

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH KANTOR KAS BANK SYARIAH MANDIRI
CABANG SEKUPANG KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Andre Kurniawan
130610057**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH KANTOR KAS BANK SYARIAH MANDIRI
CABANG SEKUPANG KOTA BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Andre Kurniawan
130610057**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan atau megister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi.

Batam, Maret 2018
Yang membuat pernyataan

Andre Kurniawan
130610057

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN NASABAH KANTOR KAS BANK SYARIAH MANDIRI
CABANG SEKUPANG KOTA BATAM**

**Oleh:
Andre Kurniawan
130610057**

**SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, Maret 2018

**Suhardi, S.E., M.M.
Pembimbing**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Konsentrasi Perbankan Universitas Putera Batam. .

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E, M.M.,selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom.,M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Suhardi, S.E., M.M selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Segenap Dosen dan Staf Universitas Putera Batam.
6. Teristimewa untuk Orang tua dan adik- adik penulis yang selalu memberikan motivasi dan pengorbanannya berupa dukungan moral dan doa kepada penulis.
7. Bank Syariah Mandiri Kantor Kas Cabang Sekupang Kota Batam yang turut membantu dalam proses penyediaan data skripsi ini.
8. Semua teman- teman seperjuangan di Universitas Putera Batam angkatan 2013.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Batam, Maret 2018

Andre Kurniawan
(130610088)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam pada Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam secara parsial maupun secara simultan. Dalam penelitian ini populasinya adalah nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam sebanyak 338 orang dengan pengambilan sampel sesuai dengan metode slovin sebanyak 184 orang, dengan variabel yaitu : variabel dimensi kualitas pelayanan yaitu Reliability (X_1), assurance (X_2), tangible (X_3), empathy (X_4), dan responsiveness (X_5) dan variabel kepuasan nasabah (Y) Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, yang bertujuan untuk mengetahui korelasi antara kedua variabel. Pengujian hipotesis dilakukan dengan Uji F dan Uji koefisien determinasi (R^2). Penganalisaan data menggunakan bantuan *software* pengolahan data statistik yaitu SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah $16,363$ (F hitung) $> 3,05$ (F tabel) , berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Cabang Sekupang Kota Batam. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) memiliki nilai sebesar $0,315$ atau sebesar $31,5\%$. variasi variabel kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel dimensi kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Reliability, assurance, tangible, empathy, and responsiveness dan Kepuasan Nasabah.

ABSTRACT

The purpose of this research is to know and analyze the influence of service quality dimension to customer satisfaction of Bank Syariah Mandiri Branch Office of Sekupang Branch of Batam City at Bank Syariah Mandiri Branch Office of Sekupang Branch of Batam city partially or simultaneously. In this study population is customer of Bank Syariah Mandiri Branch Office Sekupang Branch of Batam as much as 338 people with sampling according to slovin method as much as 184 people, with variable that is: service quality dimension variable that is Reliability (X1), assurance (X2), tangible X3), empathy (X4), and responsiveness (X5) and customer satisfaction variable (Y) The method of data analysis used is multiple linear regression analysis, which aims to know the correlation between the two variables. Hypothesis testing is done by Test F and Test coefficient of determination (R²). Analyzing data using statistical data processing software that is SPSS version 22. The results of this study indicate that the dimension of service quality has a positive and significant impact on customer satisfaction $16.363 (F \text{ count}) > 3.05 (F \text{ table})$, positively and significantly influence on customer satisfaction Office Cash Branch Sekupang Batam City. The result of determination coefficient test (R²) has a value of 0.315 or 31.5%. variation of customer satisfaction variable can be explained by service quality dimension variable.

Keywords: *Reliability, assurance, tangible, empathy, and responsiveness and Customer Satisfaction*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iiiv
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	9
DAFTAR GAMBAR	10i
DAFTAR RUMUS	10i
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	11
1.2. Identifikasi Masalah	17
1.3. Batasan Masalah.....	18
1.4. Rumusan Masalah	19
1.5. Tujuan Penelitian.....	19
1.6. Manfaat Penelitian.....	20
1.6.1. Manfaat Teoritis	20
1.6.2. Manfaat Praktis	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Konsep Teoritis	22
2.1.1. Kepuasan Pelanggan	22

2.1.2.	Kualitas Pelayanan	29
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	37
2.3.	Kerangka Pemikiran	38
2.4.	Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Desain Penelitian	41
3.2.	Operasional Variabel	42
3.2.1.	Variabel Independen	42
3.2.2.	Variabel Dependen.....	43
3.3.	Populasi dan Sampel	44
3.3.1.	Populasi.....	45
3.3.2.	Sampel.....	45
3.4.	Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	48
3.4.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4.3.	Alat Pengumpulan Data	48
3.5.	Metode Analisis Data.....	51
3.5.1.	Analisis Deskriptif	51
3.5.2.	Uji Kualitas Data.....	52
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik	55
3.5.4.	Uji Pengaruh	58
3.5.5.	Uji Hipotesis	59
3.6.	Lokasi dan Jadwal Penelitian	61
3.6.1.	Lokasi Penelitian.....	61
3.6.2.	Jadwal Penelitian.....	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 63

4.1.	Hasil Penelitian.....	63
4.1.1.	Profil Responden.....	63
4.1.1.	Responden Menurut Jenis Kelamin	64

4.1.2.	Responden Menurut Status	65
4.1.3.	Data Responden Menurut Usia	65
4.1.4.	Data Responden Menurut Pekerjaan	66
4.1.5.	Data Responden Menurut Pendapatan	67
4.2.	Hasil Penelitian.....	68
4.2.1.	Analisis Deskriptif	68
4.2.3.	Uji Asumsi	80
4.2.4.	Uji Pengaruh	85
4.2.5.	Hasil Uji Hipotesis	88
4.3.	Pembahasan	92

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1.	KESIMPULAN	96
5.2.	SARAN	99

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

1. Kuesioner
2. Rekapitulasi Kuesioner Penelitian
3. Hasil Pengolahan Data (Hasil Output SPSS1)
4. Tabel R
5. Tabel T
6. Tabel F

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Surat Keterangan Peneliti

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1 Jumlah nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam periode Januari s/d Juni 2017	15
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3. 1 variabel Independen	43
Tabel 3. 2 Variabel Dependen.....	44
Tabel 3. 3 skala Likert	49
Tabel 3. 4 Kriteria Analisis Deskriptif.....	52
Tabel 3. 5 Jadwal Penelitian	62
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	64
Tabel 4. 2 Data Responden Menurut Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4. 3. Data Responden Menurut Status.....	65
Tabel 4. 4 Data Responden Menurut Usia	66
Tabel 4. 5 Data Responden Menurut Pekerjaan.....	67
Tabel 4. 6 Data Responden Menurut Pendapatan	67
Tabel 4. 7 Kriteria Analisis Deskriptif.....	68
Tabel 4. 8 Hasil Uji Analisis Deskriptif <i>Reliability</i>	69
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Deskriptif <i>Assurance</i>	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji Analisis Deskriptif <i>Tangibles</i>	71
Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Deskriptif <i>Emphaty</i>	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Analisis Deskriptif <i>Responsiveness</i>	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Deskriptif Kepuasan Nasabah	75
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas (X1) <i>Reliability</i>	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas (X2).....	77
Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Variabel X3	77
Tabel 4. 17 Hasil Uji Validitas Variabel X4	78
Tabel 4. 18 Hasil Uji Validitas Variabel X5.....	78
Tabel 4. 19 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah	78
Tabel 4. 20 Indeks Koefisien Reliabilitas	79
Tabel 4. 21 Hasil Uji Reliabilitas.....	79
Tabel 4. 22 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	83
Tabel 4. 23 Hasil Uji Multikolinearitas	84
Tabel 4. 24 Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
Tabel 4. 25 Analisis Regresi Linear Berganda	86
Tabel 4. 26. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	88

Tabel 4. 27 Hasil Uji t.....	89
Tabel 4. 28 Hasil Uji F.....	92

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4. 1 Hasil Normalitas Histogram Regression Residual.....	80
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas <i>P-P Plot regression Standardized</i>	81

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3. 1 Slovin.....	46
Rumus 3. 2 <i>pearson product moment</i>	53
Rumus 3. 3 <i>Cronbrach's Alpha</i>	54
Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda	58
Rumus 3. 5 T hitung.....	60
Rumus 3. 6 F Hitung.....	60

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini tuntutan dan kebutuhan masyarakat akan jasa produk perbankan semakin meningkat, seiring meningkatnya pengetahuan atau kemajuan. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada para nasabah.

Rangsangan tersebut dapat berupa kemudahan pembukaan rekening tabungan, bunga yang tinggi, hadiah-hadiah atau souvenir, gratis biaya transfer antar rekening, jaminan keamanan atas dana yang disimpan nasabah, fasilitas ATM yang tersebar diseluruh Indonesia, nasabah dapat mengambil dan menyetor setiap harinya tanpa dibatasi.

Pada situasi persaingan perbankan, bank-bank membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada ditangan. Keberhasilan usaha tersebut sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas.

Kualitas pelayanan tercermin dari kepuasan nasabah untuk melakukan penggunaan ulang jasa perbankan. Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk itu karyawan bagian pelayanan sebaiknya selalu memantau kepuasan yang dirasakan oleh nasabah perbankan untuk mencapai loyalitas dari para nasabah.

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya bank harus memenuhi 5 kriteria dimensi kualitas pelayanan, yaitu *Reability* (kehandalan), *Assurance* (jaminan), *Tangible* (bukti fisik), *Empathy* (empati), dan *Responsiveness* (cepat tanggap) (Tjiptono, 2014: 282).

Reliability merupakan kemampuan pegawai untuk memberikan pelayanan nasabah sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua nasabah tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. *Assurance* merupakan pengetahuan terhadap produk secara tepat, kesopansantunan pegawai dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan dan keyakinan nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri. *Tangibles* penampilaan fisik seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian, dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan pegawai. *Empathy* kesediaan untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi nasabah. Pelayanan sepenuh hati dari pegawai perusahaan kepada pelanggan berupa perhatian individual, komunikasi yang baik, perhatian individu dan memahami kebutuhan setiap nasabah yang loyal. *Responsiveness* suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat responsif dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

Kehandalan dapat dilihat dari kemampuan untuk memberikan jasa pelayanan secara akurat sesuai yang dijanjikan, jaminan dapat dilihat dari

pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri, bukti fisik dapat dilihat dari fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh nasabah, komunikasi yaitu karyawan harus memberikan perhatian secara individu kepada nasabah dan mengerti kebutuhan nasabah, sedangkan cepat tanggap kemampuan karyawan untuk membantu nasabah menyediakan pelayanan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah. Salah satu cara menciptakan pelayanan yang berkualitas adalah bank dapat membedakan dirinya sendiri dengan cara konsisten menyampaikan mutu lebih tinggi ketimbang pesaingnya, pihak bank melakukan interaksi dengan nasabah yang disertai umpan balik sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan.

Nasabah yang loyal adalah alat promosi yang efektif. Dengan adanya nasabah yang loyal akan sangat membantu pihak bank, karena nasabah yang loyal, merupakan alat promosi dari mulut kemulut yang efektif. Nasabah yang loyal akan membawa nasabah lainya untuk menikmati pelayanan produk perusahaan. Semakin meningkat jumlah nasabah yang dilayani, semakin meningkat pula pendapatan dan laba perusahaan.

Dalam sebuah penelitian terdahulu yang dilakukan Ariyanti, Nurmalasari (2015) telah melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah studi kasus Pt. Bank Central Asia TBK Cabang Kalimalang. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas dan senang.

Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang di Kota Batam ialah salah satu lembaga perbankan besar di Indonesia, Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam dibentuk oleh Bank Mandiri, untuk berperan mengembangkan pelayanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri. Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya.

Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam didirikan dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain terutama berkaitan dengan penyimpanan dana, kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya. Studi kasus ini yang akan dibahas penulis yaitu tentang kualitas pelayanan di bank tersebut apakah sudah sesuai dengan 5 dimensi diatas atau belum di bank ini masih ada kejanggalan-kejanggalan tentang memberikan pelayanan terhadap nasabah. Data perkembangan tabungan 6 bulan terakhir di tahun 2017 di Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam dapat dilihat pada table 1.1.

Tabel 1. 1 Jumlah nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam periode Januari s/d Juni 2017

Bulan	Nasabah
Januari	412
Februari	366
Maret	375
April	353
Mei	359
Juni	338

Sumber : Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam

Dari Tabel 1.1 tersebut diatas dapat terlihat jumlah nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam periode Januari s/d Juni 2017 mengalami fluktuasi. Hal ini dapat diketahui dari hasil pengamatan peneliti dan hasil wawancara dengan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam.

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam belum sepenuhnya terlaksana dengan baik atau sesuai standar pelayanan perusahaan masih banyak kekurangan-kekurangan yang terdapat di temui bagian pelayanan terutama di bagian teller, baik itu dari manajemen bank itu sendiri, cara pendekatan karyawan kepada nasabah bank, fasilitas, aset, keamanan, kecepatan dalam melayani terutama bagian teller karena disana semua transaksi penyetoran dan penarikan dana nasabah, yang menyebabkan antrian panjang di Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam hanya terdapat satu teller. Dan antrian masih banyak terjadi

pada jam sebelum makan siang atau sebelum jam istirahat karena nasabah yang datang kebanyakan dari pegawai otorita batam dan pegawai kantor dinas yang berada diwilayah sekitar daerah Sekupang yang menggunakan jasa bank tersebut.

Kemudian dilihat dari fasilitas seperti gedung atau kantor yang kecil, mesin ATM, toilet, ruang tunggu, AC diruangan kurang dingin masih belum bisa memberikan fasilitas yang nyaman bagi nasabah saat berada diruangan. Disana nasabah masih bercampur tempat ruang tunggu antara nasabah yang mau pergi menyetor dana, menarik dana, dan pembukaan rekening baru di bank tersebut. Bank tersebut menjadi sempit dan terkadang nasabah ada yang berdiri sambil menunggu nomor panggilan antrian di panggil oleh petugas bank karena kekurangan fasilitas kursi.

Untuk penggunaan mesin ATM bagi nasabah bank tersebut belum terpenuhi untuk kepuasan nasabah, karena keberadaan mesin ATM cuma ada satu mesin saja, yang berada di kawasan Terminal Ferry Sekupang, jadi nasabah untuk menggunakan mesin tersebut jadi malas untuk kesana melakukan transaksi di mesin itu, karena nasabah kalau mau menggunakan mesin ATM harus mengeluarkan biaya tambahan untuk bayar parkir masuk ke kawasan terminal tersebut. Dan masih ada nasabah sebagian yang ragu terhadap asuransi perbankan tersebut karena nasabah masih ragu terhadap produk syariah karena tidak ada sistem bunga dan sarana untuk komunikasi promosi di bank tersebut masih minim terhadap nasabah. Untuk kemudahan akses ke kantor Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang sekupang Kota Batam itu sendiri agak sulit di jangkau, oleh masyarakat luas dan masyarakat tidak banyak yang tau keberadaan bank tersebut

karena letak kantor bank tersebut berada di dalam kawasan pelabuhan terminal *ferry* sekupang *international*.

Masih banyak nasabah kurang puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam, maka dari itu karyawan bank harus bisa memperhatikan pelayanan terhadap nasabahnya sendiri, harus tanggap, cermat, respon, dan cepat kepada nasabah sehingga bagaimana karyawan tersebut mempertahankan nasabah loyal dan tetap menanam dananya untuk tetap menggunakan jasa atau produk–produk perbankan tersebut.. Kualitas pelayanan secara keseluruhan ditentukan oleh kesesuaian keinginan yang dihasilkan dari perbandingan keinginan dan kinerja yang dirasakan nasabah.

Dari latar belakang masalah diatas, penulis tertarik mengadakan penelitian dan membahas tentang pengaruh dimensi kualitas pelayanan perbankan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu penulis mengangkat judul

“PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA KANTOR KAS BANK SYARIAH MANDIRI CABANG SEKUPANG KOTA BATAM”

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam belum sepenuhnya terlaksana dengan baik.
2. Banyak kekurangan-kekurangan pelayanan nasabah yang terdapat di bagian pelayanan yaitu teller.
3. Fasilitas-fasilitas bank tersebut belum bisa buat nasabah nyaman.
4. Akses Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang sekupang Kota Batam itu sendiri agak sulit di jangkau, oleh masyarakat luas.
5. Masih banyak nasabah kurang puas atas pelayanan yang di berikan oleh karyawan Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam.
6. Masyarakat tidak banyak yang tau keberadaan Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam.

1.3. Batasan Masalah

Dari objek penelitian yang terpapar diatas diperoleh gambaran dimensi permasalahan yang luas, namun menyadari adanya keterbatasan waktu dan kemampuan dan agar didapatkan hasil yang optimal dalam pembahasan atas kepuasan nasabah terhadap pelayanan Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam, maka penulis membuat suatu pembatasan masalah, variabel bebas terdiri dari: *Reability*, *Assurance*, *Tangible*, *Empathy*, dan *Responsiveness* sedangkan variabel terikat yaitu: kepuasan nasabah di Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Dengan demikian berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- 1 Apakah *Reability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam?
- 2 Apakah *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam?
- 3 Apakah *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam?
- 4 Apakah *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam?
- 5 Apakah *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam?
- 6 Apakah *Reability*, *Assurance*, *Tangible*, *Empathy*, dan *Responsiveness* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang dikemukakan diatas, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Reability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam.

2. Untuk mengetahui *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam.
3. Untuk mengetahui *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam.
4. Untuk mengetahui *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam.
5. Untuk mengetahui *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam.
6. Untuk mengetahui *Reability*, *Assurance*, *Tangible*, *Empathy*, dan *Responsiveness* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian di harapkan bias dimemberikan manfaat baik secara praktis maupun teoritis, yaitu sebagai berikut:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menambah pengetahuan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yng telah diperoleh dibangku kuliah dalam dunia kerja sebenarnya dan untuk memenuhi salah satu tugas akhir perkuliahan dalam mencapai gelar sarjana.
2. Untuk mengaplikasikan dan membandingkan antara teori – teori yang didapat dibangku perkuliahan dengan realitas yang ada di lapangan

dan untuk lebih memahami serta memperluas tentang dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang sekupang Kota batam.

1.6.2. Manfaat Praktis

Manfaat Praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Objek Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide atau saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan pada Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam bersifat membangun bagi kemajuan perusahaan, terutama bagi perbaiki pelayanan kualitas terhadap nasabah agar dapat di optimalkan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Sebagai bahan evaluasi bagi mahasiswa, serta kinerja lembaga pendidikan yang bersangkutan dalam menghadapi era globalisasi yang sangat kompleks sekali dan penuh dengan persaingan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Teoritis

Dalam bab ini akan di paparkan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. Adapun teori-teori yang di bahas dalam penelitian ini berdasarkan judul yang telah diangkat yaitu Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Kas Bank Syariah Mandiri cabang Sekupang Kota Batam.

2.1.1. Kepuasan Pelanggan

2.1.1.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Hasan (2008: 56) kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam ilmu pemasaran. Peta pesaing bisnis semakin meningkat tajam, preferensi dan perilaku pelanggan berubah, teknologi informasi berkembang dengan cepat mendorong organisasi bisnis untuk lebih fokus untuk menjamin pengembangan bisnis. Disaat persaingan semakin ketat, produsen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan menawarkan berbagai jenis produknya, dampaknya pelanggan memiliki banyak pilihan, kekuatan tawar-menawar pelanggan semakin besar, yang mendorong setiap perusahaan harus menempatkan orientasinya pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Menurut Tjiptono (2008: 19) secara garis besar, kepuasan pelanggan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu berupa loyalitas pelanggan dan penyebaran dari mulut ke mulut atau yang biasa disebut dengan istilah *gethok tular positif*. Bagi pemerintah, konsep kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan dapat membantu mereka dalam mengidentifikasi dan mengisolasi produk dan industri yang membutuhkan tindakan pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan pelanggan. Bagi pelanggan, konsep kepuasan pelanggan bermanfaat dalam memberikan informasi lebih lanjut tentang seberapa puas atau tidak pelanggan lain terhadap produk atau jasa tertentu perusahaan bermaksud mempertinggi tingkat kepuasan pelanggan, yakni: nilai produk bagi pelanggan dan harapan pelanggan terhadap produk.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan pada prinsipnya akan bermuara pada penciptaan nilai superior yang akan diberikan kepada pelanggan. Penciptaan nilai yang superior yang akan menghasilkan tingkat kepuasan yang merupakan tingkat perasaan dimana seorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan merasa puas (Kotler, Philip & Keller, 2009: 138).

Dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi keberlangsungan usaha

suatu perusahaan. Perusahaan harus menempatkan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama yang harus diperhitungkan dalam melakukan perencanaan usaha.

2.1.1.2. Konsep Kepuasan Pelanggan

Menurut Hasan (2008: 59) konsep teoritis kepuasan ketidakpuasan pelanggan dapat dikaji dari teori *experientially affective feelings*, *expectantly disconfirmation theory*, *equity theory*.

1. *Experientially affective feelings*

Pendekatan *experientially affective* (pengalaman=perasaan) berpandangan bahwa tingkat kepuasan pelanggan dipengaruhi perasaan positif dan negatif yang diasosiasikan pelanggan dengan barang atau jasa tertentu setelah pembeliannya.

2. *Expectantly disconfirmation theory*

Model ini mendefinisikan kepuasan pelanggan evaluasi pengalaman yang dirasakan sama baiknya (sesuai) dengan yang diharapkan.

Menurut Tjiptono (2008: 46) ada sepuluh teori pokok kepuasan pelanggan yaitu:

a. *Cognitive dissonance theory*

Teori berbasis psikologi ini berfokus pada keselarasan antara dua elemen kognitif. Jika salah satu elemen tidak sesuai dengan elemen lainnya, kedua tersebut berada dalam situasi *dissonance*.

b. *Contrast theory*

Prediksi reaksi pelanggan berdasarkan teori kontras justru kebalikkan dengan *theory cognitive dissonance*. Bukannya menekan dissonance pelanggan malah justru untuk mempebesar perbedaan antara ekspektasi dan kinerja produk atau jasa.

3. *Assimilation contrast theory*

Menurut teori yang diintroduksi oleh Anderson (1973) pelanggan mungkin menerima penyimpangan dari ekspektasinya dalam batas waktu tertentu.

4. *Adaptation level theory*

Teori ini konsisten dengan efek ekspektasi dan dikonfirmasi terhadap kepuasan. Menurut teori ini individu hanya akan mempersiapkan stimuli berdasarkan standar yang diadaptasinya.

5. *Opponent process theory*

Teori ini berusaha menjelaskan mengapa pengalaman pelanggan yang pada mulanya sangat memuaskan cenderung dievaluasi kurang memuaskan pada kesempatan berikutnya.

6. *Equity theory*

Beranggapan bahwa orang menganalisa rasio input dan hasilnya dengan rasio input dan hasil mitra pertukarannya.

7. *Customer surplus*

Teori ekonomi, pelanggan rasional akan mengalokasikan sumber daya lengkapnya sedemikian rupa sehingga rasio antara utilitas marjinal dan harga produk tidak sama.

8. *Utility theory*

Unsur pokok dalam teori ini adalah hubungan antara preferensi dan indifferensi individu terhadap serangkaian alternative berdasarkan sejumlah asumsi.

9. *Alienation*

Dalam literatur pemasaran, *Alienation* dipakai untuk menjelaskan ketidakpuasan pelanggan dari aspek makro khususnya menyangkut dampak ketidakefektifan pasar terhadap ketidakpuasan pelanggan.

10. *Communication effect theory*

Teori ini menegaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan hasil dari respon pelanggan terhadap perubahan komunikasi.

2.1.1.3. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler yang dikutip Tjiptono (2014: 369) mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, kartu komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa dan lain-lain.

2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkejakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing.

3. *Lost Costomer Analysis*

Perusahaan seyognya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survai, baik dengan survey melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi.

2.1.1.4. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Fandy Tjiptono (2008: 35) sebagaimana dijelaskan didepan bahwa metode survei merupakan metode yang paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut:

1. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “ungkapkan seberapa puas saudara terhadap pelayanan pada skala berikut: sangat puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas, (*directly reported satisfaction*).

2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*).
3. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan mereka sarankan (*problem analysis*).
4. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*).

2.1.1.5. Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan Menurut Kotler dan Keller (2007: 177), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil).

Adapun indikator kepuasan pelanggan pada penelitian ini diambil menurut pandangan (Sunyoto, 2012: 54):

1. *Before-sales satisfaction*

Kepuasan konsumen terhadap proses pencarian informasi, proses berbelanja, dan ketersediaan alternatif.

2. *After-sales satisfaction*

Kepuasan terhadap layanan dan pengalaman konsumen dalam menggunakan produk.

3. *Marketplace structure/performance satisfaction*

Kepuasan pelanggan terhadap sistem kerjanya.

2.1.2. Kualitas Pelayanan

2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2008: 78) mendefinisikan kualitas adalah karakteristik, komponen atau atribut obyektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Berdasarkan definisi di atas bahwa kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan, keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi pelanggan dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima yang diharapkan pelanggan. Dimensi dapat dijumpai dari konsep teori mengenai variabel yang diteliti, yang mana dimensi dipaparkan.

Menurut Suryani (2008: 118) persepsi terhadap kualitas pelayanan adalah konsumen secara langsung atau tidak langsung akan memberikan penilaian terhadap jasa atau yang pernah dikonsumsinya. Evaluasi dilakukan berdasarkan

penilaian keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan yang diharapkan. Terdapat dua faktor utama yang dijadikan pedoman konsumen yaitu layanan yang diterima dan layanan yang diharapkan.

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan adalah suatu urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain dan memenuhi kepuasan pelanggan (Kotler, Philip & Keller, 2009: 05).

Dari pendapat para ahli diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan kualitas pelayanan tidaklah semudah membalikkan telapak tangan, banyak faktor, yang perlu dipertimbangkan. Upaya tersebut dapat berdampak luas yaitu, terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Kualitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Makin baik kualitas suatu produk maka akan makin puas seorang pelanggan dalam menggunakan suatu produk atau jasa tersebut.

2.1.2.2. Strategi Pelayanan

Menurut Walker (2011: 25) strategi pelayanan yaitu bagian pasar, teknologi dan sebagainya, ini bagian sentral karena menguraikan budaya intern perusahaan, disamping citra ekstern yang diinginkan. Hal itu perlu dinyatakan secara tertulis dan di komunikasikan secara meluas, sehingga tidak ada seorang

pun yang meragukan apa yang dirancang akan tercapai. Pernyataan ini harus diimbangi dengan struktur organisasi yang dirancang untuk tanggapan pelanggan harus mencakup.

1. Keperluan pelanggan

Tidak ada perusahaan yang bisa bertahan lama jika kebutuhan pelanggannya tidak didefinisikan sepenuhnya atau diabaikan setelah diketahui.

2. Kegiatan pesaing

Tanpa pengetahuan tentang apa yang dilakukan pesaing utama, mustahil kita dapat memperoleh keuntungan melalui kualitas dan inovasi pelayanan, paling tidak kita harus mengenal hasil yang kelihatan dari strategi pesaing. Kita perlu mengetahui mengapa pelanggan produk dan jasa orang lain dan bukannya milik perusahaan kita.

2.1.2.3. Karakteristik Pelayanan

Karakteristik pelayanan menurut Tjiptono (2008: 137) adalah sebagai berikut:

1. *Intangibility* maksudnya tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.
2. *Inseparability* yaitu interaksi baik antara penyedia pelayanan dan pelanggan adalah ciri khas dalam pemasaran.

3. *Variability* artinya harus memiliki banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana pelayanan tersebut dihasilkan.
4. *Perishability* yaitu komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

2.1.2.4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh harapan para pelanggan. Harapan pelanggan dapat bervariasi dari pelanggan satu dengan pelanggan lain walaupun pelayanan yang diberikan konsisten. Kualitas mungkin dapat dilihat sebagai suatu kelemahan kalau pelanggan mempunyai harapan yang terlalu tinggi, walaupun dengan suatu pelayanan yang baik.

Kualitas adalah karakteristik, komponen atau atribut obyektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur (Tjiptono, 2008: 78). Berdasarkan definisi di atas bahwa kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan, keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi pelanggan dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima yang diharapkan pelanggan. Dimensi dapat dijumpai dari konsep teori mengenai variabel yang diteliti, yang mana

dimensi dipaparkan. Dimensi pelayanan pada dasarnya di tunjukkan sebagai elemen-elemen yang digunakan sebagai alat ukur untuk membahas variabel penelitian. Dimensi dapat dijumpai dari konsep teori mengenai variabel yang diteliti, yang mana dimensi dipaparkan para ahli dan merumuskannya dalam studi kepustakaan ataupun penelitian-penelitian yang sudah terlaksana.

2.1.2.4.1. *Reliability*

Reliability yaitu kemampuan dari jasa yang ditawarkan perusahaan untuk berkinerja sesuai dengan yang dijanjikan (Suryani, 2013: 94). *Reliability* berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali (Tjiptono, 2008: 95). *Realibility* yakni, kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan (Tjiptono, (2014: 282).

2.1.2.4.2. *Assurance*

Assurance (kepastian), yaitu pengetahuan dan sifat hormat dari para personil penyedia jasa dan kemampuan mereka untuk mengembangkan kepercayaan dari pihak pengguna jasa (Suryani, 2013: 94). *Assurance* Berkenan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*) (Tjiptono, 2008: 95). *Assurance* Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan,

dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff: bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan (Tjiptono, 2014: 282).

2.1.2.4.3. *Tangible*

Tangible (bukti fisik), yaitu integritas dari penyedia jasa juga dapat ditimbulkan melalui penampakan dari berbagai fasilitas fisik (Suryani, 2013: 94). *Tangible* meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi (Tjiptono, 2014: 282). *Tangible* Berkenaan dengan penampakan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan (Tjiptono, 2008: 95).

2.1.2.4.4. *Empathy*

Empathy (perhatian), ketersediaan personil penyedia jasa untuk selalu memberikan perhatian secara khusus dan individual pada setiap pengguna jasa (Suryani,2013: 94). *Empathy* berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman (Tjiptono, 2008: 95). *Empathy* Kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan (Tjiptono, 2014: 282).

2.1.2.4.5. *Responsiveness*

Responsiveness (sensitifitas memberikan tanggapan), yaitu kesediaan penyedia jasa untuk membantu pelanggannya mencari cara penyelesaian bagi permasalahan yang mereka hadapi, apakah mereka cukup tanggap atau tidak (Suryani, 2013: 94). *Responsiveness* yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap (Tjiptono, 2014: 282). *Responsiveness* berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera (Tjiptono, 2008: 95).

2.1.2.5. Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan

Adapun indikator kualitas pelayanan pada penelitian ini diambil menurut pandangan (Tjiptono, 2014: 305) adalah sebagai berikut:

1. Realbility

Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Meliputi :

- a. Menyediakan jasa sesuai dengan yang dijanjikan.
- b. Keandalan dalam penanganan masalah layanan pelanggan.
- c. Karyawan yang mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.

2. Assurance

Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan. Meliputi:

- a. Karyawan yang menanamkan keyakinan pada pelanggan.
- b. Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka.
- c. Karyawan berpengetahuan luas

3. *Tangibles*

Penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Meliputi:

- a. Memiliki peralatan mutakhir dan terbaru
- b. Lingkungan nyaman dan atraktif
- c. Karyawan yang memiliki penampilan rapi dan profesional.
- d. Sarana komunikasi berhubungan dengan jasa mempunyai daya tarik.

4. *Empathy*

Kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Meliputi:

- a. Memberikan perhatian individual kepada pelanggan.
- b. Tulus dalam menangani masalah pelanggan.
- c. Mengutamakan kepentingan terbaik pelanggan.

5. *Responsiveness*

Kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera

Meliputi:

- a. Respon cepat terhadap permintaan.
- b. Bersedia membantu pelanggan.
- c. Bersedia mengakomodasikan permintaan dan kebutuhan spesial.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yaitu penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya dan sudah dicoba menggunakan alat ukur. Peneliti berdasarkan penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

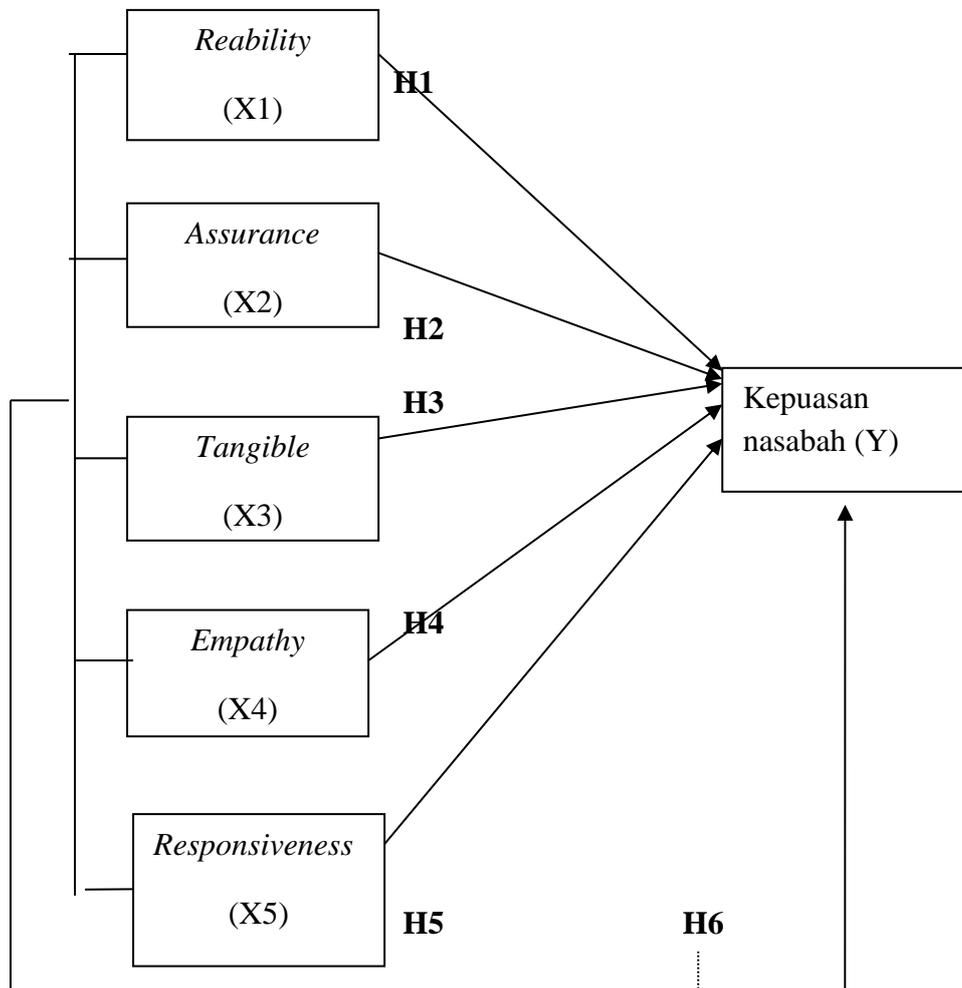
No	Nama Penelitian/Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Ariyanti ISSN 1978-1946 (2015) pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah menggunakan metode regresi linear studi kasus pt bank central asia tbk cabang kalimalang	X:Kualitas layanan Y: Kepuasan Nasabah	X -> Y : Sig

2	Aliansyah ISSN 2302-0199 (2012) Pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank aceh syariah cabang banda aceh	X1: tangibles X2: Empathy X3: Reability X4:Responsive X5: assurance Y: Kepuasan nasabah	X1 -> Y : Sig X2 -> Y : Sig X3 -> Y : Sig X 4-> Y : Sig X5 -> Y : Sig X1,X2,X3,X4 ,X, -> Y : Sig
3	Juni Novalina Sirait ISSN2355-5408 (2016) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada <i>waterpark</i> perum bumi sempaja di kota samarinda	X1:Kehandalan X2:DayaTanggap X3; Jaminan X4:Empati X5: Bukti Fisik Y: Kepuasan Pelanggan	X 1-> Y : Sig X 2-> Y : Sig X 3-> Y : Sig X4 -> Y : Sig X5 -> Y : Sig
4	Putri Rahmayani Tambunan dan Bethani Suryawarni ISSN 2252-8250 (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. JNE Perwakilan Kawaluyaan Tahun 2014	X1: Realbility X2:Responsivens X3: Assurance X4:Empathy X5: Tangibles Y: Kepuasan Pelanggan	X1-> Y: Sig X2->Y : Sig X3->Y : Sig X4->Y : Sig X5->Y : Sig
5	Rahayu ISSN 2355-5408 (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Kumala Di Samarinda	X1: Bukti Fisik kualitas X2: kendalan X3: Daya Tanggap X4: jaminan X5: Empathy Y:Kepuasan pelanggan	X1-> Y: Sig X2->Y : Sig X3->Y : Sig X4->Y : Sig X5->Y : Sig

Sumber: peneliti 2017

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah dimensi pelayanan yaitu Reability (X1), Assurance (X2) Tangible (X3), Empathy (X4), Responsiveness (X5) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y).



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis

Menurut Noor (2015: 79) hipotesis berasal dari kata hipo yang berarti ragu dan tesis yang berarti benar. Jadi, hipotesis adalah kebenaran yang masih diragukan. Hipotesis dapat di deduksi dari proposisi lainnya yang tingkat berlakunya lebih universal. Oleh karena itu, hipotesis merupakan hasil

pemikiran rasional yang dilandasi teori, dalil, hukum, dan sebagainya yang sudah ada sebelumnya.

Dari defenisi diatas disimpulkan bahwa hipotesis yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relavan, belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat dimunculkan suatu hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. H1: *Reability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam.
2. H2: *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang di Kota Batam.
3. H3: *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang di Kota Batam.
4. H4: *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang di Kota Batam.
5. H5: *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam.
6. H6: *Reability, Assurance, Tangible, Empathy, dan Responsiveness* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang di Kota Batam.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Rancangan atau desain penelitian merupakan cetak biru bagi peneliti (Sanusi 2011: 13). Oleh Karena itu desain penelitian perlu disusun terlebih dahulu sebelum peneliti melaksanakan penelitian. Pada umumnya desai penelitian ditempatkan pada bagian awal bab tentang metode penelitian dengan harapan dapat memberikan petunjuk atau arahan yang sistematis kepada peneliti tentang kegiatan yang harus dilakukan.

Definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa desain penelitian merupakan proses yang diperlukan dalam melakukan analisis data sehingga dapat terjawab pertanyaan-pertanyaan yang relevan dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian kausalitas yaitu desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel. Dalam desain ini, umumnya sebab-akibat sudah dapat diperidiksi oleh peneliti, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel penyebab dan variabel terikat. Dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Mandiri Syariah Cabang Sekupang Kota Batam.

3.2. Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014: 38). Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel penelitian, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Variabel dimensi kualitas pelayanan yaitu *Reliability* (X1), *Assurance* (X2), *Tangible* (X3), *Empathy* (X4), *Responsiveness* (X5) bertindak sebagai variabel independen atau variabel yang mempengaruhi atau mengakibatkan variabel dependen, sedangkan kepuasan nasabah (Y) bertindak sebagai variabel dependen atau yang di pengaruhi oleh variabel independen atau yang di akibatkan.

Dalam pengukuran variabel tersebut digunakan skala *likert*, karena peneliti menggunakan sistem penyebaran angket (kuesioner). Skala *Likert* adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam variabel yang sedang diukur (Sanusi 2011: 59).

3.2.1. Variabel Independen

Variabel independen sering juga disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), (Sugiyono, 2014: 39). Dalam penelitian ini ada lima variabel independen yaitu *Reliability*, *Assurance*, *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas.

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.

Tabel 3. 1 variabel Independen

Variabel	Pernyataan	Skala
<i>Reliability</i>	d. Menyediakan jasa sesuai dengan yang dijanjikan. e. Keandalan dalam penanganan masalah layanan pelanggan. f. Karyawan yang mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.	Likert
<i>Assurance</i>	d. Karyawan yang menanamkan keyakinan pada pelanggan. e. Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka. f. Karyawan berpengetahuan luas	Likert
<i>Tangibles</i>	e. Memiliki peralatan mutakhir dan terbaru f. Lingkungan nyaman dan atraktif g. Karyawan yang memiliki penampilan rapi dan professional. h. Sarana komunikasi berhubungan dengan jasa mempunyai daya tarik.	Likert
<i>Empathy</i>	d. Memberikan perhatian individual kepada pelanggan. e. Tulus dalam menangani masalah pelanggan. f. Mengutamakan kepentingan terbaik pelanggan.	Likert
<i>Responsiveness</i>	d. Respon cepat terhadap permintaan. e. Bersedia membantu pelanggan. f. Bersedia mengakomodasikan permintaan dan kebutuhan spesial.	Likert

Sumber: Peneliti 2017

3.2.2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut dengan variabel *output*, *criteria*, konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. (Tjiptono, 2008: 27). Keberadaan variabel ini

dalam penelitian kuantitatif adalah sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau penelitian. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel “y”. Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Variabel terikat (dependen) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, (Sugiyono, 2014: 39). Variabel kepuasan nasabah sebagai variabel (Y) yang diambil dari jumlah *score* daftar pertanyaan untuk nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam dan kepuasan nasabah ini berkedudukan sebagai variabel dependen.

Tabel 3. 2 Variabel Dependen

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Kepuasan Nasabah	1. <i>Before-sales satisfaction</i>	Kepuasan konsumen terhadap proses pencarian informasi, proses berbelanja, dan ketersediaan alternative	Likert
	2. <i>After-sales satisfaction</i>	Kepuasan terhadap layanan dan pengalaman konsumen dalam menggunakan produk.	Likert
	3. <i>Marketplace structure/performance satisfaction</i>	Kepuasan pelanggan terhadap sistem kinerjanya.	Likert

Sumber: Peneliti 2017

3.3. Populasi dan Sampel

Sumber data yang dibutuhkan untuk penulisan skripsi ini biasanya berupa populasi dan sampel. Populasi dikatakan sebagai keseluruhan yang terdiri dari subyek, objek, dan benda-benda alam lainnya. Sedangkan sampel bertindak sebagai bagian atau elemen populasi yang diangkat sebagai data yang dibutuhkan, akan tetapi sampel tersebut harus memiliki sifat yang representatif. Representatif berarti apa yang dipelajari atau kesimpulan apa yang didapatkan pada sampel akan diberlakukan untuk populasi.

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014: 80).

Populasi bertindak sebagai wilayah totalitas yang terdiri atas objek, subyek, dan benda-benda alam lainnya yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi tidak hanya mewakili orang, tetapi bisa mewakili objek. Populasi juga bukan sekedar juga mewakili jumlah yang ada pada subyek dan objek yang dipelajari, tetapi bisa mewakili seluruh sifat atau karakteristik yang ada pada subyek, objek, dan benda-benda alam lainnya.

Dalam penulisan skripsi ini, yang bertindak sebagai populasi adalah seluruh nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Kota Batam yang dibulan Juni pada tahun 2017, sebanyak 338 orang nasabah.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014: 81). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian (Sujarweni, 2015: 65). Sampel adalah proses pemilihan sejumlah individu atau objek penelitian untuk penelitian sedemikian rupa sehingga individu-individu atau objek penelitian tersebut merupakan perwakilan kelompok yang lebih besar pada objek yang dipilih (Sumanto, 2014: 160). Penelitian yang mengamati seluruh

objek dinamakan sensus. Keberadaan sampel mewakili populasi. Dalam survei sampel hanya sebagian dari populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari populasi.

Sampling kebetulan atau sampling seadanya bentuk sampling nonprobabilitas dimana anggota sampelnya yang dipilih diambil berdasarkan kemudahan mendapatkan data yang diperlukan atau dilakukan seadanya, seperti mudah ditemui atau dijangkau atau kebetulan ditemukan.

3.3.2.1. Teknik Pengambilan Sampel

Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan di dalam penulisan skripsi ini dengan menggunakan rumus Slovin:

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

Rumus 3. 1 Slovin

Sumber: Sanusi (2011: 101)

Dimana : 1 = Konstanta
 N = Ukuran populasi
 n = Ukuran sampel
 E2 = Kelonggaran ketidakstabilan

Sesuai dengan rumus diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan perhitungan sebagai berikut:

maka jumlah sampelnya (n) dihitung:

$$\begin{aligned} n &= \frac{338}{1 + 338 \cdot 0,05^2} \\ &= \frac{338}{1 + 338 \cdot (0,05^2)} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} &= \frac{338}{1,845} \\ &= 183,19 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan sesuai dengan rumus slovin maka didapatkan sampel 183,19 yang dibulatkan menjadi 184 nasabah yang berasal dari populasi di bulan Juni sebesar 338 nasabah dan tingkat presisi yang ditetapkan sebesar 5%

3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1. Teknik Pengumpulan Data

Pengambilan data merupakan suatu kegiatan/aktivitas yang dilakukan dengan standar yang sistematis sehingga data yang diperlukan mudah untuk didapatkan. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara (Sugiyono, 2014: 308). Pengumpulan data merupakan langkah penting dalam metode ilmiah, karena pada umumnya data dikumpulkan dan digunakan kecuali untuk penelitian eksploratif, untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Data yang dikumpulkan harus cukup valid digunakan.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah penting dalam metode ilmiah, karena pada umumnya data dikumpulkan dan digunakan kecuali untuk penelitian eksploratif, untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Data yang

dikumpulkan harus cukup valid digunakan. Validitas data dapat ditingkatkan jika alat pengukur serta kualitas dari pengambilan datanya sendiri cukup valid.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Menurut Sunyoto (2012: 29) data kuantitatif yaitu data yang berupa angka angka atau bilangan baik utuh maupun tidak utuh. Data yang didapatkan oleh penulis dalam bentuk angka-angka atau data kualitatif yang diangkat sesuai dengan variabel dimensi kualitas pelayanan yaitu *Reability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness* dan kepuasan pelanggan.
2. Menurut Sunyoto (2012: 28) data kualitatif yaitu data yang berupa karakteristik, kategori atau ciri khas suatu objek penelitian. Data yang didapatkan peneliti dalam bentuk tertulis dari internal dan eksternal Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang dikota Batam yang memiliki kesamaan dengan variabel dimensi kualitas pelayanan *Reability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness* dan kepuasan pelanggan.

3.4.3. Alat Pengumpulan Data

Untuk menyepurnakan pada tahap selanjutnya diperlukan data atau informasi baik dari dalam maupun dari luar objek penelitian. Penulis memperoleh data yang berhubungan dengan menggunakan kuesioner atau angket. Menurut Sugiyono (2014: 142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan

tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat didalam kuesioner, atau daftar pertanyaan terperinci dan lengkap.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah dengan skala Likert dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3. 3 skala Likert

No	Jawaban	Kode	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Tidak Setuju	SS	5

Sumber : Sanusi (2011: 60)

Penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepuustakaan) baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian peneliti para terdahulu. Penelitian kepuustakaan ini dilakukan dengan membaca beberapa studi kepuustakaan, mengumpulkan dokumen, arsip, maupun catatan penting objek penelitian yang ada hubungannya dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan selanjutnya diolah kembali.

3.4.4. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini

1. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumber utamanya (Kountur 2007: 182). Di sini, sumber utama data adalah dari nasabah bank. Oleh karena tidak semua informasi dapat di peroleh data sekunder diperlukan usaha untuk memperolehnya dari sumber utama yang merupakan data primer. Dari hasil kuesioner tersebut merupakan data yang digunakan dalam menganalisa guna mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang sekupang di Kota batam.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang bersumber dari hasil penelitian orang lain yang dibuat untuk maksud yang berbeda (Kountur, 2007: 178). Data tersebut dapat berupa fakta, tabel , gambar dan lain-lain. Walaupun data tersebut diperoleh dari hasil penelitian orang lain yang dibuat untuk maksud yang berbeda, namun data tersebut dapat dimanfaatkan. Adapun data-data sekunder pada penelitian ini penulis peroleh dari Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang sekupang di Kota batam.

3.5. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu unsur yang sangat penting dalam metode ilmiah, karena dengan analisislah dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Data mentah yang telah dikumpulkan perlu dipecahkan dalam kelompok-kelompok, diadakan kategorisasi, dilakukan manipulasi, serta diperas sedemikian rupa, sehingga data tersebut mempunyai makna untuk menjawab masalah dan bermanfaat untuk menguji hipotesis.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendiskripsi adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014: 147). Mendefinisikan analisis deskriptif adalah kegiatan menyimpulkan data mentah dalam jumlah yang besar dan hasilnya dapat ditafsirkan (Kuncoro, 2013: 198). Statistik deskriptif adalah statistik yang menjelaskan suatu data yang telah dikumpul dan diringkas pada aspek-aspek penting berkaitan dengan data tersebut (Wibowo, 2012: 24).

Analisis ini berdasarkan bantuan komputer dan paket aplikasi atau program statistik yaitu program SPSS (*Statistical Package for the Social Service*). Dengan program SPSS tersebut, beberapa pengujian terhadap data yang terkumpul akan dianalisis untuk memberikan pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Analisis deskriptif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori yang telah ditentukan dan sesuai dengan klasifikasi bobot yang ditetapkan. Untuk mempermudah dalam mendeskripsikan variabel penelitian digunakan kriteria tertentu yang mengacu pada rata-rata skor katagori angket yang diperoleh responden. Penggunaan skor kategori ini digunakan sesuai dengan lima kategori skor yang dikembangkan dalam skala likert dan digunakan dalam penelitian. Adapun kriteria yang dimaksud seperti dikemukakan (Muhidin, Sambas Ali. dan Abdurahman, 2007: 146) pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 4 Kriteria Analisis Deskriptif

Rentang Kategori Skor	Penafsiran
1,00 – 1,79	Sangat tidak baik/sangat rendah
1,80 – 2,59	Tidak baik/rendah
2,60 – 3,39	Cukup/sedang
3,40 – 4,19	Baik/tinggi
4,20 – 5,00	Sangat baik/sangat tinggi

Sumber : Muhidin, Sambas Ali. dan Abdurahman (2007: 146)

3.5.2. Uji Kualitas Data

Berhubungan dengan metode analisis data yang dijelaskan pada bagian metode penelitian, pengujian pertama yang dilakukan pada penulisan skripsi ini adalah uji kualitas data. Uji kualitas data meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

3.5.2.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014: 267) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner yang akan diteliti. Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan tabel *corrected item Total correlation*.

Tujuan pengujian validitas konten adalah untuk mengetahui apakah setiap instrumen penelitian memang representatif untuk digunakan sebagai alat ukur objek atau variabel yang diteliti. Berdasarkan studi literatur yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, sudah jelas bahwa dimensi kualitas pelayanan, yang digunakan dalam penelitian ini merupakan instrumen yang mewakili dan dengan demikian valid untuk digunakan sebagai alat ukur untuk melihat kepuasan nasabah pada Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang di Kota Batam.

Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas ialah teknik korelasi *pearson product moment* sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum Y)}{2\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Rumus 3. 2 *pearson product moment*

Sumber :

Wibowo, (2012: 111)

Dimana :

r_{hitung} = koefisien korelasi

$$\begin{array}{ll} \sum xi & = \text{jumlah skor item} \\ \sum yi & = \text{jumlah skor total} \\ n & = \text{jumlah responden} \end{array}$$

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014: 268) suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Bila suatu alat pengukur dipakai 2 kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten maka alat pengukur tersebut reliabel. Ada beberapa metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas metode alat ukur misalnya: metode *Anova Hoyt*, *Formula Flanagan*, *Formula Belah*, *Dua Spearman-Brown*, dan metode tes ulang. Dalam penelitian ini akan digunakan metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini sangat populer digunakan pada skala uji yang berbentuk Likert (*scoring scale*). Uji ini menghitung koefisien alpha. Data dikatakan reliabel apabila r alpha positif dan r alpha $>$ r tabel $df = (\alpha, n - 2)$. Untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan *Cronbrach Alpha* dapat digunakan rumus berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right]$$

Rumus 3.3 *Cronbrach's Alpha*

Sumber : Wibowo (2012: 52)

Dimana :

r_{11} = Realibilitas Instrumen

K = jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varian pada butir

σt^2 = varian total

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikat 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data atau reliabel atau tidaknya suatu data dapat dilihat jika nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis product moment atau nilai r tabel. Dapat pula dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu, misalnya 0,6. Nilai yang kurang dari 0,6 dianggap memiliki reliabilitas kurang, sedangkan nilai 0,7 dapat diterima dan 0,8 dianggap baik.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan di dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

3.5.3.1. Uji Normalitas

Menurut Wibowo (2012: 61) uji normalitas di lakukan guna mengetahui apakah nilai residu yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva berbentuk lonceng. Kedua sisi kurva melebar sampai tidak terhingga. Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat normal *kolmogorov-smirnov* yaitu suatu data dikatakan tidak normal jika memiliki data yang ekstrim atau

biasanya jumlah data terlalu sedikit. Kurva nilai residual Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan histogram regression residual yang sudah distandarkan, analisis *chi square* dan juga menggunakan nilai. Kurva nilai residual terstandarisasi dikatakan normal jika: nilai *Kolmogorov-smirnov Z-Z* tabel atau menggunakan nilai probality sig (2tailed) $> \alpha$: sig > 0.05 . Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.5.3.2. Uji Multikolinieritas

Menurut Wibowo (2012: 87) gejala multikolinieritas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi gejala multikolinieritas. Salah satu cara dari beberapa cara untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan menggunakan atau melihat tool uji yang disebut *variance inflation factor* (VIF). Caranya adalah dengan melihat nilai masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Pedoman dalam melihat apakah suatu variabel bebas memiliki korelasi dengan variabel bebas yang lain dapat dilihat berdasarkan nilai VIF tersebut. Jika nilai VIF kurang dari 10, itu

menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinieritas, artinya tidak terdapat hubungan antar variabel bebas.

Model lain yang dapat digunakan adalah dengan mengorelasikan antar variabel bebas, bila nilai koefisien korelasi antar variabel bebasnya tidak lebih besar dari 0,5 maka dapat ditarik kesimpulan model persamaan tersebut tidak mengandung multikolinieritas.

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan residualnya (SRESID). Deteksi terhadap heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya, pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, sumbu X adalah residual (Y prediksi $- Y$ sesungguhnya) yang telah distudentized.

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika telah ada pola yang jelas, serta titik yang menyebar diatas dan bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.4. Uji Pengaruh

Uji pengaruh yang digunakan di dalam penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

3.5.4.1. Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah yang mengetahui dua atau lebih variabel independen (X1), (X2), (X3), (X4), (X5),,,,,(Xn) terhadap variabel dependen (Y).

adapun bentuk persamaan dari regresinya:

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \dots + \beta_n X_n$$

Rumus 3. 4 Regresi Linear Berganda

Sumber: Wibowo (2012: 127)

Y = Kepuasan Nasabah

X1 = *Realbility*

X2 = *Assurance*

X3 = *Tangibel*

X4 = *Empathy*

X5 = *Responsiveness*

A = dimensi kualitas pelayanan Y bila X= 0

β = angka arah atau koefisien regresi

3.5.4.2. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Pengujian ini menunjukkan signifikat hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Besar koefisien antara 0 dan 1, semakin mendekati 1 variabel dependen. Besarnya koefisien antara 0 dan 1, semakin mendekati 1 berarti semakin signifikat.

3.5.5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis sama dengan menguji signifikansi regresi linear berganda secara parsial yang sekait dengan pernyataan hipotesis penelitian (Sanusi, 2011: 144). Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan yaitu hipotesis kausal. Hipotesis kausal adalah hipotesis yang memiliki dua atau lebih variabel yang memiliki ciri-ciri yaitu: sekurang-kurangnya mengandung dua variabel, menggambarkan hubungan sebab akibat, dapat memprediksi hasil yang akan terjadi, berkaitan logis dengan pertanyaan penelitian, dan dapat dibuktikan keberlakuan/ketidakterlakuannya.

3.5.5.1. Uji T (Parsial)

Uji t ini digunakan untuk mengukur apakah dalam model regresi variabel bebas secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Priyatno, 2010: 62).

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3. 5 T hitung

Sumber: Sugiyono (2014: 184)

Keterangan:

t = Nilai t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel

r^2 = Korelasi parsial yang ditemukan

n = jumlah sampel

Kriteria penilaian uji t hitung adalah:

1. Apabila t hitung > t tabel nilai signifikan kurang dari 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.
2. Apabila t hitung > t tabel nilai signifikan lebih dari 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen.

3.5.4.2. Uji Statistik F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk melihat apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen, rumus F hitung adalah:

$$F = \frac{(r_{y12})^2}{1 - (r_{y12})^2} \left[\frac{n - k - 1}{k} \right]$$

Rumus 3. 6 F Hitung

Sumber : Sanusi (2011: 126)

Keterangan :

R^2 = koefisien Derteminasi

K = Banyaknya variabeln bebas

n = banyaknya sampel

Apabila $F_{\text{tabel}} > F_{\text{hitung}}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Apabila $F_{\text{tabel}} < F_{\text{hitung}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan tingkat signifikansi 95 persen ($\alpha = 5\%$). Apabila angkat probalitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

Sebelum diadakan kegiatan penelitian, penulis terlebih dahulu menentukan lokasi dan jadwal penelitian berdasarkan persetujuan dari pihak manajemen Bank Mandiri Syariah Cabang Sekupang di Kota Batam dengan rincian lokasi dan jadwal penelitian dibawah ini.

3.6.1. Lokasi Penelitian

Objek lokasi penelitian ini adalah Kantor Kas Bank Syariah Mandiri Cabang Sekupang Gedung Terminal Ferry Internasional Lantai Dasar T 10 Batam.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian yang digunakan untuk melakukan kegiatan penelitian untuk penulisan skripsi ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. 5 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan			Bulan			Bulan			Bulan			Bulan			
		September			Oktober			November			Desember			Januari			
1	Pengajuan Judul	■	■														
2	Pencarian data awal			■	■												
3	Penyusunan penelitian				■	■	■										
4	Pembuatan kuesioner						■	■									
5	Penyebaran kuesioner							■	■								
6	Pengumpulan kuesioner									■	■						
7	Pengolahan hasil											■	■	■	■		
8	Penyelesaian skripsi														■	■	■

Sumber: Peneliti, 2017