 orang menyatakan tidak setuju. Maka dapat dikatakan bahwa variable kepuasan

nasabah sangat berpengaruh dilihat dari banyaknya jumlah responden yang menyatakan setuju yaitu sebanyak 46 responden.

C. Analisis hasil penelitian

Berdasarkan pada hasil tujuan penelitian yang telah dilakukan maka yang pertama akan di analisis ada tidaknya pengaruh secara signifikan baik secara menyeluruh atau serentak maupun parsial variabel kehandalan, bukti fisik, jaminan, perhatian dan tanggapan terhadap kepuasan nasabah selain itu dilanjutkan lagi dengan analisis untuk mengetahui variabel mana dari lima variabel bebas yang dominan mempengaruhi variabel terikat.

1. Analisis regresi linear berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya serta seberapa besar pengaruh variabel-variabel independen kehandalan (X_1), Bukti fisik (X_2) Jaminan (X_3), perhatian (X_4) dan tanggapan (X_5) terhadap variabel dependen Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 12

Untuk mengetahui analisis regresi linear berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.423	1.024		.413	.681
	VAR00001	2.590	.145	2.559	17.884	.000
	VAR00002	-3.517	.412	-3.907	8.529	.000
	VAR00003	-.727	.168	-.767	4.320	.000
	VAR00004	.212	.060	.214	3.541	.001
	VAR00005	2.740	.300	2.555	9.122	.000

a. Dependent Variable: VAR00006

Mode persamaan regresi linear yang terbentuk adalah :

$$Y=423+2.590X_1+-3.517X_2+ -.727X_3+212X_4+2.740X_5+e$$

Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen besarnya pengaruh dapat di jelaskan masing-masing variabel tersebut dapat di jelaskan sebagai berikut :

1. Variabel reliability (layanan kehandalan) (X_2) mempunyai koefisien regresi sebesar 2.590 dan berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti variable reliability (layanan kehandalan) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah yang tercermin dalam Bank Syariah Mandirimelayani

dengan tepat waktu, Bank Syariah Mandiri melayani tanpa kesalahan dan Bank Syariah Mandiri dalam melayani tidak membedakan nasabah.

2. Variabel assurance (layanan jaminan) (X_3) mempunyai koefisien regresi sebesar -3,517 tetapi tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti Variabel assurance (layanan jaminan) tidak mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah.
3. Variabel assurance (layanan jaminan) (X_3) mempunyai koefisien regresi sebesar -727 tetapi tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti Variabel assurance (layanan jaminan) tidak mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah.
4. Variabel perhatian (X_4) mempunyai koefisien regresi sebesar 212 dan berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti variabelperhatian mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah yang tercermin dalam Bank Syariah Mandiri. diperlakukan dengan kurang baik saat transaksi, karyawan Bank Syariah Mandiri memperlakukan nasabah dengan baik saat transaksi, dan karyawan Bank Syariah Mandiri memberikan perhatian pada nasabah yang complain.
5. Variabel responsiveness (layanan tanggapan) (X_5) mempunyai koefisien regresi sebesar 2.740 danberpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti variabelresponsiveness (layanan tanggapan) mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah yang tercermin dalam karyawanBank Syariah Mandiri ramah dan komunikatif dalam melayani, karyawanBank

Syariah Mandiri menangani masalah yang di sampaikan dengan cepat, dan karyawanBank Syariah Mandiri senantiasa mempersiapkan administrasi maupun dana yang diperlukan nasabah.

2. Uji F

Uji F menguji koefisien regresi dari variabel bebas yaitu :

Kehandalan (X_1), Bukti Fisik (X_2) Jaminan (X_3), perhatian (X_4) dan Tanggapan (X_5) terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y) digunakan uji F, kriteria pengaruh kualitas pelayanan untuk uji ini adalah :

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_a di terima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y).
2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada taraf signifikan yang di tentukan, maka H_0 diterima dan H_a di tolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y).

Tabel 13

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	274.466	5	54.893	193.300	.000 ^b
Residual	26.694	94	.284		
Total	301.160	99			

a. Dependent Variable: VAR00006

b. Predictors: (Constant), VAR00005, VAR00004, VAR00001, VAR00003, VAR00002

Dengan menggunakan data dan variabel diatas di peroleh untuk F tabel adalah 2,31

Dengan menggunakan derajat keyakinan sebesar 95% maka hasil perhitungan diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($193.300 >$), oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Kehandalan (X_1), Bukti Fisik (X_2) Jaminan (X_3), Perhatian (X_4) dan Tanggapan (X_5), berpengaruh nyata terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri

3. Uji t

Untuk menguji koefisien regresi linear dari variabel bebas yang di gunakan yaitu Uji F menguji koefisien regresi dari variabel bebas yaitu :

Kehandalan (X_1), Bukti Fisik (X_2) Jaminan (X_3), Perhatian (X_4) dan Tanggapan (X_5) terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y) digunakan uji t, kriteria untuk uji ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 di tolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat Kepuasan (Y).
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada taraf signifikan yang di tentukan, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat Kepuasan (Y)
3. Pengujian dilakukan pada derajat kesalahan 5% atau $\alpha=0,05$
4. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel seperti berikut :

Tabel 14

Hasil Perhitungan uji t

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.423	1.024		.413	.681
	VAR00001	2.590	.145	2.559	17.884	.000
	VAR00002	-3.517	.412	-3.907	8.529	.000
	VAR00003	-.727	.168	-.767	4.320	.000
	VAR00004	.212	.060	.214	3.541	.001
	VAR00005	2.740	.300	2.555	9.122	.000

a. Dependent Variable: VAR00006

- a. Pengujian hipotesis variabel dari kualitas pelayanan adalah kehandalan terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat keyakinan 95% diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2.590 > 1,9855$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian bisa dikatakan variabel kehandalan berpengaruh signifikan secara statistic terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri
- b. Pengujian hipotesis variabel dari kualitas pelayanan adalah bukti fisik terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat keyakinan 95% diperoleh nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($3.517 > 1,9855$) yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan demikian bisa dikatakan variabel bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri

- c. Pengujian hipotesis variabel dari kualitas pelayanan adalah jaminan terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat keyakinan 95% diperoleh nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($-727 < 1,9855$) yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan demikian bisa dikatakan variabel jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri.
- d. Pengujian hipotesis variabel dari kualitas pelayanan adalah perhatian terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat keyakinan 95% diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($212 > 1,9855$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian bisa dikatakan variabel perhatian berpengaruh signifikan secara statistic terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri.
- e. Pengujian hipotesis variabel dari kualitas pelayanan adalah tanggapan terhadap kepuasan nasabah dengan tingkat keyakinan 95% diperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2.740 > 1,9855$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian bisa dikatakan variabel tanggapan berpengaruh signifikan secara statistic terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil hipotesis yang di olah, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri , sangat dipengaruhi oleh kehandalan, perhatian dan tanggapan dan bukti fisik serta jaminan masih kurang berpengaruh dengan berdasarkan hipotesis dan hasil analisis yang dilakukan, seperti analisis regresi linear berganda : Kehandalan (X_1), Bukti Fisik (X_2), Jaminan (X_3), Perhatian (X_4) dan Tanggapan (X_5) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri. Berdasarkan Analisis regresi linear berganda, maka penulis melakukan pembahasan sebagai berikut:

1. Variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan berdasarkan perhitungan pada uji F yang di hasilkan nilai F hitung (41,184) lebih besar dari F tabel (2,31) menunjukkan bahwa pengaruh variabel kehandalan, bukti fisik, jaminan, perhatian dan tanggapan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel artinya kehandalan, bukti fisik, jaminan, perhatian dan tanggapan dengan demikian kelima variabel tersebut diperhatikan dan perlu diadakan suatu perubahan agar pada masa yg akan datang dapat meningkatkan kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri.

Variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah pengujian untuk mengetahui tingkat signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara statistic, dapat dilihat pada pembahasan di bawah ini :

a. Kehandalan (X_1)

Hasil pengujian membuktikan bahwa variabel kehandalan mempunyai angka t_{hitung} variabel kehandalan (X_1) adalah sebesar 17.884 dan t_{tabel} adalah sebesar 1,9855 sehingga t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($17.884 > 1,9855$) variabel kehandalan mempunyai pengaruh tingkat signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri. , berdasarkan hasil ini maka Hipotesis yang menyatakan variabel kehandalan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri dapat diterima.

Hasil analisis data untuk variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri, dalam melakukan kepuasan nasabah, salah satu pertimbangan adalah kehandalan yang membuat orang tau akan kehebatan atau kehandalan Bank Syariah Mandiri baik dari segi karyawan maupun perusahaan. Hasil data untuk variabel kehandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Karena ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah, kehandalan mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi, Oleh karena itu, perusahaan harus pandai menerapkan kehandalan yang sesuai dengan keinginan nasabah.

b. Bukti Fisik (X_2)

Hasil pengujian membuktikan bahwa variabel Bukti fisik mempunyai angka t hitung variabel bukti fisik (X_2) adalah sebesar -8.529 dan t tabel adalah sebesar 1,9855 sehingga t hitung lebih kecil dari pada t tabel ($-8.529 < 1,9855$) variabel bukti fisik mempunyai pengaruh tingkat signifikannya kecil terhadap kepuasan nasabah, berdasarkan hasil ini maka Hipotesis yang menyatakan variabel bukti fisik tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah tidak dapat diterima.

Hasil analisis data untuk variabel bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Karena tidak ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah. Bukti fisik seperti penampilan dan kelengkapan tidak mempengaruhi minat nasabah mungkin mereka merasa kepuasan dengan faktor-faktor lain yang lebih besar pengaruhnya seperti kehandalan, tanggapan dan perhatian ataupun faktor lain, nasabah sendiri mungkin memandang apabila mereka sudah merasa cocok dengan Bank Syariah Mandiri mengesampingkan bukti fisik yang kurang memadai.

c. Jaminan (X_3).

Hasil pengujian membuktikan bahwa variabel jaminan mempunyai angka t hitung variabel jaminan (X_3) adalah sebesar 4.320 dan t tabel adalah sebesar 1,9855 sehingga t hitung lebih kecil dari pada t tabel ($4.320 > 1,9855$) variabel jaminan mempunyai pengaruh tingkat signifikannya kecil terhadap kepuasan nasabah, berdasarkan hasil ini maka

Hipotesis yang menyatakan variabel jaminan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah tidak dapat diterima.

Hasil analisis data untuk variabel jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Karena tidak ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah, jaminan seperti keamanan dan kemampuan teknis pelayanan tidak mempengaruhi minat nasabah mungkin mereka merasa puas dengan faktor-faktor lain yang lebih besar pengaruhnya seperti kehandalan, perhatian dan tanggapan ataupun faktor lain, konsumen sendiri mungkin memandang apabila mereka sudah merasa cocok dengan Bank Syariah Mandiri. mengesmpinkanjaminan yang kurang memadai.

d. Perhatian (X_4)

Hasil pengujian membuktikan bahwa variabelperhatian mempunyai angka t_{hitung} variabelperhatian (X_4) adalah sebesar 3.541 dan t_{tabel} adalah sebesar 1,9855 sehingga t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($3.541 > 1,9855$) variabelperhatian mempunyai pengaruh tingkat signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri, berdasarkan hasil ini maka Hipotesis yang menyatakan variabel perhatian memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri. dapat diterima.

Hasil analisis data untuk variabelperhatian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri, dalam melakukan kepuasan nasabah, salah satu pertimbangan adalah perhatian yang

membuat orang tau akan pelayanan di Bank Syariah Mandiri. melayani dengan baik. Hasil data untuk variabel perhatian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri karena ada kesesuaian antara keinginan dan harapan nasabah. Perhatian mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi, Oleh karena itu, perusahaan harus pandai menerapkan perhatian yang sesuai dengan keinginan nasabah.

e. Tanggapan (X_5)

Hasil pengujian membuktikan bahwa variabel tanggapan mempunyai angka t_{hitung} variabel tanggapan (X_5) adalah sebesar 2.740 dan t_{tabel} adalah sebesar 1,9855 sehingga t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($9.122 > 1,9855$) variabel tanggapan mempunyai pengaruh tingkat signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri. , berdasarkan hasil ini maka Hipotesis yang menyatakan variabel tanggapan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri. dapat diterima.

Hasil analisis data untuk variabel tanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri., dalam melakukan kepuasan nasabah, salah satu pertimbangan adalah tanggapan yang membuat orang tau akan ramah tamah dan kesiapan Bank Syariah Mandiri. baik dari segi karyawan maupun perusahaan. Hasil data untuk variabel tanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri karena ada kesesuaian antara keinginan dan harapan

nasabah. Tanggapan mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan transaksi, Oleh karena itu, perusahaan harus pandai menerapkan tanggapan yang sesuai dengan keinginan nasabah.

Berdasarkan hasil di atas, variable independen yang terdiri dari kualitas pelayanan Keandalan, Bukti fisik, Jaminan, perhatian Dan tanggapan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri yang di tunjukkan oleh nilai signifikan $F_{0,00} < 0,5$.

Sebagaimana diketahui bahwa keberhasilan suatu perusahaan bukan saja terletak pada banyaknya Nasabah yang di peroleh perusahaan, namun juga bagaimana cara mempertahankannya agar nasabah tersebut tetap loyal kepada perusahaan dan tidak ingin pindah ke perusahaan lainnya. Ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat, mempertahankan nasabah merupakan suatu yang langka yang tetap agar bertahan dalam persaingan tersebut

Untuk mempertahankan nasabah agar tetap puas terhadap kualitas pelayanan kepada perusahaan, maka perusahaan harus mempertahankan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Rasa puas dan tidak puas nasabah terletak pada hubungan antara harapan nasabah dengan kenyataan yang diberikan oleh produk/jasa tersebut. Apabila kenyataan lebih besar dari harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas, sebaliknya apabila kenyataan yang diterima

nasabah tidak seperti yang di harapkan maka nasabah tersebut akan merasa tidak puas

Apabila nasabah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan, maka nasabah tersebut akan datang kembali produk/jasa tersebut, sebaliknya apabila nasabah merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan maka nasabah tersebut tidak akan datang kembali, bahkan akan beralih ke produk/jasa ditempat lain.

Berdasarkan hasil hasil penelitian yang menunjukkan nilai adjusted R square sebesar 91,1 yang berarti diketahui 91,1% yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Nilai 91,1% diperoleh dari persentase berdasarkan kualitas pelayanan Keandalan, Bukti Fisik, jaminan, Perhatian dan Tanggapan indicator dari variable-variabel tersebut pelayanan, penampilan, kelengkapan, keamanan, kemampuan teknis pelayanan, ramah tamah kesiapan dan perlakuan. Sedangkan sisa 7,9% dipengaruhi oleh factor lain diluar dari penelitian ini seperti lokasi, perusahaan yang strategis, program promosi dan Lain-lain.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah Kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Ratulangi variable independen (X) kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sebagai variable dependen (Y) yaitu:

- Variable dari kualitas pelayanan yaitu Keandalan(X_1), Bukti fisik (X_2), Jaminan (X_3), Perhatian (X_4) Tanggapan(X_5) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah. Hal ini dapat di buktikan dari hasil analisis uji F bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($40,649 > 2,31$) besarnya pengaruh dapat dilihat dari R square yaitu 91,1% yang menunjukkan bahwa pengaruh variable bebas tersebut terhadap variable terikat yakni kepuasan nasabah adalah sebesar 95,5%

Hasil menggunakan uji t menunjukkan bahwa variable Keandalan (X_1), Perhatian(X_4), Tanggapan(X_5) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sedangkan variable Bukti Fisik (X_2) dan Jaminan (X_3) berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangi, variable yang mempunyai

pengaruh paling dominan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangi adalah variable Kehandalan (X_1) karena mempunyai nilai terbesar yaitu: 17.884

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka ada beberapa saran yang dapat dijadikan bahkan pertimbangan bagi perusahaan antara lain :

1. Kehandalan (X_1), Bukti fisik (X_2), Jaminan (X_3), Perhatian (X_4) Tanggapan (X_5) mempunyai variabel yang masing-masing indikatornya menunjukkan penilaian yang sudah cukup bagus dari konsumen akan tetapi para perusahaan perlu mempertahankan, meningkatkan dan juga perlu untuk memperhatikan variable yang tidak signifikan agar nasabah tetap memutuskan untuk melakukan transaksi PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangi Berdasarkan kesimpulan tersebut untuk variable Bukti fisik dan jaminan yang mempunyai pengaruh tidak ada signifikan hendaknya pihak dari PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratu langi memberikan perhatian yang lebih terkait mengapa factor tersebut tidak mempunyai signifikan terhadap kepuasan nasabah, penelitian ini memberikan saran agar di pertahankan dan ditingkatkan walaupun mempunyai pengaruh yang tidak signifikan karena karakteristik konsumen yang masih berkembang, sehingga belum mempunyai pandangan tentang pentingnya Bukti fisik dan jaminan akan tetapi perkembangan masyarakat yang masih ada yang berkembang untuk jangka waktu tidak tentu,

Nasabah akan menyadari pentingnya Bukti fisik dan jaminan dengan Perusahaan dalam peningkatan pelayanan jangka panjang demi terus memuaskan Nasabah agar tetap memutuskan melakukan transaksi di PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2005, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung, Alfabeta,
Ed revisi
- Barata, AtepAdya, 2003, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media
Komputindo Andi Offset.
- Kotler dan Armstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. Lee, Nancy, 2007, *Pemasaran di sector public*, PT Manca Jaya
Cemerlang.
- Gema Insani press. Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta
Andi. Tjiptono, fandy, 2008, *Strategi Bisnis*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Umar. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- www.google.com

VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

VARIABEL	NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
Kehandalan	1	Karyawan PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangimelayani dengan tepat waktu					
	2	Kinerja Karyawan PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangimelayani tanpa kesalahan					
	3	Karyawan PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangidalam melayani tidak membeda-bedakan nasabah					
Bukti fisik	4	Karuyawan PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangiberpenampilan menarik					
	5	Ruangan PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangimemiliki fasilitas yang menarik (kursi,Meja,TV dll)					
	6	PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangimemiliki kelengkapan kantor yang modern					
Jaminan	7	PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangimenjamin keamanan barang yang simpan					
	8	Karyawan PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangimenangani produk yang tawarkan kepada nasabah mau pun calon nasabah dengan baik					
	9	Karyawan PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangiterlatih dengan baik					
	10	Karyawan PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangiramah dan					

Tanggapan		komonikatif dalam melayani					
	11	Karyawan PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangimenangani masalah yang sampaikan dengan cepat					
	12	Karyawan PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Ratulangisenantiasa mempersiapkan administrasi maupun dana yang perlukan nasabah.					

RIWAYAT HIDUP



Nur fadillah, dilahirkan di ujung pandang 15 April 1995. Penulis adalah anak ketiga dari 3 bersaudara, dari pasangan bapak Drs.bahar sukkara dan Ibu Dra Nurhayati. Penulis mengawali pendidikan di Sekolah Dasar di SD Negeri inpres BTN IKIP II. pada tahun 2001 dan tamat SD pada tahun 2007. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 3 Makassar pada tahun 2007 dan tamat pada tahun 2010. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan pada tahun 2010 di SMA Negeri 11 Makassar dan tamat pada tahun 2013. Selanjutnya pada Tahun yang sama penulis diterima di Universitas Muhammadiyah Makassar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis melalui jalur test penerimaan mahasiswa baru dan menyandang status sebagai salah satu mahasiswi di jurusan Manajemen.