

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN  
KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
BANK MEGA SYARIAH CABANG PALU**



**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) Pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi  
& Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu*

**Oleh**

**RAHAYU APRILIA ADHININGSIH**

**NIM: 15.3.15.0028**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU  
2019**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan penuh kesadaran, penulis yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penulis sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 06 November 2019 M  
Rabiul awal 1441 H

Penulis/peneliti

**RAHAYU APRILIA A.**  
**NIM : 153150028**

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara (i) Rahayu Aprilia Adhiningsih, NIM. 15.3.15.0028 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu”, yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu pada tanggal 27 November 2019 M yang bertepatan dengan tanggal 30 Rabi’ul-Awal 1441 H dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Perbankan Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, 27 November 2019  
30 Rabi’ul-Awal 1441 H

### DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Ermawati, S.Ag, M.Ag	
Munaqisy I		
Munaqisy II	Nur Syamsu M.Si	
Pembimbing I	Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I	
Pembimbing II	Irham Pakkawaru S.E., M.Ak	

Mengetahui

## KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى  
آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah Swt. Karena berkat rahmat dan hidayah-Nya jualah, Skripsi ini dapat diselesaikan sesuai target waktu yang telah direncanakan. Shalawat dan salam penulis persembahkan kepada Nabi besar Muhammad Saw, beserta segenap keluarga dan sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua Penulis yaitu Bapak/Ayahanda Sutrisno dan Ibunda Kumiartin yang telah membesarkan, mendidik dan membiayai penulis dalam kegiatan studi dari jenjang pendidikan dasar sampai saat ini. Serta tidak lupa Adik tersayang yaitu Febriani Dwi Mayang Sari Semoga Allah Swt. membalas semua ketulusan dan melimpahkan kesehatan serta rahmat dan hidayah-Nya. Aamiin.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi., M.Pd. selaku Rektor IAIN Palu beserta segenap unsur pimpinan, yang telah mendorong dan memberi kebijakan kepada penulis dalam segala hal.
3. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan., M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com., Ph.D. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik.

4. Bapak Dr. Malkan, M.Ag, selaku ketua jurusan Perbankan Syariah dan Bapak Syakaakir Sofyan, S.EI., M.E, selaku sekretaris jurusan Perbankan Syariah yang terus memberikan perhatian penuh kepada penulis, membimbing, mendorong, mendorong, serta memberi semangat dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan., M.H.I, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dalam menyelesaikan Skripsi ini. Bapak Irham Pakkawaru. S.E., M.S.A.Ak selaku Dosen Pembimbing II yang dengan ikhlas membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
6. Seluruh tenaga pengajar dalam lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu khususnya Bapak dan Ibu Dosen yang dengan setia, tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis selama kuliah.
7. Seluruh staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
8. Kepala perpustakaan Ibu Supiani S.Ag. dan seluruh staf perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu yang telah memberikan pelayanan mencari materi referensi sebagai bahan skripsi.
9. Staf Perpustakaan Daerah yang telah mengizinkan penulis mencari referensi sehingga mempermudah penyelesaian penelitian ini.
10. Kepada Bank Mega Syariah Cabang Palu yang telah memberikan waktu kepada saya untuk meneliti, Bapak Haga Caporina Selaku Kepala Cabang Bank Mega syariah Palu, Ibu Ria yang dalam hal ini sudah membantu banyak

dalam memberikan informasi secara detail dalam penyusunan skripsi ini, para karyawan, serta para nasabah yang telah membantu dalam pengisian kusioner penelitian penulis.

11. Teman-teman Perbankan Syariah 1, Hasriani, Sri Reski, Elvi Susanti, Nurwindah, Lisa Pratiwi, Riska Dwijayanti, Fikriyah Muhtadin, Nunung Dini Apriliani, Ulya Safitri, Sita Devi, Mona Wahyu Ridha, Talita, Nurwinda, Nurul Umuliah, Ria Andini Putri, Siska Putri, Selvi, Nurhamsiah, Shinta, Putra, Hendra, Andri, Alan, Zulham yang selalu berjuang bersama selama kuliah, menolong tanpa pamrih serta mendorong penulis untuk terus semangat dan berusaha hingga penyelesaian penelitian ini.

12. Teman-teman KKN Tahun 2019 yang sudah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis hingga selesainya penelitian ini.

Akhirnya, kepada semua pihak yang ikut andil dalam perjalanan penyelesaian skripsi ini yang tidak tertulis di sini, terima kasih atas segala kebaikan karena telah membantu penulis. Penulis senantiasa mendo'akan semoga segala yang telah diberikan mendapat balasan yang tak terhingga dari Allah Swt.

Penulis

**RAHAYU APRILIA A.**  
**NIM: 153150020**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Garis-Garis Besar Isi.....	6

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

A. Penelitian Terdahulu .....	7
B. Kajian Teori .....	11
1. Kualitas Pelayanan .....	11
2. Kualitas Produk .....	23
3. Kinerja Karyawan .....	30
4. Kepuasan Nasabah .....	34
C. Kerangka Pemikiran.....	42
D. Hipotesis .....	42

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Desain dan Pendekatan Penelitian .....	44
B. Lokasi Penelitian.....	45
C. Populasi dan Sampel.....	45
D. Variabel Penelitian.....	47
E. Definisi Operasional .....	47
F. Instrumen Penelitian .....	50
G. Teknik Pengumpulan Data.....	51
H. Teknik Analisis Data .....	53
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	53
2. Analisis Regresi Linear Berganda .....	54
3. Uji Asumsi Klasik.....	55
4. Uji Hipotesis .....	57
5. Koefisien Determinasi .....	57

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian .....	58
B. Deskripsi Kuesioner dan Sampel Penelitian .....	60
C. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	61
D. Deskripsi Variabel Penelitian .....	64
E. Uji Asumsi Klasik .....	76
F. Analisis Regresi Linear Berganda .....	81
G. Hasil Pengujian Hipotesis .....	83
H. Koefisien Determinasi .....	85
I. Pembahasan .....	86

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	89
B. Saran .....	90

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



## DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	7
2. Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	42
3. Tabel 4.1 Deskripsi Kuisisioner .....	60
4. Tabel 4.2 Karakteristik Responden .....	60
5. Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	61
6. Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	63
7. Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan .....	65
8. Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk .....	67
9. Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Kinerja Karyawan .....	70
10. Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Nasabah .....	73
11. Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas .....	80
12. Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	81
13. Tabel 4.11 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	83
14. Tabel 4.12 Hasil Uji T (Uji Parsial).....	84
15. Tabel 4.13 Hasil Nilai Koefisien Determinasi .....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	42
Gambar 4.1 Histogram .....	77
Gambar 4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas .....	78
Gambar 4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas .....	79

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner/angket
- Lampiran 2 : Hasil Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 : Hasil Analisis Regresi Berganda
- Lampiran 5 : Lembar Pengajuan Judul Skripsi
- Lampiran 6 : Surat Keterangan Pembimbing
- Lampiran 7 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 8 : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 9 : Dokumentasi
- Lampiran 10 : Riwayat Hidup

## ABSTRAK

**NamaPenulis : Rahayu Aprilia Adhiningsih**  
**NIM : 15.3.15.0020**  
**Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu**

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah dalam perspektif syariat Islam pada bank Mega Syariah Cabang Palu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu yang berjumlah 90 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel jenuh. Teknik pengumpulan data melalui teknik observasi dan kuesioner. Kemudian teknik analisa yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini diolah dengan program *SPSS Versi 16 for Windows*.

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kinerja Karyawan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mega Syariah Cabang Palu. Sedangkan, secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mega Syariah Cabang Palu, kualitas produk dengan besaran 21,6 % berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu, sedangkan kinerja karyawan dengan besaran 35,9% berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu.

Nilai koefisien determinasi  $R^2$  menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan) yang diteliti mampu menjelaskan 34,7% pengaruhnya terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah pada Bank Mega Syariah Cabang Palu), sedangkan sisanya 65,3% yang dijelaskan oleh variabel independen yang lain yang tidak termaksud dalam penelitian ini.

Mengingat kepuasan nasabah menjadi prioritas utama dalam penelitian ini karena tingkat yang semakin tajam diantara perusahaan perbankan di Indonesia. Hendaknya perbankan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh nasabah dengan memperhatikan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan agar nasabah merasa puas dan tidak beralih pada perbankan lain. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu.

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kinerja Karyawan, dan Kepuasan Nasabah

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Masyarakat pada umumnya yang hidup di perkotaan atau kota-kota besar sudah tidak asing lagi jika mendengar kata bank. Bahkan sekarang ini sebagian besar masyarakat pedesaan juga sudah terbiasa mendengar kata bank. Hanya saja yang perlu di ingat bahwa pengenalan bank dari sebagian masyarakat ini baru sebatas artian sempit. Masyarakat mengenal bank masih sebatas kaitannya dengan tabungan dan kredit, selebihnya banyak yang tidak tahu, padahal begitu banyak produk layanan bank yang dapat dinikmati oleh masyarakat.

Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS) mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)<sup>1</sup>

Pada umumnya bank dalam menjalankan suatu kegiatan usahanya terbagi menjadi dua yaitu bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional dan bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Bank syariah merupakan salah satu bentuk perbankan yang menjalankan operasionalnya pada syariat (hukum) Islam.

Dalam era globalisasi saat ini, perkembangan dunia semakin lama semakin mengalami kemajuan yang sangat pesat. Khususnya yang berhubungan

---

<sup>1</sup>Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

tentang perbankan dan sumber daya manusia yang berkualitas menjadi penopang bagi suatu perusahaan atau perbankan dalam mempertahankan eksistensinya khususnya pada bank syariah.

Memperbaiki kualitas pelayanan atau jasa merupakan tantangan penting bagi suatu perusahaan atau perbankan dalam bersaing di pasar global. Bank merupakan lembaga keuangan yang berorientasi kepada kepuasan nasabah dengan memperhatikan komunikasi dan memberikan pelayanan prima kepada nasabah, sehingga dapat memberikan rasa kepercayaan dan kepuasan bagi nasabah serta dapat menentukan keputusan nasabah dalam memilih suatu produk yang ada di bank tersebut.

Dalam menciptakan kepuasan nasabah, perbankan harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan, keunggulan produknya atau kualitas produk, dan kinerja karyawan . Kepuasan nasabah ini memegang peranan yang sangat penting dalam kesuksesan sebuah perbankan untuk dapat bertahan, bersaing, dan menciptakan loyalitas yang tinggi kepada nasabahnya.

Bank Mega Syariah merupakan salah satu bank syariah yang menjalankan operasionalnya menggunakan prinsip syariah dan memiliki produk dan jasa yang beragam untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Bank Mega Syariah telah berdiri sejak 2 November 2010. Bank Mega Syariah memiliki kantor cabang di seluruh Indonesia, salah satunya di Provinsi Sulawesi Tengah, Kota Palu.

Bank ini berawal dari anak usaha Asuransi Tugu yaitu PT Bank Umum Tugu (Bank Tugu) yang berdiri pada 14 juli 1990. Pada 2001, bank ini diambil alih CT Corp (d/h Para Group) melalui Mega Corpora (d/h PT Para Group Investindo), pada tanggal 25 juli 2004 di konversi menjadi Bank Syariah dengan nama PT Bank Syariah Mega Indonesia disingkat BSMI, lalu resmi beroperasi sebagai bank syariah. Pada tanggal 7 November 2007, melakukan perubahan

bentuk logo BSMI ke bentuk logo bank umum konvensional yang menjadi sister company-nya, yakni PT Bank Mega, Tbk, tetapi berbeda warna.<sup>2</sup>

Sejak 2 November 2010 sampai dengan sekarang, bank ini berganti nama menjadi PT Bank Mega Syariah. Pada tanggal 16 Oktober 2008, Bank Mega Syariah telah menjadi Bank Devisa dan kemudian pada tanggal 8 April 2009 memperoleh izin dari kementerian Agama Republik Indonesia (Depag RI) sebagai bank penerima setoran biaya penyelenggaraan Ibadah haji (BPS BPIH).<sup>3</sup>

Semakin inovatif suatu produk hingga dapat memenuhi segala kebutuhan pelanggan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan/nasabah. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk, atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan tersebut.<sup>4</sup>

Peranan karyawan sangat penting untuk menunjang keberhasilan setiap perusahaan, terutama perusahaan yang bekerja di sektor jasa khususnya perbankan. Karena karyawan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi nasabah dan sekaligus sebagai komunikator atau citra dari perusahaan itu sendiri. Kinerja karyawan ditunjukkan melalui kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah sehingga berdasarkan persepsi nasabah dapat mengevaluasi kualitas layanan karyawan yang bekerja di suatu perusahaan jasa atau perbankan.

Dalam penelitian ini saya melihat bahwa masih banyak yang harus di lakukan untuk melakukan evaluasi, pembenahan, perubahan, dan Pengembangan

---

<sup>2</sup>[www.megasyariah.co.id/about-us/about-mega-syariah](http://www.megasyariah.co.id/about-us/about-mega-syariah), diakses pada 28-November-2019

<sup>3</sup>Ibid

<sup>4</sup>Destika Primasari, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran*”, Skripsi (Ungaran : Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2016), <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/957/>, diakses pada 12 Februari 2019 Pukul 11.45

sistem serta SDM yang baik untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kinerja agar nasabah merasa puas telah memilih Produk dan Pelayanan yang diberikan.

Bank Mega Syariah Cabang Palu dalam hal ini sebagai salah satu bank yang baru dan masih dalam proses pengembangan mekanisme, sistem, dan Pelayanannya. Untuk itu penelitian ini dilakukan untuk menentukan apakah dalam segi pelayanan, produk, dan kinerja karyawannya sudah diterapkan dan sudah sesuai dengan yang diharapkan untuk bisa bersaing dan berkembang sejalan dengan tingkat perekonomian di suatu daerah tersebut.

Berdasarkan latar belakang atau permasalahan diatas, dapat dirumuskan suatu masalah yang akan dibahas yaitu **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK MEGA SYARIAH CABANG PALU”**.

### ***B. Rumusan Masalah***

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan permasalahan yang akan diselesaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada bank Mega Syariah Kantor Cabang Palu menurut perspektif ekonomi Islam ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah bank Mega Syariah Cabang Palu menurut perspektif ekonomi Islam?
3. Bagaimana pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah bank Mega Syariah Cabang Palu menurut perspektif ekonomi Islam?



### ***C. Tujuan dan Manfaat Penelitian***

#### ***1. Tujuan Penelitian***

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah bank Mega Syariah Cabang Palu.

#### ***2. Manfaat Penelitian***

Hal penting dari sebuah penelitian adalah kemanfaatan yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian. Adapun kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

##### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan tentang perbankan syariah sebagai salah satu bagian dari ekonomi islam.

##### **b. Manfaat Praktis**

1. Bagi bank, dari hasil penelitian di harapkan untuk bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan bank Mega Syariah dalam memberikan pelayanan dan menentukan produk kepada nasabah.
2. Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam lagi mengenai perbankan syariah khususnya pada kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan di bank Mega Syariah Cabang Palu.
3. Bagi Akademisi, penelitian ini diharapkan bisa menambah khasanah pengetahuan dalam pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah bank

Mega Syariah kantor cabang palu serta sebagai masukan pada penelitian dengan topik yang sama pada masa yang akan datang.

#### ***D. Garis-Garis Besar Isi***

Dalam penulisan yang berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah bank Mega Syariah Cabang Palu”, untuk memperoleh pembahasan yang sistematis dan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami, maka penulis membuat garis-garis besar isi yang menjelaskan seluruh hal yang diungkapkan dalam pembahasan penulisan ini. Adapun garis-garis besar isi disini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN, pada bab ini terdapat beberapa pokok pembahasan yang dituliskan, yaitu : latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta garis-garis besar isi.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA, bab ini terdiri dari penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka berfikir dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN, bab ini terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sample, variabel penelitian, definisi operasional, instrument penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB V adalah penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang dilakukan para peneliti sebelumnya dan telah diuji hasil kebenarannya berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Penelitian tersebut dapat dijadikan referensi untuk penelitian yang berkaitan dengan judul dari peneliti saat ini. Dalam penelitian ini berjudul “Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah bank Mega Syariah Cabang Palu”. Penulis menggunakan tiga judul penelitian yaitu :

**Tabel 2.1**

**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Mustaqim <sup>1</sup>	Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank Muamalat Cabang Palangka raya	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bank muamalat cukup memuaskan bagi para nasabah. Namun masih	-Variabel Independen (kualitas pelayanan) -Variabel Dependen (kepuasan nasabah)	-Variabel Independen (Kualitas Produk, Kinerja Karyawan) -Waktu Penelitian -Lokasi

<sup>1</sup>Mustaqim, “*Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Cabang Palangkaraya*”. Skripsi (Palangka Raya : Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2016), <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/467/1/Skripsi-Mustaqim.pdf>, diakses pada 18-Maret-2019

			terdapat beberapa faktor yang bisa dibenahi seperti jaringan ATM yang sering <i>offline</i> dan jumlah kantor serta mesin ATM yang perlu ditambah lagi dengan diiringi tingkat promosi yang lebih luas.		Penelitian -Teknik pengumpulan data -Regresi Linear Berganda
2.	Destika Primasari <sup>2</sup>	Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan IB Hasanah terhadap kepuasan nasabah pada bank BNI Syariah KCP Ungaran	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, variabel kualitas produk tabungan	-Variabel independen (kualitas pelayanan) -Variabel dependen (kepuasan nasabah) -Regresi linear berganda	-Variabel independen (kualitas produk, kinerja karyawan) -Waktu penelitian -Lokasi penelitian

---

<sup>2</sup>Destika Primasari, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran*”. Skripsi (Salatiga :Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2016), <http://erepository.perpus.iainsalatiga.ac.id/957/1/DE> STIKA, Diakses pada tanggal 18-Maret-2019

			iB Hasanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	-Teknik pengambilan sampel	
3.	Santi Budi Utami <sup>3</sup>	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. TASPEN (PERSERO) Cabang Yogyakarta	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan $r$ hitung = 0,832 lebih besar dari $r$ tabel = 0,361 pada $N=5$ , terdapat hubungan positif dan signifikan antara kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah	-Variabel Independen (Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan). -Variabel Dependen (Kepuasan Nasabah) -Regresi Linear Berganda -Teknik Pengambilan sampel	-Variabel Independen (Kualitas produk) -Waktu Penelitian -Lokasi Penelitian

---

<sup>3</sup>Santi Budi Utami, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. TASPEN (PERSERO) Cabang Yogyakarta", Skripsi : (Yogyakarta: Universitas Negeri , 2013) <http://eprints.radenfatah.ac.id/view/creators/Wulandari%3D3AAAlinda>, Diakses Pada 18-Maret-2019

			<p>dengan r hitung = 0,843 lebih besar dari r tabel = 0,361 pada N=5, terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kinerja karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah dengan R hitung = 0,861 dan hasil dari F hitung = 20,5 lebih besar dari F tabel = jk,35.</p>		
--	--	--	--	--	--

## ***B. Kajian Teori***

### ***1. Kualitas Pelayanan***

#### ***a. Pengertian Kualitas Pelayanan***

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan

konsumen atau pelanggan.<sup>4</sup> Pelayanan diharapkan memberikan peranan yang cukup besar dalam menaikkan omset dan nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Timbulnya pelayanan dari orang lain kepada seseorang, yang orang lain itu tidak ada kepentingan langsung atas sesuatu yang dilakukannya, merupakan suatu hal yang perlu dikaji tersendiri dari segi kemanusiaan. Jika durenungkan lebih dalam lagi akan terlihat bahwa pelayanan timbul karena ada faktor penyebab yang bersifat ideal mendasar dan yang bersifat material.<sup>5</sup>

Menurut Moenir dalam bukunya “Manajemen pelayanan umum di Indonesia”, mengatakan bahwa : “Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung”.<sup>6</sup> Penekanan terhadap definisi tersebut adalah pelayanan yang diberikan menyangkut segala usaha yang dilakukan oleh seseorang dalam rangka mencapai tujuan untuk mendapatkan kepuasan dalam hal pemenuhan kebutuhan.

Perusahaan yang bergerak di bidang jasa harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas agar tidak kehilangan pelanggan/nasabah dalam jangka panjang. Pelayanan yang berkualitas dapat tercipta apabila manajemen perusahaan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup>Destika Primasari, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran*”. Skripsi (Salatiga :Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2016), <http://erepository.perpus.iainsalatiga.ac.id/957/1/DE-STIKA>, Diakses pada tanggal 18-Maret-2019

<sup>5</sup>Moenir, “*Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*” (Cet. 12 ; Jakarta : Bumi Aksara, 2016),12

<sup>6</sup>Ibid,16

<sup>7</sup>K.Wijayanto, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank*”, <http://journals.ums.ac.id/index.php/dayasaing/article/view>, Diakses pada 20-Maret 2019

Pelayanan yang berkualitas menurut Valerie A. Zeithml adalah kemampuan suatu perusahaan menyajikan atau memenuhi apa yang dijanjikannya kepada pelanggan. Thomson, De Shouza dan Gale menyatakan bahwa salah satu strategi sehubungan dengan sukses dalam bisnis jasa adalah *delivery of high service quality* (pemberian kualitas yang baik). Menurut Anderson dan Lehman, pelayanan yang berkinerja tinggi adalah pelayanan yang mampu memuaskan kebutuhan pelanggan, atau dengan kata lain mampu melebihi harapan dari pelanggan.<sup>8</sup>

Menurut Wyckoff kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Parasuraman, dkk., menyebutkan dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan. Bila pelayanan yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Zeithml, Berry, Parasuraman mendefinisikan kualitas yang dirasakan sebagai penilaian konsumen tentang keseluruhan keunggulan produk, sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan merupakan pertimbangan global mengenai superioritas pelayanan.<sup>9</sup>

Hutt dan Spech menyebutkan beberapa komponen kualitas pelayanan total, yaitu :

1. Kualitas teknik merupakan komponen yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang diterima pelanggan. Parasuraman, dkk membagi kualitas teknik menjadi kualitas pencarian, kualitas pengalaman, dan kualitas kepercayaan.

---

<sup>8</sup>Ibid, 14

<sup>9</sup>Lena Ellitan dan Lina Anatan, *Strategi Bersaing Dalam Service Driven*, (Cet.12; Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET, 2007), 182



2. Kualitas fungsional yaitu kualitas yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa.
3. Citra perusahaan, yaitu profil, reputasi, citra umum, dan daya tarik perusahaan.

Model oliver menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara keseluruhan ditentukan oleh kesesuaian keinginan yang dihasilkan dari perbandingan keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen. Kepuasan keseluruhan ditentukan oleh ketidak-sesuaian harapan yang dihasilkan dari perbandingan keinginan dan kinerja yang dirasakan dengan harapan konsumen. Kualitas pelayanan keseluruhan akan mempengaruhi tingkat kepuasan keseluruhan.<sup>10</sup>

*b. Dimensi Kualitas Pelayanan*

Dimensi kualitas pelayanan yang sering digunakan untuk menilai kualitas pelayanan dikemukakan oleh Parasuraman, dkk., meliputi lima dimensi pokok :

1. Berwujud (*tangibles*), bukti fisik dari jasa. Bagian nyata dari jasa yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan pegawai.

Dalam suatu perusahaan jasa, khususnya pada bank, faktor kondisi fisik pada umumnya akan memberikan gambaran bagaimana bank tersebut dapat berpotensi untuk menunjukkan fungsinya sebagai tempat pelayanan perbankan. Pada umumnya, seseorang akan memandang suatu potensi bank tersebut awalnya dari kondisi fisik. Dengan kondisi yang bersih, rapi, dan teratur orang akan menduga bahwa bank tersebut akan melaksanakan fungsinya dengan baik.

2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

---

<sup>10</sup> Ibid, 182-183

Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan menyediakan pelayanan dengan sikap simpatik, ketepatan waktu pelayanan, profesional dalam melayani nasabah, dan sistem pencatatan yang akurat.

3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan segera, misalnya melalui telepon.

Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan dalam menghadapi permintaan, pernyataan, keluhan, serta kesulitan pelanggan. Bank merupakan lokasi yang secara umum merupakan tempat seseorang untuk bertransaksi. Oleh sebab itu penyedia jasa pelayanan perbankan harus mampu menanggapi setiap keluhan nasabah. Dengan demikian daya tanggap yang tinggi dari pihak pengelola bank akan memberikan rasa kepercayaan pada nasabah bahwa mereka akan selalu tertolong.

4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf.

Setiap nasabah pada dasarnya ingin diperlakukan secara baik oleh pihak pengelola bank. Adanya jaminan bahwa nasabah yang datang akan dilayani secara baik oleh pihak pengelola bank, akan memberikan rasa aman kepada nasabah, sehingga kemantapan pribadi nasabah akan bertambah.

5. Empati / Kepedulian (*emphaty*), yaitu kemudahan melakukan hubungan, perhatian pribadi.

Inti dari dimensi ini adalah bagaimana perusahaan meyakinkan pelanggannya bahwa mereka itu adalah istimewa dan dapat digambarkan dengan perhatian secara personal kebutuhan spesifik dan terhadap keluhan

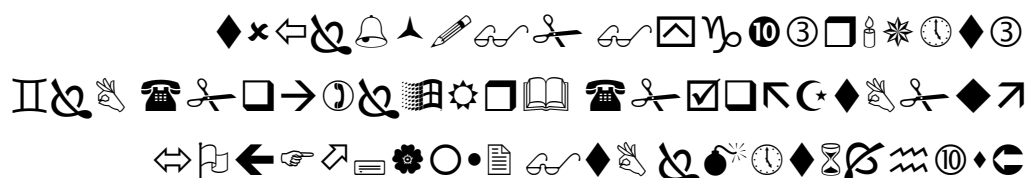
nasabah dimana pada umumnya nasabah ingin diperlakukan dan diperhatikan secara khusus oleh pihak pengelola bank.<sup>11</sup>

Stamatis mengemukakan enam dimensi kualitas pelayanan yang bisa diterapkan pada industri jasa. Dimensi pertama adalah fungsi (*function*), yaitu kinerja primer yang dituntut dari suatu jasa. Kedua, karakteristik atau ciri tambahan (*features*), yaitu kinerja yang diharapkan. Ketiga, kesesuaian (*conformance*), yang merupakan kepuasan yang didasarkan pada pemenuhan persyaratan yang telah ditetapkan. Keempat, keandalan (*reliability*), yaitu kepercayaan terhadap jasa berkaitan dengan waktu. Kelima, kemampuan pelayanan (*service-ability*), yaitu kemampuan untuk melakukan perbaikan apabila terjadi kekeliruan. Keenam, estetika (*aesthetics*) merupakan pengalaman pelanggan yang berkaitan dengan perasaan dan panca indera.<sup>12</sup>

### c. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain.<sup>13</sup>

Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267 :



<sup>11</sup>Ibid, 184

<sup>12</sup>Ibid, 186

<sup>13</sup>Rafidah, "Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah, Journal Article", <https://media.neliti.com/media/publications/220478-kualitas-pelayanan-islami-pada-perbankan.pdf>, diakses pada 24 April 2019



Terjemahannya :

Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

Ibnu Jarir meriwayatkan dari al-Bara' bin 'Azib mengenai firman Allah Ta'ala :“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk, lalu kamu nafkahkan darinya.” Ia (al-Bara’) mengatakan, ayat ini turun berkenaan dengan kaum Anshar. Pada hari pemetikan pohon kurma, orang-orang Anshar mengeluarkan busrun (kurma mengkal), lalu menggantungkannya pada tali di antara dua tiang masjid Rasulullah sehingga dimakan oleh kaum fakir miskin dari kalangan muhajirin. Lalu salah seorang di antara mereka sengaja mengambil kurma yang buruk-buruk dan memasukkannya ke dalam beberapa tandan busrun (kurma mengkal), ia mengira bahwa perbuatan itu dibolehkan. Lalu Allah Ta’ala menurunkan ayat berkenaan dengan orang yang mengerjakan hal tersebut :

“Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk, lalu kamu nafkahkan darinya.”

Dan firman-Nya :

“Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Mahaterpuji.” Maksudnya, meskipun Allah Ta’ala memerintahkan kalian bersedekah dengan yang baik-baik, namun Dia Mahakarya dan tidak membutuhkan hal tersebut,

perintah itu tidak lain hanyalah untuk menyamakan antara orang kaya dan orang miskin.<sup>14</sup>

Othman dan Owen telah memperkenalkan enam dimensi untuk mengukur kualitas jasa pada lembaga keuangan syariah. Metode ini menggunakan lima dimensi yang terdapat dalam SERVQUAL dan menambahkan dimensi *compliance*/kepatuhan (kepatuhan terhadap syariat Islam) di dalamnya keenam dimensi tersebut dikenal dengan CARTER model yakni *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Emphaty, dan Responsiveness* (CARTER).

CARTER model dapat digunakan untuk mengukur kualitas jasa pada lembaga yang menjadikan syariah sebagai dasar organisasinya. Dimensi CARTER dijelaskan dalam konsep Islam adalah sebagai berikut<sup>15</sup> :

#### 1. *Compliance* (kepatuhan)

*Compliance* (kepatuhan) adalah kepatuhan terhadap aturan atau hukum-hukum yang telah ditetapkan oleh Allah Ta'ala (syariah). Syariah Islam merupakan pedoman sekaligus aturan yang diturunkan Allah Ta'ala untuk diamalkan oleh para pemeluknya dalam setiap kehidupan agar tercipta keharmonisan dan kebahagiaan.

#### 2. *Assurance* (jaminan)

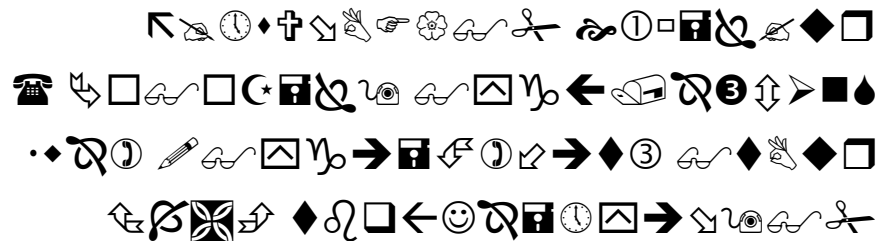
*Assurance* adalah pengetahuan yang luas karyawan terhadap produk, kemahiran dalam menyampaikan jasa, sikap ramah/sopan, serta kemampuan mereka untuk menumbuh kepercayaan pelanggan. Pengetahuan dan kemarin atas suatu produk hanya akan diperoleh dari sebuah proses belajar yang tekun dan bersungguh-sungguh. Islam memerintahkan agar setiap muslim senantiasa belajar

---

<sup>14</sup>Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Alu Syaikh, *Lubaabut Tafsir Min Ibni Katsir*, terj. Abdul Ghoffar E.M., *Tafsir Ibnu Katsir*, (Cet. 1 : Jakarta : PUSTAKA IMAM ASY-SYAFI'I, 2008), 535-536

<sup>15</sup>Adistiary Prayoga, "*Kualitas Jasa Menurut Perspektif Islam, Penjabaran Prinsip CARTER*" <https://adistiaryprayoga.wordpress.com/2012/11/29/kualitas-jasa-berdasarkan-perspektif-islam-penjabaran-prinsip-carter/>. Diakses pada 25-April- 2019

dengan tekun dan terus meningkatkan kemampuan dirinya. Hal ini berdasarkan firman Allah Ta'ala tentang keutamaan orang yang berilmu, sebagaimana dalam Qs. Al-Ankabut [29] : 43, yakni :



Terjemahan :

“Tiada yang memahaminya kecuali bagi orang-orang yang berilmu”<sup>16</sup>

Ini adalah perumpamaan yang dibuat oleh Allah bagi orang-orang musyrik yang menjadikan (bagi mereka) ilah-ilah lain selain Allah, di mana mereka mengharapkan pertolongannya, meminta rizki dan berpegang pada mereka dalam keadaan sempit. Keadaan mereka itu seperti sarang laba-laba dalam kelemahan dan kerapuhannya. Tidak ada di tangan-tangan ilah mereka itu kecuali seperti orang yang berpegangan dengan sarang laba-laba yang tidak dapat merubah apa-apa. Seandainya mereka mengetahui hal tersebut, niscaya mereka tidak akan mengambil selain Allah sebagai penolong. Ini tentu saja berbeda dengan orang Islam yang hatinya beriman kepada Allah, dan di samping itu dia berbuat amal baik dengan mengikuti syari'at. Ia berpegang dengan buhul tali yang amat kuat yang tidak akan lepas karena begitu kuat dan kokohnya. Kemudian Allah berfirman mengancam orang yang menyembah selain Allah dan menyekutukan-Nya, Allah maha mengetahui perbuatan-perbuatan yang mereka lakukan serta mengetahui tandingan-tandingan yang mereka persekutukan serta akan membalas mereka. Sesungguhnya dia adalah Mahabijaksana lagi Mahamengetahui. Kemudian, Allah berfirman : “Dan perumpamaan-perumpamaan Kami buat untuk manusia dan tidak ada yang memahaminya kecuali orang-orang yang berilmu,” yaitu, tidak ada yang dapat memahami dan merenungkannya kecuali orang-orang yang mendalam ilmunya serta menguasainya.<sup>17</sup>

Bagian lain dari dimensi assurance adalah sikap karyawan yang ramah dan sopan. Hal tersebut dapat menarik perhatian dan membentuk hubungan baik

<sup>16</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung : PT. Cordoba Internasional Indonesia, 2012), 634

<sup>17</sup>Abdullah bin Muhammad bin Abdurrahman bin Ishaq Alu Syaikh, *Lubaabut Tafsir Min Ibni Katsir*, terj. M. Abdul Ghoffar E.M., *Tafsir Ibnu Katsir*, (Cet. 1 : Jakarta : PUSTAKA IMAM ASY-SYAFI'I, 2008), 535-536

antara kedua belah pihak. Sikap tersebut merupakan bagian dari etika perdagangan yang harus dijalankan oleh setiap muslim.

### 3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Menyangkut kerelaan sumber daya organisasi untuk memberikan bantuan kepada pelanggan dan kemampuan untuk memberikan pelayanan secara cepat (*responsif*) dan tepat. Daya tanggap merupakan bagian dari profesionalitas. Organisasi yang profesional senantiasa berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, memperhatikan harapan dan masukan dari pelanggan serta meresponnya dengan cepat dan tepat. Jika tidak demikian, berarti manajemen organisasi tersebut telah menzalimi pelanggan.

Nabi Muhammad SAW, juga memerintahkan setiap muslim untuk bertindak sungguh-sungguh serta profesional dalam setiap pekerjaannya agar tidak ada yang terzalimi atas perbuatan yang dilakukannya.

### 4. *Tangible* (bukti fisik)

Menyangkut fasilitas fisik organisasi yang nampak, peralatan yang digunakan, serta bahan komunikasi yang digunakan oleh organisasi jasa. Bukti fisik merupakan tampilan fisik yang akan menunjukkan identitas organisasi sekaligus faktor pendorong munculnya persepsi awal pelanggan terhadap suatu organisasi jasa. Ketidakmampuan organisasi dalam menampilkan bukti fisiknya dengan baik, akan melemahkan citra serta dapat menciptakan persepsi negatif pada pelanggan.

### 5. *Empathy*

Menyangkut kepedulian organisasi terhadap maksud dan kebutuhan pelanggan, dan perhatian khusus terhadap mereka.

Sebuah organisasi jasa syariah harus senantiasa memberikan perhatian khusus terhadap masing-masing pelanggannya yang ditunjukkan dengan sikap

komunikatif yang diiringi kepehaman tentang kebutuhan pelanggan. Hal ini merupakan wujud kepatuhan penyedia jasa terhadap perintah Allah Ta'ala untuk selalu peduli terhadap kondisi dan kebutuhan orang lain.

#### 6. *Reliability* (keandalan)

*Reliability* merupakan kemampuan penyampaian kinerja yang telah dijanjikan kepada pelanggan secara handal dan akurat, artinya pelanggan dapat melihat dan memberikan kesan spontan bahwa kinerja jasa yang diberikan oleh organisasi terjamin, tepat, dan terasa memberikan kemudahan bagi pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari sistematika pelayanan dan bentuk pelayanan.

Kehandalan merupakan inti dari kualitas jasa, karena pelanggan menilainya berdasarkan pengalaman dalam menggunakan jasa tersebut. Oleh karena itu, sebuah organisasi jasa syariah harus mampu menyediakan jasa yang telah dipublikasikannya secara handal dan akurat.

#### d. *Alasan Pentingnya Kualitas Pelayanan*

Isu penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah bagaimana memahami dampak kualitas pelayanan terhadap keuntungan perusahaan dan bagaimana pengaruhnya terhadap keuangan organisasi.

Beberapa studi dilakukan untuk mengetahui peranan kualitas pelayanan dalam kehidupan organisasi. Dalam studinya, Rapert menyatakan kualitas pelayanan sangat mempengaruhi proses perbaikan efektivitas organisasi. Hasil studinya menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan strategi kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan baik untuk saat ini maupun masa depan. Untuk itu reputasi kualitas perusahaan yang baik harus menekankan pada prioritas strategi sehingga dapat meningkatkan *net operating*



*income* atau *growth* tidak hanya dalam jangka pendek tetapi juga jangka panjang.<sup>18</sup>

Pengaruh kualitas pelayanan selain meningkatkan keuntungan dan finansial melalui penciptaan kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen adalah meningkatkan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Kualitas pelayanan sebagai sumber keunggulan kompetitif memiliki peran dalam memperbaiki pelayanan terhadap konsumen dan menghindari masalah-masalah potensial yang muncul. Strategi kualitas dianggap sebagai suatu strategi yang digunakan secara berkelanjutan karena beberapa alasan. *Pertama*, kualitas merupakan sesuatu yang tidak semua perusahaan dapat melakukannya dengan baik. *Kedua*, kualitas memiliki pengaruh dalam meningkatkan kinerja perusahaan di masa yang akan datang. Kualitas pelayanan sangat penting terutama dalam hal planning, leadership, dan implementasi komitmen terhadap perusahaan untuk mengembangkan budaya perusahaan yang memiliki orientasi kualitas dalam setiap aktivitas perusahaan.<sup>19</sup>

*e. Faktor-Faktor Penentu Kesuksesan Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan*

Peningkatan kualitas pelayanan perusahaan akan sukses jika didukung oleh kondisi kondusif yaitu beberapa faktor kunci kesuksesan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Beberapa faktor kunci tersebut meliputi :

*1. Mendengarkan suara pelanggan (Listening The Voice of Customer)*

Dengan mendengarkan suara pelanggan secara sistematis akan membantu perusahaan dalam mengarahkan pembuatan keputusan yang berhubungan dengan

---

<sup>18</sup>Lena Ellitan dan Lina Anatan, *Strategi Bersaing Dalam Service Driven*, (Cet.12; Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET, 2007), 189

<sup>19</sup>Ibid, 191

atribut pelayanan dan memperbaiki sistem pelayanan perusahaan yang kurang baik.

2. Memberikan pelayanan yang handal (*Service Reliability*)

Agar perusahaan mampu memahami dan memenuhi apa yang diharapkan pelanggan, diperlukan suatu kerangka kerja yang membantu perusahaan dalam mendefinisikan keinginan pelanggan.

3. Memberikan pelayanan yang mendasar (*Basic Service*)

Pelanggan menginginkan *basic service* yang erat kaitannya dengan *reliability*. *Reliability* merupakan dimensi yang menunjukkan ciri atau karakteristik yang paling penting dalam menilai kualitas pelayanan.

4. Desain pelayanan (*Service Design*)

Perusahaan perlu memperhatikan dan memperbaiki desain sistem pelayanan yang ada, salah satunya adalah dengan *service mapping*. *Service mapping* merupakan definisi sistem visual pelayanan yang menggambarkan kronologi dan pola-pola kinerja yang memperbaiki pelayanan.

5. Pemulihan (*Recovery*)

Perusahaan harus mampu memulihkan kepercayaan pelanggan jika terjadi masalah-masalah dalam sistem pelayanan.

6. *Surprising Customer*

Dimensi-dimensi kualitas pelayanan (*responsiveness, assurance, empathy, tangibles, dan reliability*) akan memberikan *surprise* bagi pelanggan dengan kecepatan penyampaian yang handal (*uncommon swiftness*), kesopanan (*grace*), keramahan, kompetensi, komitmen atau pemahaman karyawan (*understanding*).

### 7. *Fair Play*

Untuk memperoleh kepercayaan pelanggan, perusahaan harus mempertahankan kejujurannya, artinya memberikan pelayanan kepada pelanggannya seperti yang diharapkan dan dijanjikan pada pelanggan.

### 8. *Team Work*

Untuk memberikan pelayanan yang baik, perusahaan harus secara aktif bekerja dengan *teamwork* yang melibatkan orang-orang dari berbagai bidang fungsional. Tim kerja sangat penting untuk mempertahankan motivasi pekerja dalam memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan.

### 9. *Employee Research*

*Employee research* membantu sistem peringatan awal karena pekerja/karyawan lebih mengetahui rahasia *sistem delivery* pelayanan.

### 10. *Servant Leadership*

*Servant leader* harus berusaha untuk melatih, mengarahkan, mengajarkan, menantang, mengilhami, dan mendengarkan suara karyawannya agar dapat melakukan perannya dengan baik.<sup>20</sup>

## 2. **Kualitas Produk**

### a. *Bank Syariah*

Menurut Undang-Undang No. 10 tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup>Ibid, 195-200

<sup>21</sup>Mia lasmi wardiah, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Bandung : CV PUSTAKA SETIA, 2013), 15

Bank Islam adalah bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. Saat ini, banyak istilah yang diberikan untuk menyebut entitas Bank Islam selain istilah Bank Islam itu sendiri, yaitu bank tanpa bunga (*interest-free bank*), bank tanpa riba (*lariba bank*), dan bank syari'ah (*shari'ah bank*). Di Indonesia, secara teknis yuridis, penyebutan bank Islam mempergunakan istilah resmi “bank syariah”, atau yang secara lengkap disebut “Bank Berdasarkan Prinsip Syariah”.<sup>22</sup>

Antonio dan Perwataatmadja mendefinisikan bank syariah adalah (1) bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam; (2) bank yang tata cara operasionalnya mengacu pada ketentuan Al-Quran dan Hadis, yaitu menjauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsure-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.

Menurut Mudjarad Kuncoro dan Suharjono, bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam, menghindari praktik yang mengandung unsur riba.

Menurut Muhammad, bank syariah adalah (1) bank yang tidak mengandalkan bunga; (2) lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah.

Menurut Muhammad dalam Donna, bank syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariat Islam.

Secara fungsional, fungsi bank syariah tidak berbeda dengan bank konvensional, yaitu lembaga intermediasi (*intermediary institution*) yang

---

<sup>22</sup> Ibid, 75

mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam bentuk fasilitas pembiayaan. Perbedaan pokoknya terletak dalam jenis keuntungan yang diambil dari bank dari berbagai transaksi yang dilakukannya. Bank konvensional mendasarkan keuntungannya dari pengambilan bunga, sedangkan bank syariah mendasarkan keuntungannya pada imbalan, baik berupa jasa (*fee-base income*) maupun *mark-up* atau *profit margin*, serta bagi hasil (*loss and profit sharing*).<sup>23</sup>

Senada dengan Chapra, Lewis dan Algaoud menyimpulkan bahwa tujuan utama perbankan dan keuangan Islam dan perspektif Islam mencakup :

- Penghapusan bunga dari semua transaksi keuangan dan pembaruan semua aktivitas bank agar sesuai dengan prinsip Islam;
- Distribusi pendapatan dan kekayaan yang wajar;
- Mencapai kemajuan pembangunan ekonomi.

Secara umum, tujuan syariah dikategorikan kepada pendidikan (*tarbiyah*), keadilan (*adalah*), dan kesejahteraan umat (*maslahatul ammah*).<sup>24</sup>

## b. Produk-produk Bank Syariah

### 1. *Al-Wadi'ah* (simpanan)

*Al-Wadi'ah* atau dikenal dengan nama titipan atau simpanan, merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perseorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja apabila penitip menghendaki.

### 2. *Al-Mudharabah*

*Al-Mudharabah* adalah akad kerja sama antara dua pihak, yaitu pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak lain menjadi pengelola.

---

<sup>23</sup> Ibid, 76-77

<sup>24</sup> Ibid, 80

### 3. *Ba'i al-murabahah*

*Ba'i al-murabahah* merupakan kegiatan jual beli pada harga pokok dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam hal ini, penjual harus memberitahukan harga pokok ditambah keuntungan yang dinginkannya.

### 4. *Ba'i as-salam*

*Ba'i as-salam*, artinya pembelian barang yang diserahkan kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di muka.

### 5. *Ba'i al-istishna'*

*Ba'i al-istishna'* merupakan bentuk khusus dari akad *ba'i as-salam*. Pengertian *ba'i al-istishna'* adalah kontrak penjualan antara pembeli dan produsen (pembuat barang).

### 6. *Al-Ijarah (leasing)*

*Al-ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.

### 7. *Al-wakalah (amanat)*

*Wakalah* atau *wakilah*, artinya penyerahan atau pendelegasian atau pemberian mandat dari satu pihak kepada pihak lain.

### 8. *Al-kafalah (garansi)*

*Al-kafalah* merupakan jaminan yang diberikan penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung.

### 9. *Al-hawalah*

*Al-Hawalah* merupakan pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dengan kata lain, pemindahan beban utang dari satu pihak ke pihak lain.

### 10. *Ar-rahn*

*Ar-rah*n merupakan kegiatan menahan salah satu harta milik peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Kegiatan seperti ini dilakukan seperti jaminan utang atau gadai.<sup>25</sup>

*c. Produk dan Kualitas Pelayanan (Product and Service Quality)*

Ada hubungan yang erat antara kualitas produk (*product quality*) dan pelayanan, kepuasan nasabah, dan profitabilitas bank. Semakin tinggi kualitas, semakin tinggi kepuasan nasabah dan semakin tinggi pula harga yang menyebabkan biaya yang lebih rendah.<sup>26</sup>

Kualitas produk berkaitan pula dengan hal berikut.

1. *Total Quality Management (TQM)*

*Total Quality Management (TQM)* adalah pendekatan organisasi secara menyeluruh untuk meningkatkan kualitas semua proses, produk, dan pelayanan organisasi yang berkesinambungan.

2. *Maximizing Customer Lifetime Value/CLV* (Memaksimalkan Nilai Pelanggan Selama Hidup)

*Customer Lifetime Value/CLV*, yaitu keuntungan yang bisa dihasilkan nasabah jika ia terus menjadi nasabah suatu bank selama jangka waktu normal.

3. Memaksimalkan *Customer Lifetime Value*

Kasus untuk memaksimalkan nasabah yang menguntungkan jangka panjang (*long-term customer profitability*) ditangkap dalam konsep “Nilai Nasabah Selama Hidup (*Customer Lifetime Value/CLV*).

4. *Customer Profitability* (Nasabah Menguntungkan)

*A Profitability Customer* (seorang nasabah yang menguntungkan) adalah “individu, rumah tangga, atau bank yang dari waktu ke waktu memberikan arus

---

<sup>25</sup> Ibid, 93-97

<sup>26</sup> Ibid, 310

pendapatan yang melebihi arus biaya bank untuk menarik dan melayani nasabah dengan jumlah yang memadai”.

#### 5. *Competitive Advantage* (Keunggulan Daya Saing)

*Competitive Advantage* adalah kemampuan bank untuk bertindak dalam satu atau lebih cara yang tidak dapat atau tak ditandingi oleh para pesaing.

#### 6. Menarik dan Mempertahankan Nasabah

Kunci untuk mempertahankan (*customer retention*) adalah kepuasan nasabah. Oleh karena itu, bank harus memikirkan cara membuat para nasabahnya setia/loyal atau mempertahankan para nasabah (*customer retention*).

#### 7. *Relationship Marketing*

*Relationship marketing* pada dasarnya merupakan langkah-langkah yang dilakukan bank syariah untuk mengenal dan melayani nasabah bernilai/berharga dengan lebih baik. Jadi, dengan *relationship marketing*, bank syariah berusaha menarik dan mempertahankan nasabah.

#### 8. *Building Loyalty* (Membangun Kesetiaan)

Mengembangkan nasabah supaya lebih setia, berarti meningkatkan penerimaan bank. Akan tetapi, bank harus mengeluarkan lebih banyak biaya untuk membentuk kesetiaan nasabah yang lebih besar (*high customer loyalty*) itu.

#### 9. *Forming Strong Customer Bonds* (Membentuk Ikatan Nasabah Yang Kuat)

Ada beberapa manfaat keuangan yang ditawarkan bank kepada nasabahnya, yaitu :

- ✓ Program pemasaran frekuensi (yaitu, program yang memberikan imbalan bagi pelanggan yang sering membeli atau membeli dalam partai besar)



- ✓ Program pemasaran klub pemasaran-klub keanggotaan, yaitu anggota akan mendapatkan beberapa kemudahan dalam beberapa aktivitas, misalnya : diskon berbelanja di sebuah mall, menginap di sebuah hotel, dan sebagainya
- ✓ Dengan menambahkan manfaat sosial di samping manfaat financial – bank syariah berusaha meningkatkan ikatan sosial mereka dengan para nasabah, dengan cara membuat hubungan dengan nasabah secara lebih pribadi
- ✓ Menambah ikatan struktural di samping manfaat finansial dan sosial – yaitu bank syariah memberikan alat khusus kepada nasabah atau hubungan computer.

#### *10. Reducing Customers Defection*

Bank harus lebih memerhatikan tingkat alih setia pelanggannya (*customer defection rate*), yaitu tingkat kehilangan nasabah mereka dan mengambil langkah-langkah untuk mengurangnya.<sup>27</sup>

#### *d. Pengembangan Produk dan Pemilihan Teknologi*

Kesuksesan pengembangan produk dan pemilihan teknologi yang digunakan dapat menciptakan keunggulan tersendiri bagi perusahaan. Produk harus dikembangkan atau diperbaiki secara terus-menerus untuk memenuhi tuntutan pasar, karena hanya produk-produk yang fleksibel saja yang nantinya akan dapat bersaing di arena global.

Untuk menggalang semangat dan obsesi akan pengembangan produk perusahaan mau tidak mau harus memiliki visi yaitu wawasan ke depan yang menggambarkan bagaimana wujud pasar masa depan. Unsur lain yang penting dalam menumbuhkan obsesi produk baru adalah melalui tim-tim kerja yang diberi

---

<sup>27</sup>Ibid, 311-318

tanggung jawab luas untuk mengembangkan produk baru atau melakukan *continuous improvement*.

Yang perlu digaris bawahi disini adalah bahwa pengembangan produk, pemilihan teknologi, dan inovasi adalah suatu proses tanpa akhir. Jika perusahaan sudah puas dengan keberadaannya saat ini maka ia akan segera digulung oleh gelombang persaingan yang semakin besar. Untuk bisa meningkatkan daya saing perusahaan, strategi pengembangan produk, *positioning*, pemilihan teknologi, dan inovasi semestinya dilakukan dengan tepat dan terencana.<sup>28</sup>

### **3. Kinerja Karyawan**

#### *a. Pengertian Kinerja*

Istilah kinerja berasal dari kata *Job Performance* atau *Actual Performance* (prestasi kerja atau prestasi sesungguhnya yang dicapai oleh seseorang). Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.<sup>29</sup>

Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan memberikan kontribusi pada ekonomi. Dengan demikian, kinerja adalah tentang melakukan pekerjaan dan hasil yang dicapai dari pekerjaan tersebut. Namun, sebenarnya kinerja mempunyai makna yang lebih luas, bukan hanya hasil kerja, tetapi termasuk bagaimana proses pekerjaan berlangsung.

---

<sup>28</sup>Lena Ellitan dan Lina Anatan, *Strategi Bersaing Dalam Service Driven*, (Cet.12; Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET, 2007), 18-19

<sup>29</sup>Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2011), 67

Kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama, didesain dengan memperhatikan standar kerja yang telah disusun oleh perusahaan dan disepakati oleh karyawan sebagai dasar hasil kerja yang harus dicapai.<sup>30</sup>

*b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja*

Menurut Gibson faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja sebagai berikut :

a) Faktor individu

Faktor individu meliputi : Kemampuan, keterampilan, latar belakang keluarga, pengalaman kerja, tingkat dan demografi seseorang.

b) Faktor psikologis

Faktor psikologis terdiri dari : persepsi, peran, sikap, kepribadian, motivasi, lingkungan kerja dan kepuasan kerja.

c) Faktor organisasi

Struktur organisasi, desain pekerjaan, kepemimpinan dan imbalan.

*c. Indikator Kinerja*

Terdapat tujuh indikator kinerja, dua diantaranya mempunyai peran sangat penting yaitu tujuan dan motif. Kinerja ditentukan oleh tujuan yang hendak dicapai dan untuk melakukannya diperlukan adanya motif. Tanpa dorongan motif untuk mencapai tujuan, kinerja tidak akan berjalan. Kinerja memerlukan adanya dukungan sarana, kompetensi, peluang, standar, dan umpan balik dengan penjelasan sebagai berikut :

---

<sup>30</sup>Wibowo, *Manajemen Kinerja* (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), 7

### 1. Tujuan

Merupakan se/suatu keadaan yang lebih baik yang ingin dicapai di masa yang akan datang. Dengan demikian, tujuan menunjukkan arah kemana kinerja harus dilakukan. Atas dasar arah tersebut, dilakukan kinerja untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan diperlukan kinerja individu, kelompok dan organisasi. Kinerja individu maupun organisasi berhasil apabila dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

### 2. Standar

Merupakan suatu ukuran apakah tujuan yang diinginkan dapat dicapai. Tanpa standar, tidak dapat diketahui kapan suatu tujuan tercapai. Standar menjawab pertanyaan tentang kapan kita tahu bahwa kita sukses atau gagal. Kinerja seseorang dikatakan berhasil apabila mampu mencapai standar yang ditentukan atau disepakati bersama antara atasan dan bawahan.

### 3. Umpan Balik

Merupakan masukan yang dipergunakan untuk mengukur kemajuan kinerja, standar kinerja dan pencapaian tujuan. Dengan umpan balik dilakukan evaluasi terhadap kinerja dan sebagai hasilnya dapat dilakukan perbaikan kinerja.

### 4. Alat atau Sarana

Merupakan sumber daya yang dapat dipergunakan untuk membantu menyelesaikan tujuan dengan sukses. Alat atau sarana merupakan faktor penunjang untuk pencapaian tujuan. Tanpa alat atau sarana, tugas pekerjaan spesifik tidak dapat dilakukan dan tujuan tidak

dapat diselesaikan sebagaimana seharusnya. Tanpa alat tidak mungkin dapat melakukan pekerjaan.

#### 5. Kompetensi

Merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk menjalankan pekerjaan yang diberikan kepadanya dengan baik. Kompetensi memungkinkan seseorang mewujudkan tugas yang berkaitan dengan pekerjaan yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

#### 6. Motif

Merupakan alasan atau pendorong bagi seseorang untuk melakukan sesuatu. Manajer memfasilitasi motivasi kepada karyawan dengan insentif berupa uang, memberikan pengakuan, menetapkan tujuan menantang, menetapkan standar terjangkau, meminta umpan balik, memberikan kebebasan melakukan pekerjaan termasuk waktu melakukan pekerjaannya, menyediakan sumber daya yang diperlukan dan menghapus tindakan yang mengakibatkan disintensif.

#### 7. Peluang

Pekerja perlu mendapatkan kesempatan untuk menunjukkan prestasi kerjanya. Terdapat dua faktor yang menyumbangkan pada adanya kekurangan kesempatan untuk berprestasi, yaitu ketersediaan waktu dan kemampuan untuk memenuhi syarat. Tugas mendapatkan prioritas lebih tinggi, mendapatkan perhatian lebih banyak, dan mengambil waktu yang tersedia. Jika pekerja dihindari karena supervisor tidak percaya terhadap kualitas atau kepuasan konsumen, mereka secara efektif akan dihambat dari kemampuan memenuhi syarat untuk berprestasi.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup>Wibowo, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), 102-105

#### d. Kinerja Dalam Syariat Islam

Bekerja menurut islam, adalah wajib hukumnya. Islam juga memberikan tuntunan agar dalam bekerja manusia bersikap professional. Profesionalisme dalam pandangan Islam dicirikan oleh hal sebagai berikut<sup>32</sup> :

- ✓ Kafa'ah yaitu adanya keahlian dan kecakapan dalam bidang pekerjaan yang dilakukan, hal ini dapat diperoleh melalui pendidikan, pelatihan, dan pengalaman.
- ✓ Himmatul 'Amal yaitu memiliki semangat atau etos kerja yang tinggi, hal ini dapat diraih dengan menjadikan ibadah sebagai pendorong atau motivasi utama dalam bekerja.
- ✓ Amanah, yaitu percaya dan bertanggung jawab dalam menjalankan berbagai tugas dan kewajibannya serta tidak berkhianat terhadap jabatan yang didudukinya sifat ini dapat diperoleh dengan menjadikan tauhid sebagai unsure pendorong utama tingkah laku.

#### 4. Kepuasan Nasabah

##### a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.<sup>33</sup> Kepuasan nasabah menurut Kontler adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup>Nur Zainal, "Pengaruh Kompensasi Moneter Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Kinerja Karyawan", [https://ethess.uin-malang.ac.id/2590/6/08510125\\_Bab\\_2.pdf](https://ethess.uin-malang.ac.id/2590/6/08510125_Bab_2.pdf) di akses 25 Maret 2019

<sup>33</sup>Susantyo Herlambang, *Public Relations and Customer Service*, (Cet. 1 ; Yogyakarta : Gosyen Publishing, 2010), 81

<sup>34</sup>Destika Primasari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran". Skripsi (Salatiga

Pelanggan bergerak setelah membentuk persepsi terhadap penawaran. Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kinerja dan harapan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan merupakan perbedaan daya guna yang dirasakan konsumen (*perceived performance atau perceived outcome*) dan harapan yang ada (*expectation*). Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga macam keadaan berikut ini :

- 1) Kalau kinerja di bawah harapan pelanggan maka pelanggan tidak puas.
- 2) Kalau kinerja sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelanggan memperoleh kepuasan.
- 3) Kalau kinerja melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelanggan sangat puas dan gembira (*delighted*).

Perusahaan dapat dikatakan berhasil memuaskan pelanggan jika dapat memenuhi harapan-harapan yang ada. Perusahaan sudah semestinya memberikan tingkat kepuasan yang tinggi pada pelanggan, sebab pelanggan yang mendapatkan kepuasan yang cukup hanya akan bertahan untuk sementara waktu dan dengan mudah beralih pada perusahaan/produsen lain yang memberikan penawaran lebih baik. Pelanggan yang mendapatkan tingkat kepuasan tinggi akan memiliki ikatan pada merek produk, bukan hanya pada preferensi rasional dan akhirnya semua ini akan membangun loyalitas pelanggan.

Memenuhi keinginan pelanggan sebagai upaya memberikan kepuasan kepada pelanggan membutuhkan keahlian dan keterampilan khusus untuk merumuskan apa yang diinginkan pelanggan. Secara umum, produk bermutu tinggi, harga murah, pengiriman yang cepat, memuaskan pelanggan, citra perusahaan baik, dan dapat memenuhi kebutuhan yang bersifat mendadak adalah harapan pelanggan atas produk yang dibeli.

“Superioritas pelayanan merupakan kunci sukses memikat dan mempertahankan pelanggan.” Demikian yang dikatakan Ken Blanchard dalam tulisannya, *Give Your Customer Something to Rave About*. Dengan superioritas pelayanan akan tercipta pelanggan yang mempunyai perhatian besar pada pelanggan.<sup>35</sup>

*b. Faktor-Faktor Penunjang Kepuasan Pelanggan*

Untuk memuaskan nasabah perlu diketahui faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah. Menurut Irawan ada lima yaitu:

1. Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
3. Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia.
4. Faktor emosional rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh *emotional value* yang mendasari kepuasan pelanggan.
5. Biaya pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup>Lena Ellitan dan Lina Anatan, *Strategi Bersaing Dalam Service Driven*, (Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET, 2007), 233-240

<sup>36</sup>Destika Primasari, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran”. Skripsi (Salatiga : Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2016), <http://erepository.perpus.iainsalatiga.ac.id/957/1/DE-STIKA>, Diakses pada tanggal 18-Maret-2019



Seorang pelanggan yang puas dan memperoleh manfaat akan bercerita kepada orang-orang terdekat, dan secara tidak sadar mereka ikut memasarkan pelayanan yang telah mereka terima atau berpromosi kepada orang lain.

Untuk mencapai kepuasan pelanggan dalam konteks pelayanan diperlukan beberapa kondisi dan usaha, antara lain :

- a. Pemahaman tentang filosofi kepuasan pelanggan
- b. Mengenal kebutuhan atau harapan pelanggan
- c. Membuat standar dan pengukuran kepuasan pelanggan
- d. Orientasi karyawan dalam pelayanan
- e. Pelatihan
- f. Keterlibatan karyawan
- g. Pengakuan dan penghargaan<sup>37</sup>

Faktor-faktor penunjang dalam rangka memberikan pelayanan kepada pelanggan yang bermutu, terdiri dari :

#### A. Sikap

Sikap yang menunjang keberhasilan dalam pelayanan pelanggan yang bermutu (*Customer Service Excellence*) yaitu :

1. Percaya diri
2. Selalu berpikir dan bersikap positif
3. Service oriented (berorientasi melayani bukan dilayani)
4. Disiplin
5. Sopan, ramah, dan terbuka
6. Memiliki consulting skill (kemampuan untuk memberikan konsultasi)
7. Memiliki semangat dan energi

---

<sup>37</sup> Susantyo Herlambang, *Public Relations and Customer Service*, (Cet. 1 ; Yogyakarta : Gosyen Publishing, 2010), 82-83

8. Memiliki kemampuan untuk toleransi (terhadap keadaan-keadaan yang dapat menimbulkan frustrasi)
9. Memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan
10. Dedikasi tinggi dan loyal / setia terhadap perusahaan
11. Dapat bekerjasama
12. Bersikap dewasa (tidak kekanak-kanakan)
13. Dapat mengontrol diri sendiri
14. Visioner (memiliki pandangan yang jauh ke depan mengenai pekerjaan dan karir)
15. Mampu berkomunikasi dengan baik
16. Menampilkan citra diri yang tepat

#### B. Etika dan etiket

Dengan memperhatikan etiket pergaulan akan menunjang keberhasilan dalam pelayanan pelanggan yang bermutu (*customer service excellence*), etiket tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Kesan pertama dan kesan terakhir yang baik
- b. Memberikan kesan positif terhadap diri anda dan perusahaan
- c. Sikap sopan dalam menerima tamu dan bertamu
- d. Sikap tubuh yang baik
- e. Etika berbicara, bertelepon, dan berbusana

#### C. Komunikasi

Komunikasi pada intinya adalah penyampaian pesan, yang dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Yang harus diperhatikan dalam berkomunikasi :

1. Secara verbal, suara anda hendaknya :
  - ✓ Mudah dimengerti dan jelas
  - ✓ Pernapasan baik

- ✓ Tidak menggunakan kata-kata yang sulit dimengerti/kasar
  - ✓ Tinggi nada suara tepat
  - ✓ Hangat dan bersahabat
  - ✓ Aksen daerah tidak terlalu kental
  - ✓ Intonasi tepat, tidak monoton
  - ✓ Ekspresif
  - ✓ Pengucapan kata-kata tepat
  - ✓ Tidak menggunakan bahasa slank
2. Secara non verbal :
- ✓ Kontak mata
  - ✓ Ekspresi wajah
  - ✓ Senyum
  - ✓ Gerakan tubuh
  - ✓ Sikap tubuh
3. Menjadi pendengar yang baik :
- ✓ Mampu berempati dan bersimpati
  - ✓ Bisa memberikan pendapat
  - ✓ Dapat mengingatkan hal-hal penting
  - ✓ Respon atau interupsi pada saat yang tepat, bermutu, dan mendukung
  - ✓ Mendengarkan dan belajar

#### D. Penampilan Diri

Didalam dunia bisnis, penampilan anda lebih kepada sikap respek anda terhadap orang lain, terhadap pelanggan. Penampilan juga mencerminkan tingkat profesionalisme anda. Penampilan yang baik hendaknya selalu dalam keadaan

rapi dan bersih, menghadirkan kepribadian anda yang sesuai dengan waktu, situasi, tujuan, serta tempat pertemuan.<sup>38</sup>

*c. Langkah-Langkah Memuaskan Pelanggan*

Langkah-langkah dalam upaya menghasilkan pelayanan pelanggan yang bermutu (*Customer Service Excellence*) adalah sebagai berikut :

1. Buatlah segala sesuatu mudah bagi pelanggan (tidak mempersulit masalah tetapi mampu memberikan solusi)
2. Jangan biarkan pelanggan anda sebagai kelinci percobaan oleh karyawan baru (latih dan tingkatkan kemampuan setiap karyawan yang ada agar mempunyai kemampuan untuk melayani)
3. Kenali perusahaan anda secara keseluruhan
4. Hati-hatilah dengan kebijakan dan peraturan yang terlalu kaku atau telah kadaluwarsa
5. Berbahasa Indonesia yang baik dan benar kepada seluruh orang yang terlibat di dalam perusahaan atau organisasi
6. Jangan menganggap pelanggan anda serba tahu, berikan informasi yang jelas mengenai perusahaan anda secara jelas
7. Memberikan sesuatu yang lebih kepada pelanggan, misalnya ucapan selamat dan bingkisan saat ulang tahun atau hari raya
8. Selalu haus dengan tanggapan atau saran dari pelanggan
9. Respek dan perhatian terhadap ide-ide pelanggan
10. Hindari janji yang berlebihan kepada pelanggan
11. Pelanggan membeli manfaat, bukan jasa atau produk dari anda
12. Jangan jalankan bisnis atau perusahaan seperti kantor polisi yang keras dan kaku

---

<sup>38</sup>Ibid, 83-88

13. Harga yang murah tidak selamanya dapat mengalahkan pelayanan yang baik (tidak ada barang yang mahal adanya orang yang tidak minat membeli)
14. Lakukan pekerjaan dengan baik dan professional untuk menghemat biaya
15. Selalu membina hubungan baik dengan pelanggan
16. Perhatikan hal-hal kecil secara mendetail
17. High tech tidak selamanya mengalahkan personal touch (pendekatan personal lebih baik)
18. Jujur menilai komitmen pelayanan anda terhadap pelanggan.<sup>39</sup>

*d. Kepuasan Nasabah Menurut Perspektif Islam*

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya dengan :<sup>40</sup>

- a) Sifat Jujur
- b) Sifat Amanah
- c) Benar

**C. Kerangka Pemikiran**

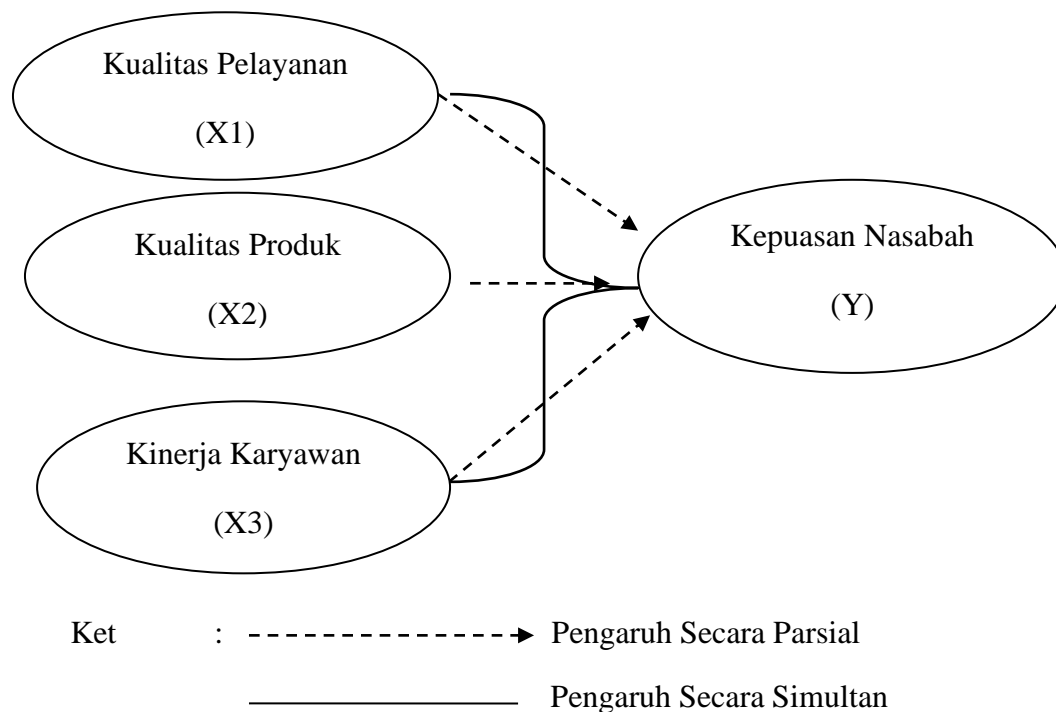
---

<sup>39</sup> Ibid, 91-93

<sup>40</sup> Yusuf Qardhawi, “*Norma dan Etika Ekonomi Islam*”, (Jakarta : Gema Insani Press, 1997), 178

Berdasarkan literatur review dan landasan teori, maka untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu, menggunakan bentuk analisis kuantitatif (Variabel Moderating), sehingga kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



#### ***D. Hipotesis***

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup>Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, (Cet 7 : Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 76

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang diuraikan diatas maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

- H<sub>1</sub> : diduga bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mega Syariah Cabang Palu.
- H<sub>2</sub> : diduga bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Mega Syariah Palu.
- H<sub>3</sub> : diduga bahwa kinerja karyawan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah Bank Mega Syariah Palu.
- H<sub>4</sub> : diduga bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah dalam perspektif syariat Islam pada Bank Mega Syariah.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### *A. Desain dan Pendekatan Penelitian*

Desain penelitian (disebut juga rancangan penelitian; proposal penelitian atau usul penelitian) adalah penjelasan mengenai berbagai komponen yang akan digunakan peneliti serta kegiatan yang akan dilakukan selama proses penelitian. Penyusunan desain penelitian adalah tahap perencanaan penelitian yang biasanya disusun secara logis dan mampu memvisualisasikan rencana dan proses penelitian secara praktis.

Desain penelitian berfungsi sebagai arah dan pedoman bagi peneliti mengenai apa yang harus dilakukan di lapangan, data apa saja yang harus dikumpulkan, bagaimana cara menganalisis data dan terakhir, desain penelitian akan menentukan hasil apa yang harus dicapai setelah menyelesaikan proses penelitian.<sup>1</sup>

Pendekatan (*approach*) merupakan cara pandang terhadap suatu objek atau permasalahan.<sup>2</sup> Hasrat ingin tahu manusia terpuaskan kalau dia memperoleh pengetahuan mengenai hal yang dipertanyakannya. Dan pengetahuan yang diinginkannya adalah pengetahuan yang benar. Pengetahuan yang benar atau

---

<sup>1</sup>Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Cet. 3 : Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2012), 131-132

<sup>2</sup>Ibid, 11



kebenaran memang secara inheren dapat dicapai manusia, baik melalui pendekatan non ilmiah maupun pendekatan ilmiah.<sup>3</sup>

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini terfokus untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah di bank mega syariah cabang Palu. Pendekatan ini termasuk ke dalam pendekatan ilmiah karena dilakukan dengan langkah-langkah tertentu dengan tata urutan tertentu pula sehingga tercapai pengetahuan yang benar dan logis. Perolehan hasil dari data-data dalam penelitian ini berbentuk angka-angka yang selanjutnya akan dilakukan analisis melalui statistik.

### ***B. Lokasi Penelitian***

Lokasi dalam penelitian ini adalah PT. Bank Mega Syariah Cabang Palu, yang terletak di Jalan Jendral Sudirman No. 07 Palu, Sulawesi Tengah.

### ***C. Populasi dan Sampel***

#### **1. Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.<sup>4</sup> Populasi pada penelitian ini adalah nasabah tabungan utama bank mega syariah cabang Palu sebanyak 900 nasabah.

---

<sup>3</sup>Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Cet.16 : Jakarta : Bumi Aksara, 2016), 6

<sup>4</sup>Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Cet. 3 : Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2012), 73

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau, sampel dapat didefinisikan sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.<sup>5</sup>

Untuk menentukan besarnya sampel, peneliti menggunakan rumus dengan Metode Slovin, yaitu :<sup>6</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = besaran sampel

N = besaran populasi

E = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).

Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 900 nasabah dengan penjabaran sebagai berikut :

Diketahui N = 900 nasabah dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel 10 %.

$$n = \frac{N}{1 + (0,1)^2} = \frac{900}{1 + 900 (0,01)} = \frac{900}{1 + 9} = \frac{900}{10} = 90$$

---

<sup>5</sup>Ibid, 74

<sup>6</sup>Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Cet. 10 : Jakarta : Rajawali Pers, 2011), 137-138

Berdasarkan rumus tersebut maka diperoleh sampel dalam penelitian ini sebanyak 90 nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu dari 900 yang menjadi populasi.

Metode dalam pengambilan sampel adalah teknik probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dengan cara simple random sampling dimana peneliti mengambil anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.<sup>7</sup>

#### ***D. Variabel Penelitian***

Variabel merupakan pusat perhatian didalam penelitian kuantitatif yang dapat didefinisikan

#### ***E. Definisi Operasional***

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat yang didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi). Definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut :

**TABEL 3.1**

**Definisi Operasional Variabel**

<b>No.</b>	<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>
1.	Kualitas Pelayanan	Menurut Wyckof (Lovelock, 1988) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan	-Penilaian Nasabah atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau

<sup>7</sup>Syofian Siregar, Statistika Deskriptif Untuk Penelitian (Cet. 1 : Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2010), 145

		pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. <sup>8</sup>	layanan secara menyeluruh. -Keandalan ( <i>Reliability</i> ) -Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> ) -Jaminan ( <i>Assurance</i> ) -Empati ( <i>Empathy</i> ) -Wujud Fisik ( <i>Tangible</i> ) <sup>9</sup>
2.	Kualitas Produk	Kualitas produk adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-	-Kinerja -Pelayanan -Ketahanan -Keandalan -Karakteristik Produk

---

<sup>8</sup>Lena Ellitan dan Lina Anatan, *Strategi Bersaing Dalam Service Driven*, (Cet. 12 ; Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET, 2007), 182

<sup>9</sup>Destika Primasari, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran*”. Skripsi (Salatiga :Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2016), <http://erepository.perpus.iainsalatiga.ac.id/957/1/DESTIKA>, Diakses pada tanggal 18-Maret-2019

		kebutuhan yang telah ditentukan. <sup>10</sup>	-Kesesuaian dengan spesifikasi -Hasil
3.	Kinerja Karyawan	Kinerja adalah hasil kerja yang secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. <sup>11</sup>	-Penampilan -Kedisiplinan -Kecepatan dan ketepatan waktu -Tanggung jawab -Keramahan dan kesopanan

---

<sup>10</sup>Destika Primasari, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran”*. Skripsi (Salatiga :Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2016), <http://erepository.perpus.iainsalatiga.ac.id/957/1/DESTIKA>, Diakses pada tanggal 18-Maret-2019

<sup>11</sup>Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2011), 67

4.	Kepuasan Nasabah	Kepuasan nasabah yaitu respon berupa perasaan puas yang timbul karena pengalaman mengonsumsi suatu produk atau layanan, atau sebagian kecil dari pengalaman itu. <sup>12</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Kualitas produk</li> <li>-Harga</li> <li>-Kualitas pelayanan</li> <li>-Kinerja Karyawan</li> <li>-Faktor Emosional</li> <li>-Biaya</li> </ul>
----	------------------	--	---

#### ***F. Instrumen Penelitian***

Instrument penelitian merupakan alat bantu yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner atau angket yang berisi butir-butir pernyataan untuk diisi oleh responden yaitu nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu.<sup>13</sup> Adapun pernyataan tersebut dibuat dalam bentuk skala Likert.

Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam

---

<sup>12</sup>Destika Primasari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran". Skripsi (Salatiga :Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2016), <http://erepository.perpus.iainsalatiga.ac.id/957/1/DESTIKA>, Diakses pada tanggal 18-Maret-2019

<sup>13</sup>Husein Umar, *Riset pemasaran & Perilaku Konsumen* (Cet. 1 : Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), 170

penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian.<sup>14</sup>

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.<sup>15</sup> Contoh kategori pernyataan dengan jawaban sangat tidak setuju sampai sangat setuju :

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Dari kategori diatas bahwa angka 1 menunjukkan responden sangat tidak setuju terhadap pernyataan yang diberikan, sedangkan pada angka 5 menunjukkan responden sangat setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

### ***G. Teknik Pengumpulan Data***

Keberadaan data mutlak diperlukan dalam sebuah penelitian. Untuk menjawab sebuah permasalahan dalam penelitian, kita sangat membutuhkan data dari berbagai sumber. Data dapat didefinisikan sebagai sekumpulan informasi; informasi

---

<sup>14</sup> Ibid, 134

<sup>15</sup>Ibid, 135

atau angka hasil pencatatan atas suatu kejadian atau sekumpulan informasi yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian.<sup>16</sup>

Pengumpulan data dapat dilakukan berbagai sumber dan berbagai cara. Maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan sebagai berikut<sup>17</sup> :

#### 1. Data primer

- a) Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.<sup>18</sup>
- b) Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara peneliti mengajukan pertanyaan secara lisan kepada seseorang (informan atau responden).<sup>19</sup>
- c) Kuisisioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pernyataan tersebut.<sup>20</sup>

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder data yang kita butuhkan yang diperoleh dari literature,

---

<sup>16</sup>Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cet. 5 : Jakarta : Rajawali Pers, 2016), 84

<sup>17</sup>Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen* (Yogyakarta : BPFY-Yogyakarta, 2002), 146

<sup>18</sup>Ibid, 157

<sup>19</sup>Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cet. 5 : Jakarta : Rajawali Pers, 2016), 85

<sup>20</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Cet. 2 : Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2011), 49



jurnal, majalah, Koran, dll atau data-data yang berhubungan dengan penelitian.<sup>21</sup>

Atau data yang berasal dari orang-orang kedua atau bukan data yang datang secara langsung, data ini mendukung pembahasan dari penelitian, untuk itu beberapa sumber buku atau data yang diperoleh akan membantu dan mengkaji secara kritis penelitian tersebut.<sup>22</sup> Untuk memperoleh data ini peneliti mengambil sejumlah buku-buku, brosur, *website*, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### ***H. Teknik Analisis Data***

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Yaitu, proses analisis yang terdapat data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan secara statistik untuk mengukur Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu.

##### **1. Uji Validitas dan Reabilitas**

###### **a. Uji Validitas**

Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Dalam penelitian ini, dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang

---

<sup>21</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Cet. 2 : Jakarta : Prenada Kencana Group, 2005), 122

<sup>22</sup>Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Edisi Revisi, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Off Set, 2006), 160

diteliti. Kriteria pengukurannya apabila korelasi lebih besar dari 0,3 menggunakan aplikasi SPSS.<sup>23</sup>

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliable atau konsisten.<sup>24</sup> Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsisten alat ukur dan menunjukkan sejauh mana alat ukiur tersebut dapat dipercaya dan diandalkan dalam penelitian. Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach alpha* dengan menggunakan SPSS 16,0. Kemudian hasil *alpha* hitung diinterpretasikan pada tabel nilai r. jika tingkat alpha hitung >0,60 maka alat ukur tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

#### c. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu, persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen. Metode analisis regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e_i$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Kepercayaan

X2 = Kemudahan

---

<sup>23</sup>V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015), 31

<sup>24</sup> Ibid, 192

- X3 = Kualitas Informasi
- b1-b3 = Koefisien Regresi
- a = Konstanta
- ei = Faktor Kesalahan / Error

d. Uji Asumsi Klasik

Perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian meliputi :

a) Uji normalitas

Bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data yang berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita.<sup>25</sup>

Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun cara untuk mendeteksinya, yaitu dengan analisis grafik. Analisis grafik merupakan cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.<sup>26</sup>

b) Uji Multikolinearitas

---

<sup>25</sup>Haryadi sarjono dan winda julianti, *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset* (Jakarta : SalembaEmpat, 2011), 53

<sup>26</sup>Ibid, 91

Multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya multikolinearitas.

Untuk mendeteksi tidak adanya multikolinearitas dengan melihat nilai Tolerance dan besar nilai VIF maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas. Dalam kebanyakan penelitian menyebutkan bahwa Tolerance lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.<sup>27</sup>

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Model inilah yang diharapkan terjadi. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas.

Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi heteroskedastisitas atau tidak, penelitian ini menggunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen. Uji heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel bebas, yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di *stadentized*.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup>Dwi Priyatno, “*Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*”, (Yogyakarta : Penerbit Gava Media, 2013), 47

<sup>28</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate, Dengan Program IBM SPSS 21, bnm* (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 93

d) Uji Hipotesis

1. Uji F

Uji F atau uji koefisien regresi secara serentak, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.

2. Uji T

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Untuk mengetahui koefisien penentu yaitu dengan mengkuadratkan koefisien parsial yang akan menjadi koefisien parsial yang artinya penyebab perubahan pada variabel Y yang datangnya dari variabel X1, X2.<sup>29</sup>

e) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai *R square* yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sebaliknya, nilai *R square* yang menandakan variabel-variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan oleh variabel dependen. Nilai yang digunakan adalah *adjusted R square* Karena variabel independen yang digunakan dalam penelitian lebih dari dua buah variabel.<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup>Dwi Priyatno, “*Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate Dengan SPSS*”(Yogyakarta : Penerbit Gava Media, 2013), 50

<sup>30</sup>Ibid, 60

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### ***A. Gambaran Umum Objek Penelitian***

##### **1. Sejarah Umum Bank Mega Syariah Cabang Palu**

Berawal dari PT. Bank Umum Tugu (Bank Tugu). Bank umum yang didirikan pada 14 Juli 1990 melalui Keputusan Menteri Keuangan RI No. 1046/KMK/013/1990 tersebut, diakuisisi CT Corpora melalui Mega Corpora dan PT Para Rekan Investama pada 2001. Sejak awal, para pemegang saham memang ingin mengonversi bank umum konvensional itu menjadi bank umum syariah. Keinginan tersebut terlaksana ketika Bank Indonesia mengizinkan Bank Tugu dikonversi menjadi bank syariah melalui keputusan Deputy Gubernur Bank Indonesia No. 6/10/KEP.DpG/2004 menjadi PT Bank Syariah Mega Indonesia (BSMI) pada 27 Juli 2004, sesuai dengan Keputusan Deputy Gubernur Bank Indonesia No. 6/11/KEP.DpG/2004. Pengonversian tersebut dicatat dalam sejarah perbankan Indonesia sebagai upaya pertama pengonversian bank umum konvensional menjadi bank umum syariah.

Pada 25 Agustus 2004, BSMI resmi beroperasi. Sejak 2 November 2010 sampai dengan sekarang, melalui Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/75/KEP.GBI/DpG/2010, PT. Bank Syariah Mega Indonesia berganti nama menjadi PT Bank Mega Syaiah.

Sejak 16 Oktober 2008, Bank Mega Syariah telah menjadi bank devisa. Dengan status tersebut, bank ini dapat melakukan transaksi devisa dan terlibat dalam perdagangan internasional. Artinya, status itu juga telah memperluas

jangkauan bisnis bank ini, sehingga tidak hanya menjangkau ranah domestic, tetapi juga ranah internasional. Selain itu, pada 8 April 2009, Bank Mega Syariah memperoleh izin dari Departemen Agama Republik Indonesia (Depag RI) sebagai bank penerima setoran biaya penyelenggaraan ibadah haji (BPS BPIH).<sup>1</sup>

PT. Bank Mega Syariah Cabang Palu berdiri sejak November 2010. Berawal dari MMS (Mega Mitra Syariah) yang menjalankan sistem operasionalnya berbasis pembiayaan mikro yang dibuka di beberapa cabang yang tersebar di Sulawesi tengah diantaranya KC. Masomba, KCP. Manonda, KCP. Tolai, KCP. Ampana, dan KCP. Luwuk. Pada tahun 2016, seluruh KCP MMS ditutup dan beralih ke funding dan pembiayaan komersil. Pada awal tahun 2019 MMS sudah beralih ke Bank Mega Syariah Cabang Palu yang berletak di Jl. Jendral Sudirman No. 17, Palu.

## 2. Visi dan Misi Bank Mega Syariah Cabang Palu

### a. Visi

Tumbuh dan Sejahtera Bersama Bangsa.

### b. Misi

- Bertekad mengembangkan perekonomian syariah melalui sinergi dengan semua pemangku kepentingan
- Menebarkan nilai-nilai kebaikan yang Islami dan manfaat bersama sebagai wujud komitmen dalam berkarya dan beramal
- Senantiasa meningkatkan kecakapan diri dan berinovasi mengembangkan produk serta layanan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>[www.megasyariah.co.id](http://www.megasyariah.co.id) diakses pada 15 Oktober 2019

<sup>2</sup><http://www.megasyariah.co.id>

### ***B. Deskripsi Kuisisioner dan Sampel Penelitian***

Penelitian ini dilakukan pada Bank Mega Syariah Cabang Palu yang beralamatkan di Jl. Jend. Sudirman No. 07 Palu, Sulawesi Tengah. Data penelitian ini menggunakan instrumen kuisisioner yang dibagikan kepada nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu yang terdiri dari 90 nasabah sebagai sampel penelitian. Kuisisioner disebar oleh peneliti kepada sampel yang diteliti dengan perincian sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Kuisisioner**

<b>Jumlah Sampel</b>	<b>Kuisisioner Disebar</b>	<b>Kuisisioner Kembali</b>	<b>Kuisisioner Diolah</b>	<b>Presentase</b>
90	90	90	90	100 %

*Sumber : Hasil Penelitian*

Pada bab tiga dijelaskan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 90 orang nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu. Data responden dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden**

<b>No.</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
1.	Laki – laki	35	38,8%
2.	Perempuan	55	61,1%
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Hasil Penelitian*



Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 90 orang jumlah sampel dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 35 orang dan yang berjenis kelamin perempuan 55 orang. Sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin perempuan.

### **C. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Menggunakan instrumen yang valid dan realibel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan realibel.

Instrument yang dinyatakan valid dan realibel adalah instrumen yang valid, berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Sedangkan instrumen yang realibel berarti bila digunakan untuk mengukur berkali kali akan menghasilkan data yang sama.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu mengkorelasikan masing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Syarat minimum untuk memenuhi syarat adalah apabila  $r = 0,3$  jadi apabila kolerasi antar butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka instrumen tersebut tidak valid.<sup>3</sup>

**Tabel 4.3**

#### **Hasil Uji Validitas Instrumen**

<b>Variabel</b>	<b>Item Pernyataan</b>	<b>Corrected Item Total Correlation</b>	<b>R Kritis</b>	<b>Ket</b>
Kualitas	1	0,456	0,30	Valid
Pelayanan	2	0,535	0,30	Valid

---

<sup>3</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cet, XXI : Bandung : CV. Alfabeta, 2011), 20

(X1)	3	0,489	0,30	Valid
Kualitas Produk (X2)	1	0,548	0,30	Valid
	2	0,415	0,30	Valid
	3	0,436	0,30	Valid
	4	0,309	0,30	Valid
	5	0,439	0,30	Valid
	6	0,543	0,30	Valid
	7	0,546	0,30	Valid
Kinerja Karyawan (X3)	1	0,493	0,30	Valid
	2	0,441	0,30	Valid
	3	0,494	0,30	Valid
	4	0,453	0,30	Valid
	5	0,534	0,30	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	1	0,448	0,30	Valid
	2	0,472	0,30	Valid
	3	0,440	0,30	Valid
	4	0,347	0,30	Valid
	5	0,569	0,30	Valid

*Sumber Data : Output SPSS*

Tabel diatas, terlihat bahwa nilai  $r_{hitung}$  pada kolom *Corrected Item Total Correlation* untuk masing-masing dari ke 3 variabel diatas dinyatakan semua pernyataan valid karena  $r_{hitung}$  lebih besar dan positif dari 0,30.

## 2. Uji Reliabilitas

Melakukan pengujian reliabilitas dalam penelitian ini digunakan program SPSS (*Statistical Packaget For Social Siences*) versi 16 dimana dalam mengukur reliabilitas disini menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha (a)* lebih dari 0,60.

Hasil pengujian reliabilitas instrument menggunakan alat bantu oleh statistik SPSS versi 16 *for windows* dapat diketahui sebagaimana tabel berikut :

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

<b>Variabel</b>	<b>Reliability Coefficiens</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Kualitas Pelayanan (X1)	3	0.676	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	7	0,744	Reliabel
Kinerja Karyawan (X3)	5	0,722	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	5	0,694	Reliabel

*Sumber Data : Output SPSS*

Tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach's Alpha (a)*, lebih dari 0,60 ( $a > 0,60$ ), yang artinya bahwa semua

variabel yaitu X1, X2, X3, dan Y adalah reliabel. Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan ke jenjang berikutnya.

#### ***D. Deskripsi Variabel Penelitian***

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi data untuk melihat tanggapan responden mengenai variabel-variabel penelitian yaitu, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan (variabel independen) dan kepuasan nasabah (variabel dependen). Kemudian dicari rata-rata dari setiap jawaban responden, untuk memudahkan penilaian rata-rata tersebut, maka dibuat interval. Rumus yang digunakan menurut Sudjana Iskandar adalah sebagai berikut :<sup>4</sup>

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Dimana :

P = Panjang kelas interval

Rentang = Data Tertinggi – Data Terendah

Banyak Kelas = 5

Berdasarkan rumus tersebut, maka panjang kelas interval adalah :

$$P = \frac{5-1}{5}$$

Maka interval dari kriteria penilaian rata-rata dapat di interpretasikan sebagai berikut :

---

<sup>4</sup>Yogi Iskandar, *Pengaruh Kesesuaian Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bentoel Distribusi Cabang Palu* (Skripsi IAIN Palu), 4

Sangat Buruk = 1,00 – 1,79

Buruk = 1,80 – 2,59

Cukup Baik = 2,60 – 3,39

Baik = 3,40 – 4,19

Sangat Baik = 4,20 – 5,00

1. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Kompensasi (X1)

**Tabel 4.5**

**Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan**

No.	Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Sko r	Rata- Rata
		1	2	3	4	5		
1.	Bank Mega Syariah Cabang Palu memiliki interior dan fasilitas yang menarik, lengkap, nyaman, bersih, dan tertata dengan baik.	-	-	9	53	28	379	4,21 %
				10%	58,8%	31,1%		
2.	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Mega Syariah Cabang Palu	-	-	7	54	29	382	4,24%

	kepada semua nasabah tanpa memandang status sosial							
				7,7%	60%	32,2%		
3.	Kecakapan karyawan Bank Mega Syariah Cabang Palu dalam melayani nasabah.	-	-	13	37	40	384	4,26%
				14,4%	41,1%	44,4%		
Rata-rata								4,23%

Dari hasil penelitian, tanggapan responden untuk pernyataan pertama variabel kualitas pelayanan yaitu sebanyak 28 orang sangat setuju, 53 orang setuju dan menjawab netral 9 orang. Total score jawaban dari 90 responden adalah 379 dengan nilai rata-rata 4,21% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua yaitu sebanyak 29 orang sangat setuju, 54 orang setuju dan menjawab netral 7 orang. Total score jawaban dari 90 responden adalah 382 dengan nilai rata-rata 4,24% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga yaitu sebanyak 40 orang sangat setuju, 37 orang setuju dan menjawab netral 13 orang. Total score jawaban dari 90 responden adalah 384 dengan nilai rata-rata 4,26% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

## 2. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Kualitas Produk (X2)

Tabel 4.6

## Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk

No.	Item Pernyataan	ST	TS	N	S	SS	Sko r	Rata- Rata
		S						
		1	2	3	4	5		
1.	Produk Bank Mega Syariah Cabang Palu memberikan rasa tenang dan menguntungkan.	-	3	3	45	39	390	4,33%
			3,3%	3,3%	50%	43,3%		
2.	Produk Bank Mega Syariah Cabang Palu selalu mengikuti perkembangan kebutuhan nasabah.	-	-	16	43	31	375	4,16%
				17,7%	47,7%	34,4%		
3.	Keunggulan produk yang ada di Bank Mega Syariah Cabang Palu sesuai	-	1	16	44	29	371	4,12%

	dengan yang ditawarkan.							
			1,1%	17,7%	48,8%	32,2%		
4.	Produk – produk Bank Mega Syariah Cabang Palu dapat digunakan dengan mudah dan dapat mengikuti kebutuhan nasabah.	-	1	8	30	51	401	4,45%
			1,1%	8,8%	33,3%	56,6%		
5.	Fasilitas atau fitur produk Bank Mega Syariah Cabang Palu sangat membantu nasabah dalam efektifitas bertransaksi.	-	2	9	50	29	373	4,14%
			2,2%	10%	55,5%	32,2%		
6.	Cover produk Bank Mega Syariah Cabang Palu sangat elegan dan menarik.	-	1	11	42	36	383	4,25%
			1,1%	12,2%	46,6%	40%		



7.	Setoran awal pada produk Tabungan di Bank Mega Syariah sangat terjangkau.	-	1	9	60	20	369	4,1 %
			1,1%	10%	66,6%	22,2%		
Rata-rata								4,22%

Dari hasil penelitian, tanggapan responden untuk pernyataan pertama variabel kualitas produk yaitu sebanyak 39 orang sangat setuju, 45 orang setuju, 3 orang netral, dan 3 orang tidak setuju. Total score jawaban dari 90 responden adalah 390 dengan nilai rata-rata 4,33% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua yaitu sebanyak 31 orang sangat setuju, 43 orang setuju, dan 16 orang menjawab netral. Total score jawaban dari 90 responden adalah 375 dengan nilai rata-rata 4,16% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga yaitu sebanyak 29 orang sangat setuju, 44 orang setuju, 16 orang menjawab netral, dan 1 orang menjawab tidak setuju. Total score jawaban dari 90 responden adalah 371 dengan nilai rata-rata 4,12% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat yaitu sebanyak 51 orang sangat setuju, 30 orang setuju, 8 orang menjawab netral, dan 8 orang menjawab tidak setuju. Total score jawaban dari 90 responden adalah 401 dengan

nilai rata-rata 4,45% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima yaitu sebanyak 29 orang sangat setuju, 50 orang setuju, 9 orang menjawab netral, dan 2 orang menjawab tidak setuju. Total score jawaban dari 90 responden adalah 373 dengan nilai rata-rata 4,14% maka, pernyataan kelima termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keenam yaitu sebanyak 36 orang sangat setuju, 42 orang setuju, 11 orang netral, dan 1 orang menjawab tidak setuju. Total score jawaban dari 90 responden adalah 383 dengan nilai rata-rata 4,25% maka, pernyataan keenam termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketujuh yaitu sebanyak 20 orang sangat setuju, 60 orang setuju, 9 orang menjawab netral, dan 1 orang menjawab tidak setuju. Total score jawaban dari 90 responden adalah 369 dengan nilai rata-rata 4,1% maka, pernyataan ketujuh termasuk dalam kriteria penilaian baik.

### 3. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Kinerja Karyawan (X3)

**Tabel 4.7**

**Distribusi Frekuensi Variabel Kinerja Karyawan**

No.	Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor	Rata-Rata
		1	2	3	4	5		

1.	Karyawan Bank Mega Syariah Cabang Palu tepat waktu dalam menyelesaikan tugas dan dengan hasil yang memuaskan	-	-	6	50	34	388	4,31%
				6,6%	55,5%	37,7%		
2.	Setiap Karyawan dapat melayani dengan baik dan sangat loyal	-	-	9	52	29	380	4,22%
				10%	57,7%	32,2%		
3.	Karyawan dapat menyelesaikan transaksi dalam waktu singkat	-	-	21	45	24	363	4,03%
				23,3%	50%	26,6%		
4.	Karyawan melayani dengan ramah dan penuh sopan santun	-	1	5	56	28	381	4,23%
			1,1%	5,5%	62,2%	31,1%		

5.	Karyawan tanggap dalam menanggapi kebutuhan nasabah	-	1	25	43	21	354	3,93%
			1,1%	27,7%	47,7%	23,3%		
Rata-rata								4,14%

Dari hasil penelitian, tanggapan responden untuk pernyataan pertama variabel kinerja karyawan yaitu sebanyak 34 orang sangat setuju, 50 orang setuju, dan menjawab netral 6 orang. Total score jawaban dari 90 responden adalah 388 dengan nilai rata-rata 4,31% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua yaitu sebanyak 29 orang sangat setuju, 52 orang setuju, dan menjawab netral 9 orang. Total score jawaban dari 90 responden adalah 388 dengan nilai rata-rata 4,22% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga yaitu sebanyak 24 orang sangat setuju, 45 orang setuju dan menjawab netral 21 orang. Total score jawaban dari 90 responden adalah 363 dengan nilai rata-rata 4,03% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat yaitu sebanyak 28 orang sangat setuju, 56 orang setuju, 5 orang menjawab netral, dan 1 orang menjawab tidak setuju. Total score jawaban dari 90 responden adalah 381 dengan

nilai rata-rata 4,23% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima yaitu sebanyak 21 orang sangat setuju, 43 orang setuju, 25 orang menjawab netral, dan 1 orang menjawab tidak setuju. Total score jawaban dari 90 responden adalah 354 dengan nilai rata-rata 3,93% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian baik.

#### 4. Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Kepuasan Nasabah

**Tabel 4.8**

**Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Nasabah**

No.	Item Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Skor	Rata-Rata
		1	2	3	4	5		
1.	Saya senang dengan pelayanan yang diberikan Bank Mega Syariah Palu.	-	-	1	39	50	409	4,54%
				1,1%	43,3%	55,5%		
2.	Saya merasa Bank Mega Syariah Palu memiliki kredibilitas yang baik.	-	-	16	48	26	370	4,11%
				17,7%	53,3%	28,8%		

3.	Saya merasa puas dengan keputusan untuk menggunakan Bank Mega Syariah cabang Palu sebagai tempat bertransaksi perbankan.	-	-	14	40	36	382	4,24%
				15,5%	44,4%	40%		
4.	Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa dan produk Bank Mega Syariah Cabang Palu	-	-	16	44	30	374	4,15%
				17,7%	48,8%	33,3%		
5.	Saya merasa puas dan menjadikan Bank Mega Syariah sebagai pilihan utama dalam menggunakan jasa perbankan	-	-	12	51	27	375	4,13%
				13,3%	56,6%	30%		
Rata-rata								4,23%

Dari hasil penelitian, tanggapan responden untuk pernyataan pertama variabel kepuasan nasabah yaitu sebanyak 50 orang sangat setuju, 39 orang setuju, menjawab netral 1 orang. Total score jawaban dari 90 responden adalah 409 dengan nilai rata-rata 4,54% maka, pernyataan pertama termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua yaitu sebanyak 26 orang sangat setuju, 48 orang setuju dan menjawab netral 16 orang. Total score jawaban dari 90 responden adalah 370 dengan nilai rata-rata 4,11% maka, pernyataan kedua termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga yaitu sebanyak 36 orang sangat setuju, 40 orang setuju dan menjawab netral 14 orang. Total score jawaban dari 90 responden adalah 382 dengan nilai rata-rata 4,24% maka, pernyataan ketiga termasuk dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat yaitu sebanyak 27 orang sangat setuju, 51 orang setuju dan menjawab netral 12 orang. Total score jawaban dari 90 responden adalah dengan nilai rata-rata 4,15% maka, pernyataan keempat termasuk dalam kriteria penilaian baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima yaitu sebanyak 27 orang sangat setuju, 51 orang setuju dan menjawab netral 12 orang. Total score jawaban dari 90 responden adalah 375 dengan nilai rata-rata 4,13% maka, pernyataan kelima termasuk dalam kriteria penilaian baik.

### ***E. Uji Asumsi Klasik***

Sebelum metode regresi digunakan dalam pengujian hipotesis, terlebih dahulu model tersebut akan di uji apakah memenuhi asumsi klasik atau tidak. Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda. Asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang didapatkan telah benar dan dapat diterima serta menghindari kemungkinan adanya pelanggaran asumsi klasik yang merupakan asumsi dasar dalam metode analisis regresi. Hasil uji asumsi klasik disajikan sebagai berikut :

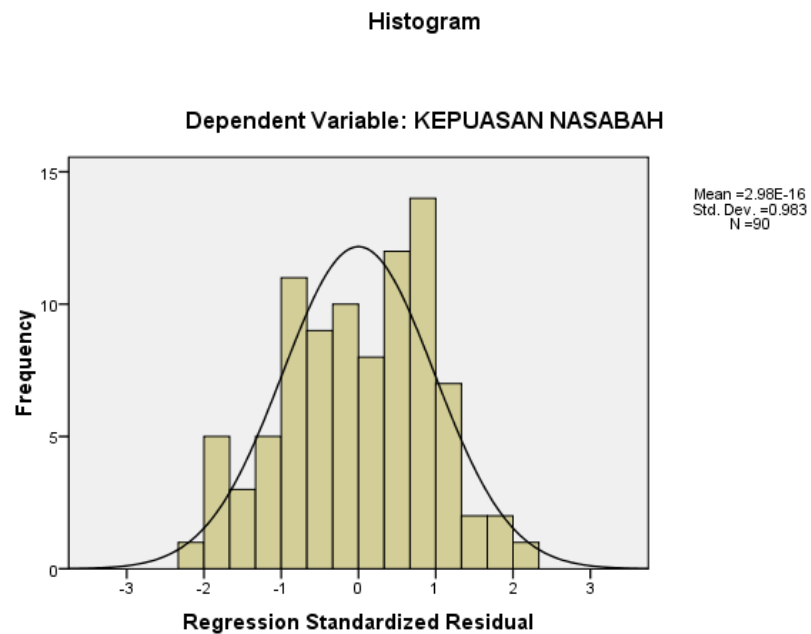
#### **1. Uji Asumsi Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun cara untuk mendeteksinya yaitu dengan analisis grafik.

Analisis grafik merupakan cara untuk melihat normalitas residual yaitu dengan melihat grafik histogram yang membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Model lain yang digunakan dalam analisis grafik adalah dengan melihat normal *Probability Plot* yang membandingkan kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang akan menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dengan menggunakan *SPSS For Windows versi 16* baru terlihat grafik distribusi normal sebagai berikut :



**Gambar 4.1**  
**Uji Asumsi Normalitas**



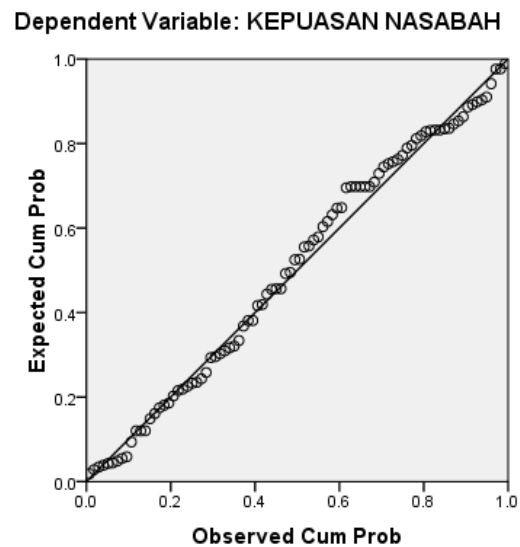
Grafik histogram diatas menunjukkan bentuk normal karena mengikuti bentuk distribusi normal dimana pola distribusi yang normal tidak terjadi kemiringan, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas data.

Sedangkan hasil grafik *Probability Plot (P-Plot)* dari program *SPSS For Windows 16* adalah sebagai berikut :

### Gambar 4.2

#### Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



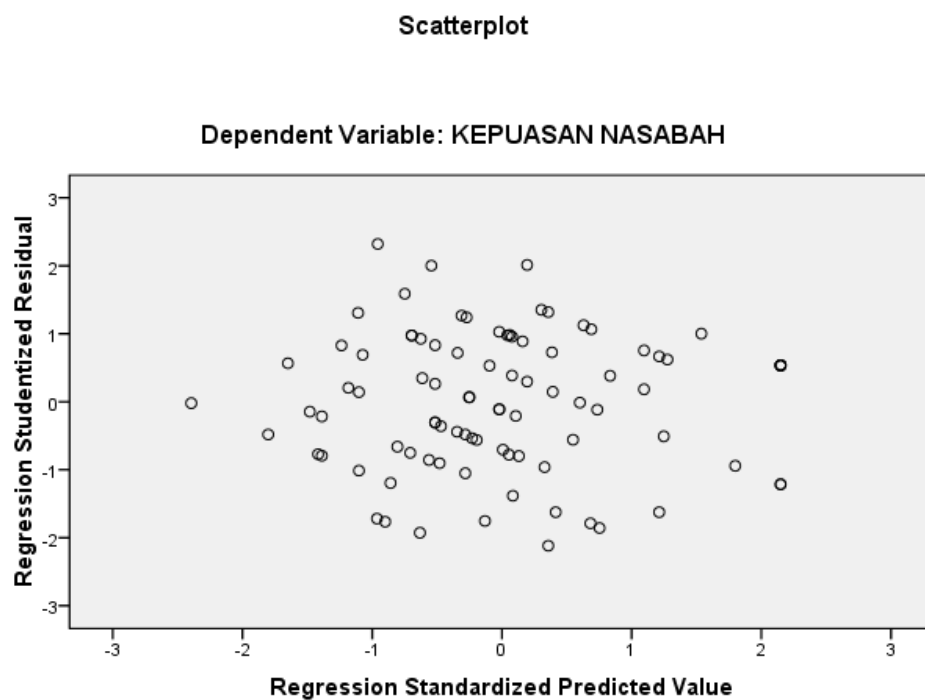
Berdasarkan grafik tersebut, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebaran mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi layak dipakai. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi kesalahan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan

lain, jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi terbaik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji asumsi ini dilakukan dengan melalui grafik *scatterplot* antara variabel terikat (ZPRED) dan variabel bebas (SRESID).

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas**



Berdasarkan gambar grafik diatas terlihat bahwa titik-titik atau poin-poin menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

### 3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi berganda ditemukan adanya kolerasi antar independen. Jika terjadi kolerasi, maka dinamakan multikolinearitas (multiko).

Membuktikan ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF > 10 atau nilai *tolerance* < 0,10 maka dinyatakan multikolinearitas. Sebaliknya jika nilai VIF < 10 atau nilai *tolerance* > 0,01 maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Pada tabel berikut ini dapat dilihat hasil uji multikolinearitas yang menunjukkan nilai VIF dan *tolerance* untuk masing-masing variabel independen.

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	.598	1.672
Kualitas Produk	.573	1.746
Kinerja Karyawan	.750	1.334

*Sumber : Data Output SPSS 16*

Berdasarkan perhitungan uji multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas, hal tersebut diketahui dari ketiga nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF yang berarti kurang dari 10.

#### ***F. Analisis Regresi Linear Berganda***

Analisis regresi linear berganda adalah salah satu alat statistik nonparametric yang berfungsi menganalisis keterkaitan dan keterhubungan diantara dua atau lebih variabel penelitian yang berbeda, yaitu variabel dependen dan independen. Dengan membutuhkan data terdiri dari beberapa kelompok hasil observasi pengukuran. Selanjutnya dari hasil analisis regresi berganda ini akan diketahui ada tidaknya pengaruh secara parsial dan simultan variabel Kualitas pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Kinerja Karyawan (X3), Dan Kepuasan Nasabah (Y).

Berdasarkan hasil olah data menggunakan *SPSS 16 For Windows* diperoleh hasil analisis regresi berganda sebagai berikut.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.354	2.121		2.996	.004		
	KUALITAS PELAYANAN	.240	.162	.164	1.482	.142	.598	1.672

KUALITAS PRODUK	.155	.081	.216	1.911	.059	.573	1.746
KINERJA KARYAWAN	.348	.096	.359	3.624	.000	.750	1.334

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Hasil analisis regresi linear berganda pada tabel di atas, kemudian dimasukkan kedalam model persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 6.354 + 0.240x_1 + 0.155x_2 + 0.348x_3$$

Persamaan regresi linear berganda pada tabel diatas menunjukkan bahwa ketiga variabel independen (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kinerja Karyawan) memiliki arah positif terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah). Hasil perhitungan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Konstanta positif sebesar 6.354 ini berarti jika variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kinerja Karyawan (X3) diasumsikan bernilai (0), maka Kepuasan Nasabah (Y) meningkat sebesar 6.354.
- Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,240 bernilai positif. Nilai positif (+) pada variabel kualitas pelayanan mempunyai makna searah, artinya bahwa setiap terjadinya peningkatan satu variabel kualitas pelayanan (X1) akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,240 jika variabel lain dianggap konstan.
- Koefisien regresi Kualitas Produk (X2) sebesar 0.155 bernilai positif. Nilai positif (+) pada variabel kualitas produk mempunyai makna searah,

artinya bahwa setiap terjadinya peningkatan satu variabel kualitas produk (X2) akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,155 jika variabel lain dianggap konstan.

- d) Koefisien regresi Kinerja Karyawan (X3) sebesar 0,348 bernilai positif. Nilai positif (+) pada variabel kinerja karyawan mempunyai makna searah, artinya bahwa setiap terjadinya peningkatan satu variabel kinerja karyawan (X3) akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,348 jika variabel lain dianggap konstan.

### **G. Hasil Pengujian Hipotesis**

#### 1. Uji F (Uji Simultan)

Pengujian ini ingin diketahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara bersama-sama memberikan kontribusi secara signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.11**

#### **Hasil Uji F (Uji Simultan)**

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

<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
1 Regression	157.636	3	52.545	16.742	.000 <sup>a</sup>
Residual	269.920	86	3.139		
Total	427.556	89			

a. Predictors: (Constant), KINERJA KARYAWAN , KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Berdasarkan hasil uji Anova (*Analisis Of Varians*), atau F Tes diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $16,74 > F_{tabel}$  2,71 dengan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan alpha 0,05. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kinerja Karyawan (X3).

## 2. Uji T (Uji Parsial)

Uji parsial digunakan untuk menguji apakah variabel independen benar-benar memberikan kontribusi terhadap variabel dependen. Berikut di bawah ini tabel hasil uji T pada tabel *Coefficient*.

**Tabel 4.12**

### Hasil Uji T (Uji Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.354	2.121		2.996	.004		
	KUALITAS PELAYANAN	.240	.162	.164	1.482	.142	.598	1.672
	KUALITAS PRODUK	.155	.081	.216	1.911	.059	.573	1.746
	KINERJA KARYAWAN	.348	.096	.359	3.624	.000	.750	1.334

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH



Berdasarkan hasil perhitungan 85statistic uji T dari 3 variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi terlihat bahwa :

- a. Kualitas Pelayanan (X1) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,48 < t_{tabel} 1,98$  dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,142 pada tabel *coefficients* dengan nilai  $a$  (tingkat signifikan) 0,05. Artinya  $0,142 > 0,05$ . Dengan nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).
- b. Kualitas Produk (X2) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,91 < t_{tabel} 1,98$  dan memiliki tingkat signifikan (sig) 0,059 pada tabel *coefficients* dengan nilai  $a$  (tingkat signifikan) 0,05. Artinya  $0,059 < 0,05$ . Dengan nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel kualitas produk (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom *Beta*.
- c. Kinerja Karyawan (X3) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,62 > t_{tabel} 1,98$  dan memiliki tingkat signifikan (sig) 0,000 pada tabel *coefficients* dengan nilai  $a$  (tingkat signifikan) 0,05. Artinya  $0,000 < 0,05$ . Dengan nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel kualitas produk (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom *Beta*. Besaran pengaruh variabel X3 terhadap variabel Y yaitu 35,9 %.

#### **H. Koefisien Determinasi**

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik SPSS 16 *For windows* didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut :

**Tabel 4.13**  
**Hasil Nilai Koefisien Determinasi**

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

<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
1	.607 <sup>a</sup>	.369	.347	1.77161

a. Predictors: (Constant), KINERJA KARYAWAN , KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Tampilan output *SPSS Model Summary*  $R^2$  adalah 0,347, hal ini berarti bahwa variasi perubahan variabel Kepuasan Nasabah (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel independen yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Kinerja Karyawan (X3) sebesar 34,7%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 34,7\% = 65,3\%$ ) jadi 65,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti diluar dari penelitian ini.

### ***I. Pembahasan***

Hasil pengujian dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan *SPSS 16 For Windows*, pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada bank mega syariah cabang palu menunjukkan bahwa secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Begitu pula pengaruh masing-masing variabel secara parsial masing-masing memiliki pengaruh dengan besaran pengaruh yang berbeda.

Berdasarkan hasil uji Anova analisis data, dengan hasil  $F_{hitung} 16,74 > F_{tabel} 2,71$  dengan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan alpha 0,05. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kinerja Karyawan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

#### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,48 < t_{tabel} 1,98$  dan memiliki nilai signifikan (sig) 1,42 pada tabel *coeficients* dengan nilai  $\alpha$  (tingkat signifikan) 0,05. Artinya  $1,42 > 0,05$ . Dengan nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Dalam Hal ini Bank Mega Syariah Cabang Palu merupakan bank baru yang dalam kualitas pelayanannya masih perlu mengevaluasi, melakukan pembenahan serta meningkatkan pelayanannya agar bisa memperbaiki dan mempunyai daya saing untuk bisa meningkatkan kepercayaan nasabahnya.

#### 2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,91 < t_{tabel} 1,98$  dan nilai signifikan (sig) 0,59 lebih besar dari nilai  $\alpha$  0,05. Artinya  $0,59 < 0,05$ . Dengan nilai ini memberikan makna bahwa Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hasil ini dapat memberikan gambaran bahwa responden (nasabah) memandang bahwa Kualitas Produk

yang diberikan mampu mempengaruhi secara signifikan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

### 3. Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,62 > t_{tabel}$  1,98 dan nilai signifikan (sig) 0,000 lebih besar dari nilai  $\alpha$  0,05. Artinya  $0,000 < 0,05$ . Dengan nilai ini memberikan makna bahwa Kinerja Karyawan (X3) memberikan pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom *Beta*. Besaran pengaruh variabel X3 terhadap variabel Y yaitu 35,9%. Hasil ini dapat memberikan gambaran bahwa responden (nasabah) memandang bahwa Kinerja Karyawan yang diberikan mampu mempengaruhi secara signifikan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.



## BAB V

### PENUTUP

#### *A. Kesimpulan*

Berdasarkan hasil penelitian pada bab IV dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara Parsial variabel Kualitas Pelayanan (X1) tidak berpengaruh dan tidak Signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Mega Syariah Cabang Palu.
2. Secara Parsial variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Mega Syariah Cabang Palu, dengan besaran pengaruh 21,6%.
3. Secara Parsial variabel Kinerja Karyawan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Mega Syariah Cabang Palu, dengan besaran pengaruh X3 terhadap variabel Y yaitu 35,9%.
4. Adapun secara serempak atau simultan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2), dan Kinerja Karyawan (X3) mempunyai pengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Bank Mega Syariah Cabang Palu, dimana besaran pengaruh dapat dilihat pada table *model summary* pada kolom *adjusted R square* yaitu sebesar 34,7%.

## ***B. Saran***

Berdasarkan kesimpulan yang ada maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan masukan pihak manajemen Bank Mega Syariah Cabang Palu guna meningkatkan kepuasan nasabah menjadi lebih baik dengan memperhatikan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan.
2. Bagi Akademis dapat digunakan untuk menambah sumbangsih dalam pemikiran perbankan syariah sebagai bahan pertimbangan dan informasi dalam kajian yang berkaitan dengan penelitian ini serta menambah kepustakaan di bidang perbankan syariah khususnya tentang kepuasan nasabah serta dapat dijadikan bahan bacaan untuk menambah wawasan dan pengetahuan.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan dan menjadikan penelitian ini sebagai bahan acuan dan referensi dalam penelitian sejenis. Penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, terutama pada bahasan penelitian variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu sehingga masih banyak kajian yang belum disentuh dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku-Buku

- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Cet. 2 : Jakarta : Prenada Kencana Group, 2005.
- Ellitan, Lena dan Anatan, Lina, *Strategi Bersaing Dalam Service Driven*, Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2007.
- Ghazali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate, Dengan Program IBM SPSS 21*, bnm Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Herlambang, Susantyo, *Public Relations and Customer Service*, Yogyakarta : Gosyen Publishing, 2010.
- Indriantoro, Nur dan Supomo Bambang, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*, Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta, 2002.
- J. Meleong, Lexy, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi Revisi, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Off Set, 2006.
- Mangkunegara, Anwar Prabu, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2011
- Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cet. 3 : Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2012.
- Moenir, “*Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*”, Jakarta : Bumi Aksara, 2016.
- Narbuko, Cholid dan Achmadi, Abu, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara, 2016
- Prasetyo, Bambang dan Miftahul Jannah, Lina, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta : Rajawali Pers, 2011.
- Priyatno Dwi, “*Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate dengan SPSS*”, Yogyakarta : Penerbit Gava Media, 2013.



Sarjono Haryadi dan Julianti Winda, *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*, Jakarta : SalembaEmpat, 2011.

Sugiarto, Siagian Dergibson, Tri S. Lasmono, Deny S., *Teknik Sampling*, Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.

Sujarweni, V. Wiratna, *SPSS Untuk Penelitian*, Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2015.

Umar, Husen, *Riset pemasaran & Perilaku Konsumen*, Cet. 1 : Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000.

Wardiah, Mia Lasmi, *Dasar-Dasar Perbankan*, Bandung : Pustaka Setia, 2013.

Wibowo, *Manajemen Kinerja*, Jakarta : Rajawali Pers, 2012.

## **B. Skripsi**

Mustaqim, “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat Cabang Palangkaraya”. Skripsi (Palangka Raya : Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya, 2016), <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/467/1/Skripsi-Mustaqim.pdf>, diakses pada 18-Maret-2019

Rahmawati, Desi, “Pelaksanaan Tabungan BRITAMA di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, Cabang Jemursari Surabaya”. Skripsi (Surabaya : Jurusan Keuangan dan Perbankan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya 2016),<http://eprints.perbanas.ac.id/1108/3/BAB%20I.pdf>, diakses pada 2 Maret 2019 Pukul 23.37

Wulandari, Alinda, “Pengaruh Produk Tabungan IB Hasanah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Palembang”, Skripsi (Palembang : UIN Raden Fatah Palembang, 2016),<http://eprints.radenfatah.ac.id/view/creators/Wulandari%3D3AAAlinda>, Diakses Pada 18-Maret-2019

## **C. Sumber Lain**

Prayoga, Adistiari, “Kualitas Jasa Menurut Perspektif Islam, Penjabaran Prinsip CARTER” <https://adistiariprayoga.wordpress.com/2012/11/29/kualitas-jasa-berdasarkan-perspektif-islam-penjabaran-prinsip-carter/>

Wijayanto, K, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank”, K Wijayanto-Jurnal Manajemen,2015journal.ums.ac.id

Rafidah, “Kualitas Pelayanan Islami Pada Perbankan Syariah, Journal Article”, <https://media.neliti.com/media/publications/220478-kualitas-pelayanan-islami-pada-perbankan.pdf>, diakses pada 24 April 2019.

Zainal, Nur, “*Pengaruh Kompensasi Moneter Langsung dan Tidak Langsung Terhadap Kinerja Karyawan*”, [https://ethess.uin.malang.ac.id/2590/6/08510125\\_Bab\\_2.pdf](https://ethess.uin.malang.ac.id/2590/6/08510125_Bab_2.pdf) di akses 25 Maret 2019

<https://www.megasyariah.co.id> diakses pada 28 November 2019

**Palu, Oktober 2019**

**Kepada Yth.**

Bapak/Ibu/Saudara/i

Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dengan Hormat,

Dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu”**, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rahayu Aprilia Adhiningsih

Nim : 15.3.15.0028

Jur/Fak/PT : Perbankan Syariah / Ekonomi dan Bisnis Islam / Institut Agama Islam Negeri Palu

Dengan segala kerendahan hati dimohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi dan menjawab kuesioner berikut ini.

Mengingat penelitian ini semata-mata untuk kepentingan akademik, saya mengharapkan jawaban yang sejujur-jujurnya sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i. Sesuai dengan kode etik penelitian, saya akan menjamin kerahasiaan dari hasil kuesioner ini.

Atas kerjasama dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi daftar kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih. Semoga kebaikan Bapak/Ibu/Saudara/i mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT.

*Wa'alaikum salam. Wr. Wb*

Hormat saya

(Rahayu Aprilia A.)

### **A. Identitas Responden**

Nama :  
Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan  
Umur :  
Pendidikan Terakhir :  
Pekerjaan :

### **B. Kuesioner penelitian**

- a. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini.
- b. Berilah tanda centang (√) pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
- c. Ada (lima) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu :
  - Sangat Setuju (SS)
  - Setuju (S)
  - Ragu-Ragu (RG)
  - Tidak Setuju (TS)
  - Sangat Tidak Setuju (STS)

## 1. VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Bank Mega Syariah cabang Palu memiliki interior dan fasilitas yang menarik, lengkap, nyaman, bersih, dan tertata dengan baik.					
2.	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank Mega Syariah Cabang Palu kepada semua nasabah tanpa memandang status sosial.					
3.	Kecakapan Karyawan Bank Mega Syariah Cabang Palu dalam melayani nasabah					

## 2. VARIABEL KUALITAS PRODUK

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TD	STS
1.	Produk Bank Mega Syariah Cabang Palu memberikan rasa tenang dan menguntungkan.					
2.	Produk Bank Mega Syariah Cabang Palu selalu mengikuti perkembangan kebutuhan nasabah.					
3.	Keunggulan produk yang ada di Bank Mega Syariah Cabang Palu sesuai dengan yang ditawarkan.					

4.	Produk – produk Bank Mega Syariah Cabang Palu dapat digunakan dengan mudah dan dapat mengikuti kebutuhan nasabah.					
5.	Fasilitas atau fitur produk Bank Mega Syariah Cabang Palu sangat membantu nasabah dalam efektifitas bertransaksi.					
6.	Cover produk Bank Mega Syariah Cabang Palu sangat elegan dan menarik.					
7.	Setoran awal pada produk Tabungan di Bank Mega Syariah sangat terjangkau.					

### 3. VARIABEL KINERJA KARYAWAN

NO.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan Bank Mega Syariah Cabang Palu tepat waktu dalam menyelesaikan tugas dan dengan hasil yang memuaskan					
2.	Setiap Karyawan dapat melayani dengan baik dan sangat loyal					
3.	Karyawan dapat menyelesaikan transaksi dalam waktu singkat					
4.	Karyawan melayani dengan ramah dan penuh sopan santun					
5.	Karyawan tanggap dalam menanggapi kebutuhan nasabah					

#### 4. VARIABEL KEPUASAN NASABAH

No.	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya senang dengan pelayanan yang diberikan Bank Mega Syariah Palu.					
2.	Saya merasa Bank Mega Syariah Palu memiliki kredibilitas yang baik.					
3.	Saya merasa puas dengan keputusan untuk menggunakan Bank Mega Syariah cabang Palu sebagai tempat bertransaksi perbankan.					
4.	Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa dan produk Bank Mega Syariah Cabang Palu					
5.	Saya merasa puas dan menjadikan Bank Mega Syariah sebagai pilihan utama dalam menggunakan jasa perbankan					

NO.	KUALITAS PELAYANAN (X1)					TOTAL
	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	3	19
2	4	4	4	5	4	21
3	5	4	4	5	5	23
4	4	5	4	4	4	21
5	5	4	4	4	4	21
6	4	4	4	3	3	18
7	5	4	4	3	3	19
8	5	4	3	4	4	20
9	5	4	4	4	4	21
10	5	4	3	4	3	19
11	5	4	4	5	4	22
12	4	5	5	4	5	23
13	4	4	4	4	4	20
14	5	5	4	4	4	22
15	5	4	4	4	4	21
16	5	4	4	4	3	20
17	5	5	5	5	5	25
18	4	4	4	4	4	20
19	4	5	4	5	5	23
20	4	4	4	4	4	20
21	5	4	4	4	4	21
22	4	4	4	5	4	21
23	4	5	4	4	4	21
24	4	5	4	4	4	21
25	5	4	4	4	5	22
26	5	3	4	3	4	19
27	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	5	5	5	25
31	5	4	5	4	5	23
32	5	5	5	5	5	25
33	4	5	4	5	4	22
34	5	4	5	5	5	24
35	5	5	4	4	3	21
36	4	5	4	3	4	20
37	5	5	5	5	4	24
38	4	4	4	4	4	20
39	4	5	4	4	5	22



40	4	4	4	5	4	21
41	5	4	3	4	5	21
42	5	4	5	4	5	23
43	5	5	5	5	5	25
44	4	4	4	4	5	21
45	4	4	4	5	5	22
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	5	5	22
50	4	4	3	3	3	17
51	5	5	5	4	3	22
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	5	5	5	5	5	25
55	4	5	5	4	5	23
56	5	5	5	5	4	24
57	5	4	5	4	5	23
58	4	4	4	5	5	22
59	4	4	3	4	4	19
60	4	5	4	4	4	21
61	4	4	4	5	5	22
62	4	4	5	5	5	23
63	5	5	4	4	4	22
64	5	4	4	3	4	20
65	5	5	5	5	5	25
66	4	4	3	4	4	19
67	4	5	5	5	5	24
68	5	5	4	4	3	21
69	5	5	5	5	5	25
70	4	5	4	4	4	21
71	4	4	5	4	5	22
72	5	4	5	4	4	22
73	5	4	5	4	5	23
74	4	2	4	4	5	19
75	5	4	4	4	4	21
76	4	5	4	4	4	21
77	5	4	4	4	3	20
78	5	4	4	4	4	21
79	4	4	4	4	5	21
80	5	4	5	5	5	24

81	4	5	5	4	5	23
82	4	5	4	5	5	23
83	5	4	5	5	5	24
84	5	4	3	4	5	21
85	5	3	4	3	5	20
86	5	5	4	4	3	21
87	5	3	5	4	3	20
88	4	5	3	4	3	19
89	5	5	4	4	5	23
90	5	4	3	4	5	21

No.	KUALITAS PRODUK X2							TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	4	4	4	5	5	5	5	32
3	4	4	4	5	5	4	4	30
4	4	5	4	5	4	4	4	30
5	5	4	5	5	4	5	4	32
6	4	4	3	5	4	4	4	28
7	4	3	4	5	4	3	3	26
8	5	4	4	5	4	3	3	28
9	4	3	3	5	4	3	3	25
10	4	3	3	5	4	3	3	25
11	5	4	3	5	4	5	4	30
12	4	3	5	4	5	4	4	29
13	4	4	4	4	4	4	4	28
14	4	3	4	3	4	3	4	25
15	4	5	5	3	2	4	4	27
16	4	3	4	2	3	4	4	24
17	4	5	5	4	4	5	5	32
18	4	4	4	4	4	4	4	28
19	4	4	4	4	4	4	4	28
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	5	4	3	5	4	5	4	30
22	5	4	3	5	5	4	3	29
23	5	4	4	5	4	5	4	31
24	4	5	4	5	4	4	4	30
25	4	5	3	5	4	3	3	27
26	4	3	4	5	4	4	4	28
27	5	4	5	5	5	5	5	34
28	4	5	4	5	4	5	5	32
29	5	5	5	5	5	5	5	35
30	5	5	5	5	5	5	5	35
31	2	4	4	4	5	4	4	27
32	5	5	5	5	5	5	5	35
33	4	3	4	5	4	4	4	28
34	5	5	5	5	5	5	5	35
35	4	3	4	4	5	5	4	29
36	5	5	4	5	4	5	4	32
37	5	5	5	5	3	4	4	31
38	5	5	4	4	4	5	5	32
39	5	4	5	4	4	4	4	30

40	5	5	4	4	5	4	5	32
41	4	3	4	3	3	4	4	25
42	5	4	5	5	4	5	4	32
43	5	5	5	5	5	5	5	35
44	4	4	4	4	4	5	4	29
45	5	5	5	5	5	4	4	33
46	4	4	4	4	4	4	4	28
47	5	4	5	5	5	5	4	33
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	5	5	5	4	4	4	4	31
50	2	3	3	3	3	3	4	21
51	2	3	4	5	5	4	3	26
52	4	4	4	4	4	4	4	28
53	4	4	4	5	5	4	5	31
54	5	5	5	5	5	5	5	35
55	5	4	3	5	5	5	5	32
56	5	5	5	5	5	4	4	33
57	5	4	5	5	5	5	4	33
58	5	5	5	4	4	3	4	30
59	4	3	4	5	5	4	4	29
60	4	4	4	4	4	5	4	29
61	4	4	4	4	4	4	4	28
62	5	5	5	4	5	5	4	33
63	4	4	3	4	4	4	4	27
64	3	4	3	3	3	3	4	23
65	5	5	5	5	5	5	5	35
66	4	4	4	4	4	4	4	28
67	4	4	4	3	3	4	4	26
68	4	5	4	4	5	5	4	31
69	4	4	4	4	4	4	4	28
70	3	5	4	3	2	4	4	25
71	5	4	4	5	4	5	5	32
72	5	4	3	5	4	5	4	30
73	5	3	5	5	4	4	4	30
74	5	4	5	5	5	4	4	32
75	4	5	5	5	4	3	4	30
76	4	5	4	5	4	4	4	30
77	4	3	4	4	4	4	4	27
78	4	4	5	4	4	4	4	29
79	3	4	4	5	4	5	4	29
80	5	4	4	5	4	5	5	32

81	5	5	3	5	4	5	3	30
82	5	5	4	4	5	5	5	33
83	5	5	5	4	4	4	5	32
84	5	4	5	5	4	5	5	33
85	4	4	4	5	4	5	4	30
86	5	5	3	5	3	5	4	30
87	4	5	3	4	5	2	4	27
88	5	4	3	5	3	4	3	27
89	4	3	2	5	3	3	2	22
90	4	4	5	3	5	5	4	30

No.	KINERJA KARYAWAN (X3)					TOTAL
	1	2	3	4	5	
1	3	3	3	4	4	17
2	4	4	4	4	3	19
3	4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	4	21
5	4	3	3	4	5	19
6	5	4	4	4	4	21
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	5	3	4	20
9	5	4	4	4	5	22
10	5	4	4	4	4	21
11	4	4	4	3	3	18
12	4	4	3	4	3	18
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	3	4	3	18
15	4	5	4	4	3	20
16	4	4	5	4	4	21
17	5	5	5	5	5	25
18	3	4	4	5	4	20
19	4	4	4	5	4	21
20	4	4	4	4	4	20
21	5	4	4	4	4	21
22	5	4	3	5	4	21
23	5	4	4	5	4	22
24	5	4	4	4	4	21
25	3	3	4	4	3	17
26	4	4	4	4	4	20
27	4	5	4	5	4	22
28	4	5	5	5	5	24
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	5	5	5	25
31	5	4	3	4	4	20
32	5	5	5	5	5	25
33	4	3	4	4	3	18
34	5	5	5	5	5	25
35	4	4	3	4	3	18
36	4	5	4	4	3	20
37	4	4	3	4	5	20
38	5	5	5	4	4	23
39	5	5	5	4	4	23

40	4	5	4	4	4	21
41	3	4	3	4	3	17
42	5	4	5	4	5	23
43	5	5	5	5	5	25
44	4	4	4	5	5	22
45	4	3	3	4	4	18
46	4	4	4	5	4	21
47	4	4	4	4	3	19
48	4	4	4	4	4	20
49	4	5	4	4	3	20
50	4	4	3	4	3	18
51	4	4	4	4	4	20
52	4	5	4	5	4	22
53	4	5	4	5	4	22
54	5	5	5	5	5	25
55	5	4	5	4	5	23
56	4	5	4	5	5	23
57	4	5	5	4	3	21
58	3	4	4	3	3	17
59	4	4	3	4	3	18
60	4	5	4	5	5	23
61	5	5	5	4	4	23
62	4	3	3	4	4	18
63	3	4	3	4	3	17
64	4	4	3	4	3	18
65	5	5	5	5	5	25
66	4	4	3	4	4	19
67	4	4	3	4	4	19
68	4	4	4	4	4	20
69	4	5	4	5	4	22
70	4	4	3	4	3	18
71	5	4	4	5	4	22
72	5	4	3	5	4	21
73	4	5	4	4	5	22
74	4	3	4	5	4	20
75	4	5	4	4	3	20
76	4	4	5	4	3	20
77	4	4	4	4	3	19
78	4	4	3	2	4	17
79	4	4	4	4	3	19
80	5	4	4	4	4	21

81	5	3	5	4	3	20
82	4	5	5	5	4	23
83	5	5	4	4	5	23
84	5	5	4	4	3	21
85	5	4	3	3	4	19
86	5	3	5	5	4	22
87	5	4	5	5	5	24
88	5	5	5	4	5	24
89	5	5	4	5	4	23
90	4	4	5	3	2	18



No.	KEPUASAN NASABAH (Y)					TOTAL
	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	3	19
2	4	4	3	3	4	18
3	5	5	5	4	4	23
4	5	5	5	4	4	23
5	5	4	5	4	5	23
6	4	4	4	5	4	21
7	5	4	4	5	4	22
8	5	4	5	3	5	22
9	5	4	4	4	5	22
10	4	3	3	4	3	17
11	5	4	5	4	4	22
12	4	4	3	4	4	19
13	4	4	4	5	4	21
14	4	4	4	3	4	19
15	4	3	3	3	4	17
16	4	4	3	3	3	17
17	5	5	4	4	4	22
18	5	4	5	4	4	22
19	4	4	4	5	4	21
20	4	4	4	4	4	20
21	5	4	4	4	4	21
22	5	4	5	5	4	23
23	5	4	3	3	3	18
24	5	4	4	4	4	21
25	4	5	4	4	4	21
26	5	4	5	3	5	22
27	5	4	5	4	4	22
28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	5	5	5	25
31	4	4	5	5	5	23
32	4	4	5	5	4	22
33	4	3	4	3	4	18
34	5	4	5	3	5	22
35	4	4	5	3	4	20
36	5	4	3	4	4	20
37	4	4	4	5	5	22
38	4	4	5	5	4	22
39	4	3	4	4	4	19

40	5	5	4	4	4	22
41	5	4	4	3	4	20
42	5	4	5	4	5	23
43	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	4	5	24
45	4	5	4	5	4	22
46	4	4	5	4	4	21
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	5	5	5	5	5	25
50	4	3	4	4	3	18
51	5	5	5	4	4	23
52	4	4	4	4	4	20
53	5	5	5	4	5	24
54	5	5	5	5	5	25
55	5	5	5	4	5	24
56	4	3	4	4	5	20
57	5	5	4	5	5	24
58	4	4	4	3	4	19
59	4	3	4	4	3	18
60	5	4	5	4	5	23
61	5	4	5	5	5	24
62	4	4	3	4	4	19
63	4	3	4	4	3	18
64	4	3	4	3	4	18
65	5	5	5	5	5	25
66	5	4	5	5	5	24
67	4	4	4	4	4	20
68	4	3	4	5	4	20
69	5	5	4	4	3	21
70	4	3	4	4	3	18
71	5	4	5	5	4	23
72	5	5	4	5	4	23
73	5	3	5	4	5	22
74	3	5	4	4	4	20
75	5	3	4	4	3	19
76	4	5	3	4	4	20
77	4	4	4	5	4	21
78	5	4	3	4	4	20
79	5	4	3	3	4	19
80	4	4	3	4	4	19

81	5	5	3	5	4	22
82	5	5	4	5	5	24
83	5	4	5	5	5	24
84	4	4	4	4	4	20
85	5	5	4	5	5	24
86	5	5	4	5	4	23
87	5	3	5	3	3	19
88	5	3	5	3	4	20
89	5	4	5	4	3	21
90	4	3	3	5	4	19

## 1. Kualitas Pelayanan (X1)

### a. Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	8.5495	1.228	.456	.624
VAR00002	8.5055	1.208	.535	.532
VAR00003	8.4396	1.027	.489	.591

### b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.676	3

## 2. Kualitas Produk (X2)

### a. Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	25.2778	6.832	.548	.693
VAR00002	25.4444	7.261	.415	.724
VAR00003	25.4889	7.107	.436	.720
VAR00004	25.1556	7.638	.309	.747
VAR00005	25.4333	7.215	.439	.718
VAR00006	25.3556	6.816	.543	.694
VAR00007	25.5111	7.219	.546	.698

### b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	7

### 3. Kinerja Karyawan (X3)

#### a. Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	16.4333	3.642	.493	.672
VAR00002	16.5000	3.669	.441	.690
VAR00003	16.7000	3.313	.494	.670
VAR00004	16.5000	3.691	.453	.686
VAR00005	16.8000	3.128	.534	.653

#### b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.722	5

#### 4. Kepuasan Nasabah (Y)

##### a. Uji Validitas

Item-Total Statistics

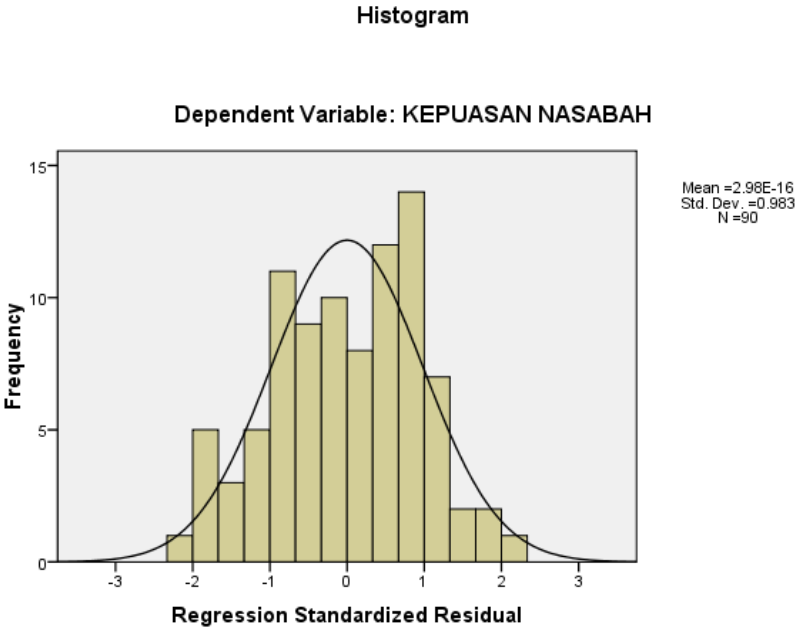
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	16.6778	3.637	.448	.650
VAR00002	17.1111	3.201	.472	.635
VAR00003	16.9778	3.191	.440	.650
VAR00004	17.0667	3.411	.347	.691
VAR00005	17.0556	3.109	.569	.593

##### b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

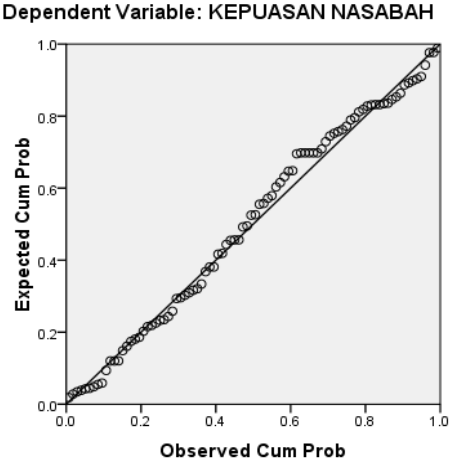
Cronbach's Alpha	N of Items
.694	5

**A. Grafik Histogram**



**B. Uji Asumsi Klasik Normalitas**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

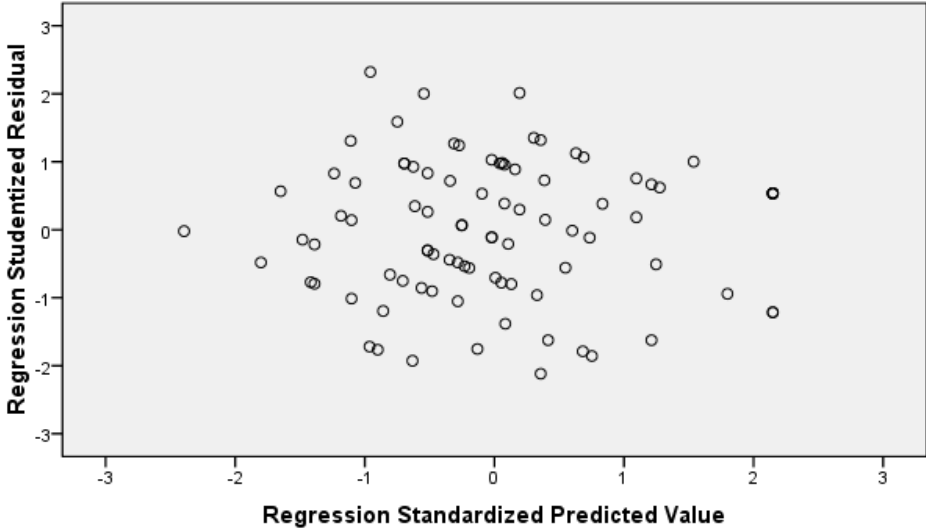




**C. Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas**

**Scatterplot**

**Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH**



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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.607 <sup>a</sup>	.369	.347	1.77161

a. Predictors: (Constant), KINERJA KARYAWAN , KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	157.636	3	52.545	16.742	.000 <sup>a</sup>
	Residual	269.920	86	3.139		
	Total	427.556	89			

a. Predictors: (Constant), KINERJA KARYAWAN , KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.354	2.121		2.996	.004		
	KUALITAS PELAYANAN	.240	.162	.164	1.482	.142	.598	1.672
	KUALITAS PRODUK	.155	.081	.216	1.911	.059	.573	1.746
	KINERJA KARYAWAN	.348	.096	.359	3.624	.000	.750	1.334

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	KUALITAS PELAYANAN	KUALITAS PRODUK	KINERJA KARYAWAN
1	1	3.982	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.008	22.753	.12	.50	.05	.39
	3	.006	26.216	.74	.05	.01	.60
	4	.004	30.415	.14	.45	.94	.01

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	18.0349	24.0814	21.2222	1.33086	90
Std. Predicted Value	-2.395	2.148	.000	1.000	90
Standard Error of Predicted Value	.190	.751	.359	.104	90
Adjusted Predicted Value	18.0393	24.2221	21.2316	1.33178	90
Residual	-3.69751	4.05191	.00000	1.74149	90
Std. Residual	-2.087	2.287	.000	.983	90
Stud. Residual	-2.118	2.321	-.003	1.003	90
Deleted Residual	-3.80636	4.17185	-.00942	1.81414	90
Stud. Deleted Residual	-2.162	2.383	-.003	1.011	90
Mahal. Distance	.030	15.015	2.967	2.439	90
Cook's Distance	.000	.053	.010	.013	90
Centered Leverage Value	.000	.169	.033	.027	90

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH





**DOKUMENTASI**

## **BANK MEGA SYARIAH CABANG PALU**



## **PROSES PENGISIAN KUISIONER**



