

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN, DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KC. SIBOLGA**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**BELLA CANTIKA TANJUNG
NIM. 19 401 00080**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN, DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KC. SIBOLGA**



SKRIPSI

*Diajukan sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh
BELLA CANTIKA TANJUNG
NIM. 19 401 00080**

PEMBIMBING I

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si
NIDN. 2025057902

PEMBIMBING II

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized 'U' and 'C'.

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
NIDN. 0621058703

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**

Hal: Skripsi
a.n. **Bella Cantika Tanjung**

Padangsidempuan, 5 Desember 2023

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Syekh Ali
Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan
di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

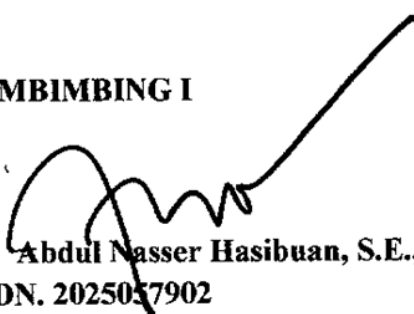
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsia.n. **Bella Cantika Tanjung** yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

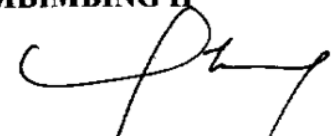
Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannyadiucapkan terimakasih.

Wassalam'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si
NIDN. 2025057902

PEMBIMBING II


Dr. Utari Eyy Cahyani, S.P., M.M.
NIDN. 0621058703

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bella Cantika Tanjung
NIM : 19 401 00080
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik UIN Syahada Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 5 Desember 2023
Saya Yang Menyatakan,



BELLA CANTIKA TANJUNG
NIM. 19 401 00080

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Agama Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry Padangsidimpuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Bella Cantika Tanjung
Nim : 19 401 00080
Program Studi : Perbankan Syariah Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Agama Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya Ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga ”**. Dengan Hak Bebas Royalty Noneklusif ini Universitas Agama Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan
Pada tanggal : 5 Desember 2023
Yang Menyatakan,



BELLA CANTIKA TANJUNG
NIM. 19 401 00080



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Bella Cantika Tanjung
NIM : 19 401 00080
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga

Ketua

Sarmiana batubara, M.A.
NIDN. 2127038601

Sekretaris

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIDN. 2017038301

Anggota

Sarmiana batubara, M.A.
NIDN. 2127038601

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIDN. 2017038301

Dr. Rosnani Siregar, M.Ag
NIDN. 2026067402

Dr. Utari Evy Cahyani, M.M.
NIP. 0621058703

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa/12 Desember 2023
Pukul : 09.00 WIB s.d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 80 (A)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,72
Predikat : Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN


**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PELAYANAN,
DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PT. BANK SYARIAH INDONESIA KC.
SIBOLGA**

NAMA : Bella Cantika Tanjung
NIM : 19 401 00080

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 17 Januari 2024
Dekan,




Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1015

ABSTRAK

Nama : Bella Cantika Tanjung

NIM : 1940100080

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga

Perkembangan di bidang jasa, khususnya perbankan, sedang mengalami kemajuan pesat. Jasa merupakan kegiatan yang memiliki identitas tersendiri, yang pada hakikatnya bersifat tak teraba, dan merupakan pemenuhan kebutuhan tanpa harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Pertumbuhan cepat dalam perbankan syariah juga berdampak pada lembaga keuangan seperti Bank Syariah Indonesia. Permasalahan yang muncul terkait dengan penurunan kualitas produk, pelayanan, dan fasilitas dapat signifikan memengaruhi kepuasan nasabah, yang didasarkan pada pengalaman mereka terhadap pelayanan yang diberikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi apakah faktor-faktor tersebut, yakni kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas, mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Sibolga. Menurut Kotler dan Keller, kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian terhadap kinerja produk yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. Produk, menurut Laksana, adalah sesuatu yang ditawarkan pada pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan, dan kualitas yang lebih tinggi cenderung menghasilkan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis menggunakan metode Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS) dengan aplikasi Smart PLS dan SPSS versi 22. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah angket dengan sampel sebanyak 100 nasabah. Alat analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji outer model (konvergensi, validitas diskriminan, reliabilitas komposit), serta uji inner model (R-square, bootstrapping). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, pelayanan, dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

Name : Bella Cantika Tanjung

Student ID : 1940100080

Thesis Title : **The Influence of Product Quality, Service, and Facilities on Customer Satisfaction at PT. Bank Syariah Indonesia KC Sibolga.**

The development in the service sector, particularly in banking, is experiencing rapid progress. Services are activities with their own identity, essentially intangible, and serve as the fulfillment of needs without necessarily being tied to the sale of other products or services. The swift growth in Islamic banking also impacts financial institutions such as Bank Syariah Indonesia. Issues related to the decline in product quality, service, and facilities can significantly affect customer satisfaction, which is based on their experiences with the provided services. The aim of this research is to identify whether these factors, namely product quality, service quality, and facilities, influence customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia KC Sibolga. According to Kotler and Keller, customer satisfaction reflects an evaluation of perceived product performance compared to expectations. Service quality plays a crucial role in creating customer satisfaction. Products, according to Laksana, are offerings in the market to fulfill desires or needs, and higher quality tends to result in higher levels of customer satisfaction. This research employs a quantitative approach, utilizing Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) analysis with Smart PLS and SPSS version 22 applications. Data collection instruments include questionnaires with a sample size of 100 customers. Analytical tools used encompass validity testing, reliability testing, outer model testing (convergence, discriminant validity, composite reliability), as well as inner model testing (R-square, bootstrapping). The research findings indicate that product quality, service, and facilities positively influence customer satisfaction.

Keywords: *Product Quality, Services, Facilities, Customer Satisfaction*

خلاصة البحث

الاسم : بيلا جانتكا تانجونج
رقم التسجيل : ١٩٤٠١٠٠٠٨٠
عنوان البحث : تأثير جودة المنتج ، وخدمة المؤسسة، ومرافقها على رضا العملاء
في بنك شريعة إندونيسيا فرع سيبولغا

ويشهد التطور في قطاع الخدمات، وخاصة في مجال الخدمات المصرفية، تقدماً سريعاً. الخدمات هي أنشطة لها هويتها الخاصة، وهي في الأساس غير ملموسة، وتعمل بمثابة تلبية للاحتياجات دون أن تكون بالضرورة مرتبطة ببيع منتجات أو خدمات أخرى. ويؤثر النمو السريع في الخدمات المصرفية الإسلامية أيضاً على المؤسسات المالية مثل بنك شريعة إندونيسيا. يمكن أن تؤثر المشكلات المتعلقة بانخفاض جودة المنتج والخدمة والمرافق بشكل كبير على رضا العملاء، والذي يعتمد على تجاربهم مع الخدمات المقدمة. الهدف من هذا البحث هو تحديد ما إذا كانت هذه العوامل، وهي جودة المنتج وجودة الخدمة والمرافق، تؤثر على رضا العملاء في بنك شريعة إندونيسيا فرع سيبولغا. وفقاً لكوتر وكيلر، فإن رضا العملاء يعكس تقييم أداء المنتج المتصور مقارنة بالتوقعات. تلعب جودة الخدمة دوراً حاسماً في خلق رضا العملاء. المنتجات، وفقاً للاكسانا، هي عروض في السوق لتلبية الرغبات أو الاحتياجات، وتؤدي الجودة الأعلى إلى مستويات أعلى من رضا العملاء. يستخدم هذا البحث منهجاً كمياً، وذلك باستخدام تحليل نمذجة المعادلات الهيكلية - المربعات الصغرى الجزئية (SEM-PLS) مع تطبيقات Smart PLS و SPSS الإصدار ٢٢. تتضمن أدوات جمع البيانات استبيانات بحجم عينة يبلغ ١٠٠ عميل. تشمل الأدوات التحليلية المستخدمة اختبار الصلاحية، واختبار الموثوقية، واختبار النموذج الخارجي (التقارب، والصلاحية التمييزية، والموثوقية المركبة)، بالإضافة إلى اختبار النموذج الداخلي (R-square، bootstrapping). تشير نتائج البحث إلى أن جودة المنتج والخدمة والمرافق تؤثر بشكل إيجابي على رضا العملاء.

الكلمات المفتاحية: جودة المنتج، الخدمات، المرافق، رضا العملاء

KATA PENGANTAR



Asslaamu'alaikum Wr.Wb

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **"Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga"**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr.H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary serta bapak Dr. Erawadi, M .Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S. HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan, Ibu Dra. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Sarminana Batubara M.A, Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary dan juga Ibu Hamni Fadlillah Nasution, M.Pd Selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary. Serta Bapak Ibu Dosen, staf dan seluruh civitas akademik di Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary yang telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary.
4. Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, S.Ag., S.S., M. Hum, kepala UPT Pusat Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen UIN Syahada Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syahada Padangsidempuan.
7. Kepada pihak Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kota Sibolga, serta seluruh karyawan yang telah mendukung dan membantu saya dalam penelitian ini sehingga peneliti bisa sampai pada tahap skripsi.
8. Teristimewa kepada Ayahanda Misdal Tanjung S. Pd dan Resmawarni Chaniago S.Pd Ibunda tercinta yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya. Memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan studi peneliti sampai saat ini. Memberikan do'a yang tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga Firdaus-Nya. Serta adik saya Nadila Tanjung dan Ahmad Alfin Faisz yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan dan kasih sayang penuh kepada peneliti karena keluarga selalu menjadi tempat teristimewa bagi peneliti.
9. Teristimewa terimakasih untuk diri sendiri yang telah berjuang hingga ke tahap ini. Terimakasih tidak pernah menyerah walaupun sering merasa kelelahan, terimakasih telah terus berjalan, dan selalu semangat untuk mengejar cita-cita yang diimpikan dan menjadi kebanggaan orangtua.
10. Untuk teman – teman tercinta yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini kerabat dan rekan – rekan yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi saya yang tidak pernah bosan-bosannya menyemangati dan mendorong saya untuk sampai pada tahap penyelesaian

skripsi ini, Indah, Masturolia, Misbahul, Sonya, Doumora, Ayu, Didra, dan sahabat tercinta di kampung halaman Yona, Rani, Mizla, Fatni, Dan Winda, Mahasiswa Perbankan Syariah 2, teman-teman kost Hijab, serta teman-teman jurusan perbankan syariah angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary yang telah berjuang bersama – sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita – cita.

11. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. *Amin yarobbal alamin.*

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat keterbatasan, kemampuan dan pengalaman peneliti oleh karenanya dengan segala kerendahan hati peneliti sangat mengharapkan kritikan dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Padangsidempuan, Desember 2023
Peneliti

BELLA CANTIKA TANJUNG
NIM. 19 401 00080

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan translitasinya dengan huruf Latin

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ħa	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	Š	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	ta	T	Te (dengan titik dibawah)
ظ	za	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
—			
—و	Dommah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antaraharkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....في	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
.....و’	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

3. Maddah

Maddah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا... ا... ا... ا...	<i>fathah dan alif atau ya</i>	A	a dan garis atas
ى.....	<i>Kasrah dan ya</i>	I	i dan garis di bawah
و.. و..	<i>dommah dan wau</i>	U	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

1. Ta marbutah hidup

Tamarbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.

2. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

D. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang

sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ا. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat*

yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber : Tim Puslit bang Lektur Keagamaan. Pedoman Transliterasi Arab Latin. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Definisi Operasional Variabel	8
E. Rumusan Masalah.....	10
F. Tujuan Penelitian.....	10
G. Manfaat Penelitian.....	11
H. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	13
1. Perilaku Konsumen.....	13
2. Kepuasan Nasabah.....	14
a. Pengertian Kepuasan Nasabah	14
b. Pengukuran Tingkat Kepuasan Nasabah.....	16
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	18
d. Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Islam	19
e. Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Perbankan Syariah.....	21
3. Kualitas Produk.....	22
a. Pengertian Kualitas Produk.....	22
b. Tujuan Kualitas Produk.....	24
4. Pelayanan	25
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	25
b. Karakteristik Pelayanan.....	26

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	28
d. Indikator Kualitas Pelayanan	30
e. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam	32
5. Fasilitas	33
a. Pengertian Fasilitas	33
b. Indikator Fasilitas	35
c. Pemeliharaan Fasilitas	36
B. Penelitian Terdahulu	36
C. Kerangka Pikir	43
D. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	46
B. Jenis penelitian	46
C. Populasi dan Sampel	47
D. Instrumen dan Pengumpulan Data	48
E. Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas	50
F. Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
1. Sejarah Singkat PT Bank Syariah Indonesia	59
2. Visi Dan Misi PT Bank Syariah Indonesia	61
3. Nilai – Nilai PT Bank Syariah Indonesia	62
B. Deskripsi Data Penelitian	64
1. Deskripsi Karakteristik	64
2. Deskripsi Jawaban Responden	65
C. Analisis Data	75
1. Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran)	75
2. Hasil Uji <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	84
3. Pengujian Hipotesis	86
D. Pembahasan Hasil Penelitian	87
1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah	88
2. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah	89
3. Pengaruh fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah	91
E. Keterbatasan Penelitian	93
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	95
B. Implikasi Hasil Penelitian	96
C. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1	Definisi Operasional Indikator	9
Tabel II. 1	Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel III. 1	Nilai Indikator Skor Angket	49
Tabel III. 2	Kisi-Kisi Angket Kepuasan Nasabah	49
Tabel III. 3	Kisi-Kisi Angket Kualitas Produk.....	49
Tabel III. 4	Kisi-Kisi Angket Kualitas Pelayanan.....	50
Tabel III. 5	Kisi-Kisi Angket Fasilitas	50
Tabel III. 6	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	52
Tabel III. 7	Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan.....	52
Tabel III. 8	Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas	53
Tabel III. 9	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah.....	53
Tabel III. 10	Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel IV 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	64
Tabel IV 2	Responden Berdasarkan Usia Responden	65
Tabel IV 3	Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	66
Tabel IV 4	Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Pelayanan.....	68
Tabel IV 5	Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Fasilitas .	70
Tabel IV 6	Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah.....	72
Tabel IV 7	Hasil Uji Reliabilitas Kualitas produk (X1)	75
Tabel IV 8	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk Setelah Eliminasi.....	76
Tabel IV 9	Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan (X2)	76
Tabel IV 10	Hasil Uji Reliabilitas pelayanan Setelah Eliminasi	77
Tabel IV 11	Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas (X3)	77
Tabel IV 12	Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas Setelah Eliminasi.....	78
Tabel IV 13	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan nasabah (Y)	78
Tabel IV 14	Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah Setelah Eliminasi.....	79
Tabel IV 15	Nilai Validitas Diskriminan (<i>Cross Loading</i>)	82
Tabel IV 16	Nilai Validitas konvergen (<i>Convergent Validity</i>).....	83
Tabel IV 17	Hasil Uji R-Square (R^2).....	85
Tabel IV 18	Hasil Uji P-Value (<i>Bootstrapping</i>)	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.- 1 Kerangka Berpikir	44
Gambar IV. 1 Hasil <i>Loading Factor</i> Seluruh Variabel Sebelum Eliminasi.....	80
Gambar IV. 2 Hasil <i>Loading Factor</i> Seluruh Variabel Setelah Eliminasi.....	81

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah secara umum dapat diartikan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan layanan penyimpanan dan pembiayaan. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam, mengacu kepada ketentuan yang ada dalam Al-Quran dan Hadits. Pelayanan yang diberikan oleh bank akan sangat berkaitan dengan kepuasan nasabah yang muncul atas apa dan bagaimana pelayanan yang diterima oleh nasabah. Nasabah yang tidak puas tentu tidak akan mengulangi lagi memilih jasa perbankan yang sama, apalagi didukung dengan banyaknya pilihan jasa perbankan lain (pesaing), sehingga membuat nasabah memiliki banyak perbandingan untuk memilih bank mana yang lebih sesuai dengan selera dan keinginannya.¹

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi setelah pembelian dimana produk yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan². Semakin tinggi tingkat

¹ Syahrin Bancina, M.Abrar Kasmin Hutagalung, "Pengaruh *Tangible, Responsiveness, Dan Assurance* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Nasabah Pembiayaan Bank Muamalat Kc Medan Balai Kota)", *dalam Jurnal Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic Journal*, Vol. 1, No. 2, June 2023, hlm. 700.

² Jaka Atmaja "Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB tahun 2018" *dalam Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 1 April 2018. hlm. 51.

kepuasan nasabah, maka akan mendatangkan keuntungan yang semakin besar bagi perusahaan perbankan, karena nasabah akan melakukan pembelian ulang terhadap jasa perusahaan perbankan. Adapun faktor yang menentukan tingkat kepuasan, antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga.¹ Tujuan Bank dalam memberikan kepuasan terhadap nasabah serta adanya penilaian yang positif dari nasabah terhadap bank akan menjadikan nasabah tersebut tetap bertahan menjadi nasabah yang setia/loyal.²

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu loyalitas konsumen, karena kualitas yang baik akan menjadikan konsumen loyal. Konsumen yang memperoleh kepuasan cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama. Salah satu faktor penting yang dapat menghasilkan kepuasan konsumen adalah kualitas³. Kualitas yang baik dari suatu produk akan mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan produk tersebut sehingga memudahkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian dan loyal. Suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan sesuai dengan yang diharapkan atau melebihi apa yang diharapkan konsumen.

¹ Nining Wahyuningsih dan Nurul Janah, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat", *dalam Jurnal Al-Amwal*, Vol 10, No. 2, 2018, hlm. 302.

² Rijal Arslan, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia", *dalam Jurnal Maneksi*, Vol 11, No. 2, Desember 2022, hlm. 465.

³Supertini, "Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 2, No. 1, (2020).

Kualitas pelayanan merupakan tingkat kinerja pelayanan dan segala atributnya benar-benar disajikan sesuai dengan harapan konsumen.⁴ Kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen didasarkan pada perbandingan kutipan dari perusahaan jasa, yaitu harapan dan persepsi terhadap aktivitas penyedia pelayanan. Persaingan di era global ini dapat dimenangkan jika perusahaan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi yang membuat beda dengan perusahaan sejenis.⁵ Kualitas layanan didefinisikan sebagai sejauh mana layanan sebuah perusahaan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Parasuraman menjelaskan bahwa kualitas layanan dapat diukur dengan lima dimensi (*SERVQUAL*) yaitu, *reliability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti langsung), *empathy* (empati) dan *responsiveness* (daya tanggap).⁶

Meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah merupakan nilai penting bagi pemasaran bank.⁷ Selain faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan, faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah fasilitas. Kepuasan terhadap fasilitas-fasilitas menjadi faktor utama, fasilitas yang dimaksud tidak hanya berkaitan dengan kondisi pelayanan di kantor, namun juga fasilitas yang

⁴ Ainul Tria Lestari, Khalid Iskandar, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTNCabang Tegal", *dalam Journal Economics and Management (JECMA)*. Vol. 03, No. 01, Agustus 2021, hlm. 3.

⁵ Zulfikri Charis Darmawan, Ahmad Ajib Ridlwan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah", *dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 2, Juni 2018, hlm. 111.

⁶ Muhammad Zakiy, Evrita Putri Azzahroh, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening", *dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1, Januari-Juni 2017, hlm. 27.

⁷ Abdul Nasser Hasibuan, "Strategi Pemasaran Produk Funding Di Pt. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidempuan", *jurnal imara*, Vol. 2, No. 1, Juni 2018.

mendukung kelancaran operasional bank yang berhubungan dengan konsumen dalam rangka memberikan kemudahan dalam bertransaksi.

Pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan pada nasabah, sehingga mendorong nasabah melakukan transaksi ulang pada perusahaan perbankan tersebut. Kualitas pelayanan merupakan hal prima dan keharusan, bila perusahaan perbankan ingin maju. Keliru apabila orang mengatakan bahwa suksesnya perusahaan perbankan hanya tergantung dari kerja keras tanpa kualitas. Sebenarnya yang terjadi adalah penyedia jasa memberikan pelayanan maksimal kepada nasabah sehingga mereka dipuaskan. Berapapun baiknya kerja pegawai perbankan bila kualitas pelayanan buruk akan ditinggalkan nasabahnya.⁸

Dalam hal ini, BSI KC Sibolga memang perlu dilakukan peningkatan dari segi kualitas produk, pelayanan dan fasilitas. Pelayanan karyawan BSI KC Sibolga dalam menangani keluhan dan kebutuhan nasabah masih kurang. Pada dasarnya pelayanan yang baik memiliki ciri tersendiri yaitu mampu melayani secara cepat dan tepat.⁹ Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan beberapa nasabah BSI KC Sibolga, terdapat nasabah yang memperoleh pelayanan dari segi empati yang kurang baik. Berdasarkan hasil wawancara Ibu Handayani mengatakan bahwa karyawan kadang acuh terhadap nasabah, dari

⁸ Ronal Aprianto, "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kantor Pt Bank Bca Cabang Lubuklinggau", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, Vol 7 No.01, hlm. 11

⁹ Rizal Zulkarnain, HER Taufik, Agus David Ramdanyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening", *dalam jurnal manajemen dan bisnis*, Vol. 2, No.1, februari 2020, hlm. 4.

segi kecepatan dalam melayani nasabah juga kurang memuaskan.¹⁰ Terkait fasilitas di BSI KC Sibolga sendiri masih menyediakan fasilitas ATM yang sangat terbatas. Hal ini dapat dilihat dari jumlah mesin ATM hanya 2 unit yaitu di area kantor cabang utama dan kas. Selain itu unit ATM yang tersedia pun sering mengalami gangguan, hal ini tentu membuat nasabah BSI merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan. Tujuan peningkatan dari alat ukur ini agar nasabah yang masih bertransaksi manual tetap mampu melakukan transaksi di mesin ATM kapanpun dan dimanapun tanpa mengalami kendala apapun. Dibuktikan dengan wawancara Ibu Nurul mengatakan bahwa terkait pelayanan di BSI Sudah baik namun untuk proses pengambilan uang yang dilakukan dari mesin ATM tidak cepat dan kadang terjadi eror.¹¹ Wawancara dengan nasabah yang mengatakan bahwa masih kurangnya kemampuan karyawan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat, pemberian informasi kepada nasabah kadang kurang akurat, masih kurang cepat karyawan membantu nasabah dalam memberikan pelayanan, penanganan keluhan ketidakpuasan masyarakat atau nasabah kurang cepat ditanggapi.¹² Strategi penanganan keluhan yang dianggap efisien adalah memberikan kesempatan dan peluang untuk mengubah nasabah yang kurang puas menjadi lebih puas.

Berdasarkan fenomena diatas, masalah yang dikhawatirkan nasabah menjadi tidak nyaman berimbas pada kepuasan nasabah terhadap produk,

¹⁰ Ibu Handayani selaku nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga, *wawancara* (27 Juli 2023, pukul 13.00 WIB)

¹¹ Ibu Nurul selaku nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga, *wawancara* 27 (Juli 2023, pukul 11.00 WIB)

¹² Bapak Daniel selaku nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga, *wawancara* (27 Juli 2023, pukul 11.25 WIB)

pelayanan dan harga bank syariah, karena kurang optimalnya pelayanan, dimensi empati memiliki rasa peduli dan menciptakan kenyamanan nasabah. Serta pada dimensi ketanggapan yaitu berkaitan dengan pelayananan tepat kepada pelanggan dengan informasi yang jelas. Serta kurangnya bentuk fisik fasilitas layanan yaitu mesin ATM yang masih minim dan kadang terjadi eror.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hera Afrillia menyatakan bahwa bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan *reliability* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹³ Pada penelitian yang dilakukan Anastasya Kambey, Johny, dan Olivia Walangitan menyatakan bahwa kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sedangkan Fasilitas (bukti Fisik), berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah secara parsial namun, uji silmutan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara bersama-sama/simultan berpengaruh terhadap kepuasan.¹⁴ Pada penelitian yang dilakukan Ihwan Arifin dengan hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas produk dan fasilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹⁵ Hal ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu menurut Muhammad Fajri Muhtadi, Emy Rahmawati, dan Setio Utomo yang

¹³ Hera Afrillia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Atm (Studi Pada Pt. Bni Syariah Cabang Banda Aceh)", *thesis*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019.

¹⁴ Anastasya Kambey dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Manado", *ejournal.unsrat*, Vol. 1, No.2, 2020

¹⁵ Ihwan Arifin, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada Pt. Bprs Safir Kota Bengkulu", *Thesis*, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu 2018.

meunjukkan hasil bawan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹⁶ Dari sini muncul hasil penelitian dan data yang berbeda sehingga peneliti ingin melakukan penelitian kembali untuk mengetahui apakah kualitas produk kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh pada kepuasan nasabah.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diketahui di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, "**Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga**".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat disimpulkan bahawa identifikasi masalah dalam penelitian ini:

1. Masih kurangnya kemampuan karyawan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat.
2. Masih kurang sesuai harapan nasabah yaitu dari segi waktu.
3. Masih kurang cepat karyawan membantu nasabah dalam memberikan pelayanan.
4. Pemberian informasi kepada nasabah kadang kurang akurat.
5. kurangnya fasilitas dalam bentuk fisik layanan yaitu mesin ATM yang masih minim dan kadang terjadi eror

¹⁶ Muhammad Fajri Muhtadi dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Mudharabah Al Barakah Di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin)" *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, Edisi Juli-Vol 9, No. 2, Desember 2020.

C. Batasan Masalah

Dari berbagai masalah yang disebutkan diatas perlu dilakukan pembatasan masalah agar penelitian yang akan dilakukan lebih mendalam. Adapun masalah yang peneliti teliti adalah pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan Fasilitas terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga.

D. Definisi Operasional Variabel

Pengertian definisi operasional dalam variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya atau juga penguraian konsep variabel yang abstrak menjadi indikator yang lebih konkret dan dapat diukur secara empiris. Definisi operasional menghubungkan konsep teoritis dengan metode pengukuran yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan variabel tersebut.¹⁷ Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor. Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini adalah variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2016)

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.¹⁸ Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kepuasan nasabah.

Tabel I. 2- Definisi Operasional Indikator

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya. ¹⁹	a. Kualitas Produk b. Kualitas Pelayanan c. Faktor Emosional d. Harga ²⁰	Ordinal
2	Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. ²¹	1. Kinerja (<i>performance</i>) 2. Pelayanan (<i>serviceability</i>) 3. Keandalan (<i>reliability</i>) ²²	Ordinal
3	Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta	1. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) 2. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) 3. Keandalan	Ordinal

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016).

¹⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada), hlm. 238.

²⁰ Nining Wahyuningsih dan Nurul Janah, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat", *dalam Jurnal Al-Amwal*, Vol 10, No. 2, 2018, hlm. 302.

²¹ Phillip Kotler, *Marketing Management*, Pearson Education, (Limited, England. 2017)

²² Fandy, Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2016, h.75

		pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.	(<i>Reliability</i>) 4. Empati (<i>Empathy</i>) 5. Jaminan (<i>Assurance</i>) ²³	
4	Fasilitas (X3)	Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen.	Material berupa: 1. Gedung 2. Penampilan pegawai 3. Mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). ²⁴	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Sibolga terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah ada pengaruh pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Sibolga terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah ada pengaruh fasilitas Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Sibolga terhadap kepuasan nasabah?

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Sibolga.

²³ Philip, Kotler dan Armstrong, *Dasar-dasar pemasaran (prinsip pemasaran)*, Jilid 2, Jakarta : Erlangga. 2016.

²⁴ M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta: 2012), hlm. 199.

2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Sibolga.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Sibolga.

G. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada:

1. Peneliti

Untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis serta sebagai masukan dalam upaya meningkatkan kemampuan dan kreativitas penulis dalam mengevaluasi dan mengidentifikasi suatu teori atau permasalahan khususnya pada lembaga BSI KC Sibolga.

2. Perguruan Tinggi

Untuk menambah referensi pada perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hassan Ahmad Addary Padangsidempuan, sebagai bahan referensi pada taman baca di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan sebagai bahan referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

3. Mahasiswa

Sebagai motivasi untuk meningkatkan pembelajaran mahasiswa untuk mencapai tujuan dan menambah wawasan mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk menabung di Bank Syariah.

4. Lembaga Keuangan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan sebagai bahan masukan bagi pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Sibolga dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman peneliti ataupun pembaca dalam skripsi ini, maka akan dikemukakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, pada bab ini terdiri dari latar belakang, Identifikasi masalah, Batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori, pada bab ini berisikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian, pada bab ini berisi tentang waktu dan lokasi penelitian, jenis dan metode penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, metode analisis.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, dan pembahasan yang terdiri dari deskripsi data hasil penelitian.

BAB V Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran. yang merupakan akhir dari keseluruhan uraian yang telah dikemukakan diatas. terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan salah satu bidang ilmu, dimana mempelajari terkait cara individu, kelompok, serta organisasi dalam melakukan pemilihan, pembelian, pemakaian, dan memanfaatkan produk, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan mereka.¹ Memahami perilaku konsumen dan pelanggan tidak sederhana, pelanggan mungkin saja menyatakan kebutuhan dan keinginan mereka. Tetapi mereka malah bertindak yang lebih dalam dan biasa saja mereka menanggapi pengaruh yang mengubah pola pikir mereka pada menit-menit akhir. Bagaimana juga pemasaran harus mempelajari keinginan persepsi, preferensi, serta perilaku belanja dan pembelian pelanggan serta sasaran mereka.

Menurut Tjiptono, setidaknya terdapat 3 (tiga) alasan fundamental perlunya dilakukan studi perilaku konsumen :²

- 1) Penciptaan kepuasan pelanggan merupakan salah satu cara untuk mencapai tujuan bisnis. Melalui pemahaman atas perilaku konsumen seorang pemasar dapat benar-benar memahami apa yang diharapkan

¹ Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen*, Yayasan Prima Agus Teknik, Semarang, 2018, hlm. 25.

² Dr. H. Mashur Razak, *Perilaku Konsumen*, Alauddin University Press, Makasar, 2016, hlm. 15.

pelanggan yang pada gilirannya dapat menciptakan kepuasan kepada pelanggan.

- 2) Studi perilaku konsumen dibutuhkan dalam rangka mengimplementasikan orientasi pelanggan dalam pengembangan “*customer culture*”, yaitu budaya organisasi yang mengimplementasikan visi dan misi perusahaan serta memanfaatkan pemahaman atas perilaku konsumen dalam merancang setiap keputusan dan rencana pemasaran.
- 3) Studi perilaku konsumen dapat mengetahui bagaimana cara menjadi pelanggan yang bijak agar dapat membuat keputusan pembelian yang optimal.

2. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Lovelock dan Wirtz mendefinisikan kepuasan adalah suatu sikap yang disimpulkan berdasarkan pengalaman yang didapat. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk/jasa yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.³ Nasabah adalah orang yang berkaitan dengan bank atau lembaga keuangan atau biasa disebut juga sebagai konsumen yang menggunakan produk yang ditawarkan oleh pihak perusahaan. Menurut Howard dan Sheith mendefinisikan kepuasan nasabah adalah suatu persepsi pembelian yang

³ Surya Dailiati, *Hasil Evaluasi Kebijakan Retribusi Kebersihan Dalam Meningkatkan Kepuasan Masyarakat* (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2018), hlm. 98.

berkenaan dengan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara hasil pelayanan yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang telah dilakukan.⁴

Menurut Kothler kepuasan nasabah adalah suatu perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kepuasan nasabah dapat tercapai jika nasabah merasakan keinginan, kebutuhan dan harapan dalam proses mendapatkan, mengonsumsi hingga menghabiskan produk/jasa dapat terpenuhi.

Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi pihak bank atau perusahaan, sehingga tidak heran selalu ada slogan yang mengatakan bahwa pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin. Nasabah pula memiliki peran yang cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap pelayanan/produk yang diberikan bank.

Berdasarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah dijelaskan bahwa Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sedangkan Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Kemudian yang dimaksud dengan Bank Pembiayaan

⁴ Ririn Wulandari dan Fikri Aulawi Rusmahafi, *Membidik Nasabah Bank Syariah* (Makassar: CV. Nas Media Pustaka, 2020), hlm. 88.

Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Unit Usaha Syariah yang selanjutnya disebut UUS adalah unit kerja dari kantor pusat Bank Umum Konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari unit yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan Prinsip Syariah. Menurut Susyanti, bank syariah adalah bank yang berasaskan pada asas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah.⁵Sedangkan Marimuthu et al, mengatakan bahwa fungsi dan operasional dari bank syariah didasarkan pada aturanaturan syariah, dan semua kegiatan bisnis yang dilakukan bank syariah harus sesuai dengan ketentuan syariah.

b. Pengukuran Tingkat Kepuasan Nasabah

Ada beberapa metode yang digunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya, yaitu sebagai berikut:

- 1) Sistem keluhan dan saran (*complaint and sugestion system*), Setiap perusahaan memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan dan saran dengan cara membuka kotak saran baik melalui surat, telepon, *customer hot line*, kartu komentar, kotak saran maupun berbagai saran keluhan lainnya. Informasi ini dapat memungkinkan perusahaan mengantisipasi dengan cepat terhadap kritik dan saran tersebut.

⁵ Susyanti, Jeni, *Pengelolaan Lembaga Keuangan Syariah*. Empat Dua. Malang. 2016.

- 2) Survei kepuasan pelanggan (*customer satisfaction survey*), Perusahaan melakukan survei untuk mendeteksi komentar dari pelanggan, sehingga diharapkan adanya umpan balik yang positif dari konsumen. Survei ini mampu menampung informasi mengenai kebutuhan pelanggan secara lebih detail sehingga memberikan pengetahuan bagi perusahaan bersangkutan untuk melakukan perbaikan terhadap produk/jasa.
- 3) Pembeli bayangan (*ghost shopping*), Perusahaan menempatkan orang tertentu baik orang lain maupun dari manajemen sendiri sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaan sendiri. Pembeli bayangan ini akan memberikan laporan keunggulan dan kelemahan dari pelayanan yang melayaninya, serta melaporkan segala yang bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen
- 4) Analisis pelanggan yang hilang (*lost customer analysis*), Pelanggan yang hilang akan dihubungi kembali, kemudian akan diminta dengan jelas mengenai informasi mengapa mereka berhenti, serta mengapa mereka pindah ke perusahaan lain, adakah suatu masalah yang tidak bisa diatasi.⁶

Berdasarkan beberapa cara pengukuran kepuasan nasabah di atas, maka perusahaan dapat mengukur dan memantau seberapa besar kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan.

⁶ Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 16.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi atau indikator dari kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:⁷

1) Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3) Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

⁷ Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Unitomo Press, Surabaya, 2019), hlm. 87-88.

5) Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

d. Kepuasan Nasabah dalam Perspektif Islam

Dalam ilmu ekonomi Islam kepuasan seorang muslim disebut dengan *qana'ah*. Kepuasan dalam perspektif Islam merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniyah. Kepuasan dalam perspektif Islam mendorong seorang konsumen muslim untuk bersikap secara adil. Kepuasan menurut perspektif Islam harus mempertimbangkan beberapa hal berikut, yaitu:

- 1) Barang atau jasa yang harus dikonsumsi harus benar-benar halal.
- 2) Dalam mengonsumsi barang atau jasa dilarang untuk berlebihan.
- 3) Tidak mengandung riba.

Menurut pendapat Qardhawi, sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:

- 1) Sifat Jujur Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW, yang artinya : "Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia

berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya." (HR. Ahmad dan Thobrani).

- 2) Sifat Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah "menjual dengan amanah", artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya. Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.
- 3) Benar Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas Nama Allah. Dalam hadits mutafaq'alah dari hakim bin Hazm yang artinya : "Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu."⁸

⁸ Muhammad Yusuf Musa, *falsafat al-Ahklaq fi al-Islam*, (kairo: Dar alA'raf).

Didalam Al-Quran Surah Ali-Imron ayat 159 disebutkan

bahwa:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنفَضُوا^ط
 مِّنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ^ط
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿٥٩﴾

Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemahlembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma’afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepadaNya.”⁹

e. Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Perbankan Syariah

Menurut Naser et al, mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah diantaranya saran yang diberikan oleh karyawan bank syariah, kecakapan karyawan bank syariah, tingkat kualifikasi karyawan bank syariah, kepercayaan pada Dewan Pengawas Syariah, kepercayaan pada manajemen bank syariah, biaya layanan yang ditawarkan bank syariah, jumlah cabang dari bank syariah, jam buka bank syariah, efisiensi dan kecepatan bank syariah dalam menyelesaikan transaksi, kerahasiaan nasabah, berbagai macam fasilitas yang ditawarkan, nama dan citra dari bank syariah, keramahan staf bank

⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Syamil Cipta Media,2019)

syariah, kesesuaian pada furnitur bank syariah, fasilitas parkir yang disediakan untuk nasabah bank syariah, efisiensi dalam menangani masalah melalui layanan telepon, desain arsitektur bank syariah, desain penataan internal bank syariah, pengiklanan produk yang telah ada dari bank syariah, pengiklanan produk baru dari bank syariah, konseling yang disediakan, ketersediaan dana, dan biaya layanan untuk cek.

3. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas merupakan faktor pemuas kebutuhan yang tidak lepas dari produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

Menurut Tjiptono dalam "Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan, kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang".

Menurut Kotler kualitas produk merupakan keseluruhan ciri atas sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas yang ditampilkan baik dari ciri-ciri luar (*design*) produk inti (*core*) produk itu sendiri.

Dalam ekonomi islam kualitas produk berkaitan dengan produksi, dimana produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian manfaatnya dirasakan oleh konsumen. Produksi dalam perspektif islam tidak hanya berorientasi untuk memperoleh keuntungan yang sebanyak-banyaknya, meskipun mencari untung tidak dilarang.

Dalam ekonomi islam, tujuan utama produksi adalah untuk kemaslahatan individu dan masyarakat secara berimbang. Islam sesungguhnya menerima motif berproduksi sebagaimana motif dalam system ekonomi konvensional, hanya saja islam juga menambah nilai-nilai moral disamping utilitas ekonomi. Bagi islam memproduksi sesuatu bukanlah sekedar untuk dikonsumsi sendiri atau dijual, tetapi lebih menekankan bahwa setiap kegiatan produksi harus pula mewujudkan fungsi social.¹⁰

Sebagaimana dijelaskan Allah dalam surah *al-hadid* ayat 7 berikut:

ءَامِنُوا بِاللّٰهِ وَرَسُوْلِهِ ۗ وَاَنْفِقُوْا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُّسْتَخْلَفِيْنَ فِيْهِ ۗ فَالَّذِيْنَ ءَامَنُوْا
مِنْكُمْ وَاَنْفَقُوْا لَهُمْ اَجْرٌ كَبِيْرٌ ﴿٧﴾

Artinya:”Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya memperoleh pahala yang besar”.¹¹

¹⁰ Idri, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2015), h. 63

¹¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Syamil Cipta Media,2019)

Cara-cara yang tidak mengakibatkan kerugian dan mudharat dalam kehidupan masyarakat. Produksi barang-barang yang halal adalah dibenarkan, tetapi apabila produksi dilakukan dengan mengandung unsur tipuan atau pemerasan, maka hal ini tidak memenuhi landasan ekonomi islam.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas suatu produk merupakan kadar atau tingkat baik buruknya sesuatu yang terdiri dari semua faktor yang melekat pada barang atau jasa, sehingga produk tersebut memiliki kemampuan untuk dipergunakan sebagaimana yang diinginkan oleh konsumen

b. Tujuan Kualitas Produk

Menurut kotler tujuan kualitas produk adalah sebagai berikut:

- 1) Mengusahakan agar barang hasil produksi dapat mencapai standar yang telah ditetapkan
- 2) Mengusahakan agar biaya inspekti dapat menjadi sekecil mungkin
- 3) Mengusahakan agar biaya desain dari produksi tertentu menjadi sekecil mungkin
- 4) Mengusahakan agar biaya produksi dapat menjadi sekecil mungkin

c. Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut David Garvin

dalam buku Fandy Tjiptono kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut:¹²

- 1) *Performance* (kinerja), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli.
- 2) *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) *Reliability* (reliabilitas), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- 4) *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 5) *Durability* (daya tahan), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
- 6) *Serviceability* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi; serta penanganan keluhan secara memuaskan.
- 7) *Esthetics* (Estetika), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- 8) *Perceived Quality* (kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

4. Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas dapat didefinisikan sebagai keseluruhan ciri atau sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan

¹² Fandy, Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2016, h.75

yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas pelayanan adalah sebagai kemampuan merencanakan, menciptakan dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi nasabah atau konsumen.

Pada dasarnya pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Secara umum pelayanan adalah kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan atas sesuatu dan produksinya atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.¹³

Menurut Gronroos mendefinisikan bahwa pelayanan adalah kegiatan yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebab adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal yang telah disediakan oleh pihak perusahaan yang memberikan pelayanan dengan tujuan untuk memecahkan permasalahan dari konsumen tersebut.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah tidak kasat mata (tidak dapat diraba) dan kegiatannya melibatkan upaya manusia atau peralatan lain yang telah disediakan perusahaan penyelenggara pelayanan.¹⁴

b. Karakteristik Pelayanan

Menurut Kotler menjelaskan tentang beberapa karakteristik layanan yang perlu diperhatikan seperti :

¹³ Muh Nur Eli Ibrahim, *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akuntansi Dan Keuangan Lembaga* (Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI), 2021), hlm. 3.

¹⁴ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan Pengembangan Konseptual, Penerapan Citizen's Charter Dan Standar Pelayanan Minimal* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), hlm. 2-3.

- 1) Akses, yaitu layanan tersebut harus menjangkau keseluruhan tempat dan waktu secara tepat.
- 2) Komunikasi, yaitu bahwa dalam memberikan layanan perlu dilakukan komunikasi yang efektif, efisien dan jelas serta akurat.
- 3) Kompetensi, yaitu terkait dengan pegawai atau karyawan yang memiliki keahlian dan ketrampilan serta pengetahuan yang diperlukan berdasarkan layanan yang diberikan.
- 4) Kesopanan, yaitu bahwa pegawai harus ramah, cepat tanggap dan tenang untuk memberikan layanan yang memuaskan.
- 5) Kredibilitas, yaitu perusahaan dan pegawai dapat dipercaya dan mempunyai tempat dihati pelanggan.
- 6) Keandalan, yaitu bahwa layanan yang diberikan secara konsisten dan tepat.
- 7) Responsif, yaitu terkait dengan layanan dan respon pegawai yang cepat dan kreatif terhadap permintaan pelanggan atau permasalahan yang dihadapi pelanggan.
- 8) Keamanan, yaitu layanan yang diberikan harus bebas resiko, bahaya dan keraguan serta kerugian.
- 9) Nyata, yaitu layanan tersebut harus bisa dicerminkan dalam bentuk fisik yang benar-benar mencerminkan kualitas layanan.

- 10) Memahami konsumen, yaitu pegawai benar-benar membuat usaha untuk memahami kebutuhan konsumen dan memberikan perhatian secara individu.¹⁵

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Aplikasi kualitas Kualitas Pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun strategi untuk terus tumbuh.

Faktor penyebab buruknya kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :¹⁶

- 1) Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan salah satu karakteristik unik jasa atau layanan adalah *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), artinya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Beberapa kelemahan yang mungkin ada pada karyawan jasa dan mungkin berdampak negatif terhadap persepsi kualitas meliputi :
 - a) Tidak terampil dalam melayani pelanggan;
 - b) Cara berpakaian karyawan yang kurang sesuai konteks;
 - c) Tutur kata karyawan kurang sopan;
 - d) Bau badan karyawan mengganggu kenyamanan pelanggan;
 - e) Mimik muka karyawan selalu cemberut.

¹⁵ Dr. Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, (Unitomo Press, Surabaya, 2019), hlm. 62-63.

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. (Edisi 4: Andi, 2015).

- 2) Intensitas tenaga kerja yang tinggi keterlibatan karyawan secara insentif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas yaitu berupa tingginya variabilitas yang dihasilkan.

Faktor-faktor yang biasa mempengaruhinya antara lain :

- a) Upah rendah (umumnya karyawan yang melayani atau berinteraksi langsung dengan pelanggan memiliki tingkat pendidikan dan upah yang paling rendah dalam suatu perusahaan);
- b) Pelatihan yang kurang memadai atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi;
- c) Tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi;
- d) Motivasi kerja karyawan rendah.

3) Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai Karyawan *front line* merupakan ujung tombak sistem penyampaian layanan.

- 4) Gap komunikasi, bila terjadi gap komunikasi, maka bisa timbul penilaian atau persepsi negatif terhadap kualitas layanan. Gap-gap komunikasi bisa berupa :

- a) Penyedia layanan memberikan janji berlebihan, sehingga tidak mampu memenuhinya.
- b) Penyedia layanan tidak bisa selalu menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan.
- c) Pesan komunikasi penyedia layanan tidak dipahami pelanggan.
- d) Penyedia layanan tidak memperhatikan atau tidak segera menindaklanjuti keluhan atau saran pelanggan.

- e) Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama dalam hal interaksi dengan penyedia layanan, tidak semua pelanggan bersedia menerima layanan yang seragam, sering terjadi ada pelanggan yang menginginkan atau bahkan menuntut layanan yang sifatnya personal dan berbeda dengan pelanggan lain.
- f) Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan bila terlampaui banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah seputar standar kualitas layanan.

d. Indikator Kualitas Pelayanan¹⁷

- 1) Bukti Fisik (*Tangibles*) adalah penampilan, bentuk fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan. Lantai yang kotor dan bau pada gedung bank akan dinilai para nasabah dengan nilai yang jelek, walaupun para karyawan bank tersebut berpenampilan menarik.

Indikator *tangible* :¹⁸

- a) peralatan modern,
- b) fasilitas yang berdaya tarik visual,
- c) karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional,

¹⁷ Aria Mulyapradana, dkk. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal" , dalam *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, Vol 3 No.1, (Januari 2020), hlm. 29.

¹⁸ Hasnih, dkk, "Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Di Kelurahan Ompo Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng"(Makassar;STIE Ampkop,2016) hlm. 432- 433.

d) materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual.

2) Keandalan (*Realibility*) adalah kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang disajikan sejak akurat sejak pertama kali.

Indikator *Realibility* :¹⁹

a) Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu,

b) Pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan,

c) Sikap simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3) Daya Tanggap (*Responsiveness*) adalah kesediaan dan kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas.

Indikator *Responsiveness* :²⁰

a) Kepastian waktu penyampaian jasa yang selalu diinformasikan,

b) Kecepatan layanan untuk pelanggan,

c) Siap sedia membantu pelanggan,

d) Tanggap dalam melayani permintaan pelanggan.

4) Jaminan (*Assurance*) adalah berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan kepada perusahaan.

Indikator *Assurance* :²¹

¹⁹ Ronal Aprianto, "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kantor Pt Bank Bca Cabang Lubuklinggau", dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, Vol. 7 No.01,2016, hlm. 13.

²⁰ Fandy Tjiptono, "*Service Quality and Satisfaction*", (Yogyakarta: CV Andi Offset,2016) hlm. 137.

- a) Membangun hubungan saling percaya dengan pelanggan,
 - b) Menciptakan lingkungan yang aman bagi yang menggunakannya.
- 5) Perhatian (*Emphaty*) adalah kemampuan perusahaan atau bank memahami masalah para pelanggannya atau nasabah dan bertindak demi kepentingan nasabah, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Indikator *Emphaty* :²²

- a) Berupaya memahami keinginan konsumen,
 - b) Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi,
 - c) Pelayanan menyeluruh pada setiap konsumen.
- e. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Kualitas pelayanan dalam perspektif islam yang dijadikan tolok ukur untuk menilai kualitas pelayanan yaitu standarisasi syariah. Islam mensyari'atkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Di dalam islam tidak mengenal kebebasan beraqidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seseorang telah memeluk Islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka baginya wajib untuk terikat dengan seluruh

²¹ Fandy Tjiptono, "*Service Quality and Satisfaction*", (Yogyakarta: CV Andi Offset,2016) hlm. 136.

²² Ronal Aprianto, "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kantor Pt Bank Bca Cabang Lubuklinggau", *dalam Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, Vol. 7 No.01, 2016, hlm. 11.

syariah Islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah SWT sesuai cara yang sudah ditetapkan²³

Hal ini sesuai dengan Firman Allah dalam *Al-Qur'an* surah *An-Nahl* ayat 30:

﴿ وَقِيلَ لِلَّذِينَ اتَّقَوْا مَاذَا أَنْزَلَ رَبُّكُمْ قَالُوا خَيْرًا لِلَّذِينَ أَحْسَنُوا فِي هَذِهِ الدُّنْيَا حَسَنَةٌ وَلَدَارُ الْآخِرَةِ خَيْرٌ وَلَنِعْمَ دَارُ الْمُتَّقِينَ ﴾

Artinya: Dan dikatakan kepada orang-orang yang bertakwa: "Apakah yang telah diturunkan oleh Tuhanmu?" Mereka menjawab: "(Allah telah menurunkan) kebaikan". Orang-orang yang berbuat baik di dunia ini mendapat (pembalasan) yang baik. Dan sesungguhnya kampung akhirat adalah lebih baik dan itulah sebaik-baik tempat bagi orang yang bertakwa.²⁴

Berdasarkan ayat di atas ada kata yang memiliki arti di dunia mendapat balasan yang baik. Jika kita berbuat baik atau member pelayanan yang baik maka kita akan memperoleh balasan yang baik di dunia. Pembalasan tersebut dapat berupa rezeki seperti, jika bank member pelayanan yang baik maka nasabah akan setia kepada bank tersebut dan ini akan memberikan rezeki kepada bank tersebut

5. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Fasilitas adalah sesuatu yang dapat membantu memudahkan pekerjaan, tugas dan sebagainya fasilitas merupakan pelaksanaan fungsi.

Fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan bermacam-macam bentuk,

²³ Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Jakarta: Alfabeta, 2010), hal 87.

²⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Syamil Cipta Media, 2019)

jenis dan manfaatnya. Semakin besar aktivitas suatu perusahaan maka semakin lengkap pula fasilitas dan sarana pendukung dalam proses kegiatan untuk peoses kegiatan untuk mencapai tujuan tersebut. Fasilitas kantor itu mencakup atau meliputi sarana dan prasarana kantor. Karakteristik fasilitas yang mencakup sarana dan prasarana pendukung dalam proses aktivitas perubahan atau organisasi.²⁵

- 1) Mempunyai bentuk fisik.
- 2) Memberikan manfaat dimasa yang akan datang.

Fasilitas fisik dapat mencakup penampilan fasilitas atau elemen elemen fisik, peralatan, personel, dan material-material komunikasi. Tujuannya adalah untuk memperkuat kesan tentang bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi. Fisik nyata tercermin dengan indikator penggunaan perlatan dan teknologi dalam operasional.²⁶

Fasilitas menurut islam (bukti fisik) dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana praasarana lainnya. Dalam konsep islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting. Dalam konsep islam pelayanan yang berkaitan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan

²⁵Komaruddin Sastradipoera, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung:Kappasigma, 2015), h. 78

²⁶T. Hani Handoko, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*,(BPFE Yogyakarta, 2013), h. 101

kemewahan, pernyataan ini sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur'an surat *Al-Isra* (17) : 26-27

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ تَبَذِيرًا ۖ إِنَّ
 الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۖ

Artinya: “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya”.²⁷

b. Indikator Fasilitas

Fasilitas kantor pada setiap perusahaan akan berbeda dalam bentuk dan jenis nya, tergantung pada jenis usaha dan besar-kecilnya perusahaan tersebut. Berdasarkan pengertian tersebut, maka sarana berkaitan dengan mesin dan peralatan, perlengkapan, peralatan, dan peralatan inventaris lainnya.²⁸

1) Sarana;

- a) Perabot
- b) Peralatan
- c) Perlengkapan
- d) Interior

2) Prasarana

- a) Penambahan nilai estetis
- b) Penambahan citra perusahaan di mata kolega dan lingkungan sekitar

²⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Syamil Cipta Media, 2019)

²⁸ Widiyanti, *Administrasi Perkantoran 1 Bidang Keahlian Bisnis Dan Manajemen*, (Yudhistira. 2014), h. 134

- c) Tolak ukur kualitas perusahaan atas lingkungan sosial
- d) Perwujudan prestasi perusahaan
- e) Peningkatan wujud apresiasi seni

c. Pemeliharaan Fasilitas

Tujuan diadakan nya maintance antara lain sebagai berikut:

- 1) Memungkinkan tercapainya jumlah produk melalui oprasi fasilitas secara tepat
 - 2) Memaksimalkan umur ekonomis peralatan/fasilitas produksi
 - 3) Memaksimalkan kapasitas produksi dan pralatan
 - 4) Memaksimalkan frekuensi kerusakan dan kegagalan proses operasi
- Menjaga keamanan peralatan.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul yang diteliti. Adapun dikemukakannya hasil penelitian terdahulu adalah untuk mendukung isi ataupun bahan acuan (perbandingan) dari penelitian ini.

Tabel II.- 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1	Ihwan Arifin (2018)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Wadiah Pasar Pada Pt. Bprs Safir Kota Bengkulu	Metode Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian adalah terdapat pengaruh signifikan dari variabel kualitas pelayanan, sedangkan variabel kualitas produk dan

				fasilitas menunjukkan tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
2	Arpan Marwazi Lubis (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Padangsidempuan	Metode Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian adalah terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan. 29
3.	Athik Rosyidah (Skripsi Nstitut Agama Islam Negeri (Iain) Ponorogo 2020)	Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bri Syariah Madiun	Metode Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Madiun ³⁰
4	Chintia Monica, Doni Marlius (Jurnal pundi 2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Nagari Cabang	Metode Penelitian Kuantitatif (metode survey dan eksperimen)	Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan hasil

²⁹ Arpan Marwazi Lubis, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Padangsidempuan", *Skripsi*, (IAIN Padangsidempuan, 2018).

³⁰ Athik Rosyidah, "Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bri Syariah Madiun", *Skripsi* Nstitut Agama Islam Negeri (Iain) Ponorogo (2020)

		Muaralabuh.		bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh. ³¹
5	Intan Nur Cahyanti (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Madiun	Metode deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial dan secara simultan ³²
6.	Nirwan Efendi Lubis (Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2017)	Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah Padangsidimpuan)	Metode Kuantitatif Deskriptif	Untuk variabel <i>tangible</i> dan <i>Responsiveness</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Untuk variabel <i>tangible</i> dan <i>responsiveness</i> secara simultan berpengaruh terhadap

³¹ Chintia Monica dan Doni Marlius, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Nagari", *dalam Jurnal Pundi*, Vol. 07, No. 01, (Mei 2023).

³² Intan Nur Cahyanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Madiun", *Skripsi* (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo 2021)

				kepuasan nasabah. ³³
7	Yusuf Suhardi, Zulkarnaini, Agustian Burda, Arya Darmawan, Adila Nur Klarisah(Jurnal STEI Ekonomi (JEMI), 2022)	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan	Metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Fasilitas berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. ³⁴
8	Tisia Priskila, Angel Priskila (Jurnal manajemen, 2019)	Pengaruh kualitas website (<i>Webqual</i> 4.0) Dan kualitas pelayanan (<i>Servqual</i>) <i>Online to Offline</i> (O2O) Commerce terhadap kepuasan pelanggan dan minat pembelian ulang.	Metode analisis yang digunakan yaitu <i>Partial Least Square</i> (PLS).	Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan O2O <i>commerce</i> secara tidak langsung berpengaruh positif terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan pelanggan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dikategorikan sebagai variabel mediasi sebagian

³³ Nirwan Efendi Lubis, "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah Padangsidempuan)", *Skripsi*, (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan), 2017.

³⁴ Yusuf Suhardi et., al, Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Sekolah Olahraga Binasehat Bekasi), *Jurnal STEI Ekonomi (JEMI)*, 2022

				(<i>partial mediation</i>). ³⁵
9	Vinci Atmadinata, Dkk (Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelayanan Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman	Metode analisis yang digunakan yaitu <i>Partial Least Square</i> (PLS).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan nilai pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa baik secara parsial maupun simultan. ³⁶
10	Adilah Nur Larasati dan Cut Irna Setiawati (Jurnal <i>e-Proceeding of Management</i> : Vol.8, No.5 Oktober 2021	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Shopee Di Indonesia	Teknik analisis SEM (<i>Structural equation modelling</i>)	Hasil yang diperoleh yaitu, Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, serta memberikan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. ³⁷

Adapun persamaan dan perbedaan peneliti ini dengan penelitian sebelumnya yaitu:

³⁵ Tisia Priskila, Angel Priskila, “Pengaruh kualitas website (*Webqual* 4.0) Dan kualitas pelayanan (*Servqual*) *Online to Offline* (O2O) Commerce terhadap kepuasan pelanggan dan minat pembelian ulang”, dalam *Jurnal manajemen*, Vol. 16 No. 2, (Nopember 2019), hlm. 109-126.

³⁶ Vinci Atmadinata, Dkk, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelayanan Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman, dalam *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, , Vol. 13, No.1 (2016).

³⁷ Adilah Nur Larasati dan Cut Irna Setiawati, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Shopee Di Indonesia, (dalam *Jurnal e-Proceeding of Management* , Vol. 8, No.5, (Oktober 2021), hlm. 6210.

1. Ihwan Arifin, Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini adalah pada lokasi dan studi kasus yang di teliti dimana pada penelitian itu yaitu PT. Bprs Safir Kota Bengkulu dan PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga
2. Arpan Marwazi Lubis, Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh kualitas pelayanan. Perbedaan penelitian ini adalah pada lokasi dan studi kasus yang di teliti dimana pada penelitian itu yaitu PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Padangsidempuan dan PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga.
3. Athik Rosyidah, penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini adalah pada lokasi dan studi kasus yang di teliti dimana pada penelitian itu yaitu Bri Syariah Madiun dan PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga
4. Chintia Monica dan Doni Marlius, Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh kualitas pelayanan. Perbedaan penelitian ini adalah pada lokasi dan studi kasus yang di teliti dimana pada penelitian itu yaitu Bank Nagari dan PT. Bank Syariah Indonesia KC Sibolga.
5. Intan Nur Cahyanti, persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini adalah pada lokasi dan studi kasus yang di teliti

dimana pada penelitian itu yaitu Bank Syariah Indonesia Cabang Madiun dan PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga

6. Nirwan Efendi Lubis, Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh kualitas pelayanan. Perbedaan penelitian ini adalah pada lokasi yang di teliti dimana pada penelitian itu yaitu BTPN Syariah Padangsidempuan dan PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga dan pada indikator *Reliability*.
7. Yusuf Suhardi dkk, persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan penelitian ini adalah pada variabel harga dan studi kasus yang di teliti dimana pada penelitian itu yaitu sekolah olahraga binasehat Bekasi dan PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga
8. Tisia Priskila dan Angel Priskila, Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh kualitas pelayanan dan menggunakan metode analisis data yaitu *Partial Least Square (PLS)*. Perbedaan penelitian ini adalah pada studi kasus di teliti dimana pada penelitian itu yaitu kepuasan pelanggan dan minat pembelian ulang sedangkan peneliti kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga.
9. Vinci Atmadinata, Dkk, Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh kualitas pelayanan dan menggunakan metode analisis data yaitu *Partial Least Square (PLS)*. Perbedaan penelitian ini adalah pada studi kasus di teliti dimana pada penelitian itu yaitu kepuasan mahasiswa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman sedangkan peneliti kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga.

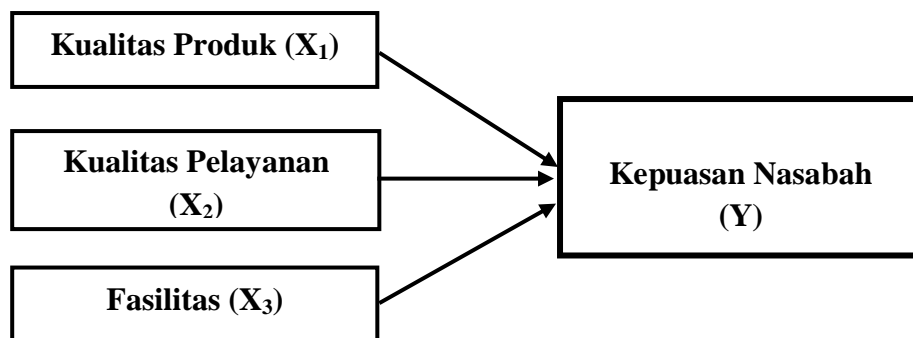
10. Adilah Nur Larasati dan Cut Irna Setiawati, Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh kualitas pelayanan dan menggunakan metode analisis data yaitu *Partial Least Square (PLS)*. Perbedaan penelitian ini adalah pada studi kasus di teliti dimana pada penelitian itu yaitu kepuasan pelanggan shopee di Indonesia sedangkan peneliti kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga.

C. Kerangka Pikir

Salah satu cara menciptakan kepuasan nasabah melalui peningkatan kualitas, karena nasabah adalah fokus utama ketika kita mengungkap tentang kepuasan dan kualitas nasabah. Persoalan kualitas sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap bertahan dalam bisnisnya. Hasil pengukuran tingkat kepuasan nasabah dapat menunjukkan karakteristik atau atribut apa dari produk/jasa yang membuat pelanggan tidak puas.

Tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan nasabah adalah untuk dapat segera mengetahui faktor-faktor yang membuat para nasabah tidak puas untuk segera diperbaiki, sehingga nasabah tidak kecewa. Secara ringkas kerangka teoritis ini dapat dilihat dari gambar di bawah ini:

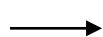
Gambar I.- 2 Kerangka Berpikir



Keterangan:



: menunjukkan variabel X dan variabel Y



: Pengaruh masing-masing variabel X secara positif dan signifikan terhadap variabel Y.

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka penelitian ini dapat disusun kerangka berpikir, yang dimana sebagai konsep atau teori yang menjadi acuan peneliti. Model yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari 3 variabel independen, yang dimana variabel tersebut adalah Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Fasilitas (X_3) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan kerangka pikir tersebut maka peneliti menduga bahwa:

1. H_{a1} : Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Sibolga

2. H_{a2} : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Sibolga
3. H_{a3} : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Sibolga

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memilih lokasi penelitian sebagaimana dalam judul yaitu pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sibolga Jl. Sutoyo Siswomiharjo No.22, Kota Beringin, Sibolga Kota, Kota Sibolga, Sumatera Utara 22513. Sementara itu, peneliti melaksanakan penelitian ini dilakukan dari bulan Mei 2023 hingga bulan Desember 2023.

B. Jenis penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel.¹ Untuk mengetahui hubungan antar variabel dibantu dengan alat statistik SMART-PLS. metode ini dipilih karena peneliti ingin mengetahui tentang pengaruh Kualitas Produk (X_1), Pelayanan (X_2), Fasilitas (X_3) sebagai variabel independen dengan kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel dependen.

Adapun jenis-jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer dapat dilakukan dengan cara penyebaran angket langsung kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga. Data sekunder adalah sumber yang tidak

¹ Adhi Kusumastuti dan Dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 2.

langsung mengumpulkan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain, dokumen dan buku.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh jumlah nasabah Pada Bank Syariah Cabang Sibolga berjumlah 12,524 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Adapun teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan seluruh jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Sibolga.

$$\text{Rumus Slovin adalah } n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan

Sehingga jumlah sampel yang diperoleh dengan ketentuan yang digunakan e: 10%, adalah:

$$n = \frac{12,524}{1+12,524(0,1)^2}$$

n = 99,20 dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan perhitungan di atas maka jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 99,20 dan dibulatkan menjadi 100 responden. Sedangkan teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan *Convenience sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana peneliti memilih responden atau unit sampel berdasarkan kenyamanan atau aksesibilitas mereka. Dalam hal ini, peneliti memilih orang atau elemen sampel yang paling mudah diakses atau ditemui, tanpa mempertimbangkan representasi acak dari populasi yang lebih luas. Metode ini sering digunakan dalam situasi di mana waktu, anggaran, atau sumber daya lainnya terbatas. Dalam penelitian ini, peneliti akan memilih nasabah yang datang mengunjungi Bank Syariah Indonesia KC. Kota Sibolga.

D. Instrumen dan Pengumpulan Data

Instrumen adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaan lebih mudah dan hasilnya lebih baik. Dalam arti cermat, lengkap, dan sistematis. Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner (Angket)

Angket adalah daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis yang diberikan/dikirim kepada orang lain (responden) dengan bermaksud agar orang lain yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai permintaan pengguna.² Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kuisisioner yaitu memberikan daftar

² Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan (R&D), (Bandung: Alfabeta, 2016)

pertanyaan terstruktur yang disesuaikan dengan materi peneliti untuk diisi oleh responden, yang kemudian jawaban dari responden dianalisis.

Tabel III. 11-Nilai Indikator Skor Angket

Kategori Jawaban	Skor Pernyataan Positif
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Angket yang dibuat dalam penelitian ini yaitu angket tentang Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga yang disebarkan kepada responden. Adapun indikator angketnya adalah sebagai berikut:

Tabel III. 12 -Kisi-Kisi Angket Kepuasan Nasabah

Variabel	Indikator	No Soal Pernyataan Positif
Kepuasan nasabah (Y)	1. Kualitas produk	1, 2 dan 3
	2. kualitas pelayanan	4, 5 dan 6
	3. Faktor Emosional	7, 8 dan 9
	4. Harga	10, 11 dan 12

Tabel III. 13 -Kisi-Kisi Angket Kualitas Produk

Variabel	Indikator	No Soal Pernyataan Positif
Kualitas produk (X ₁)	1. Kinerja (<i>performance</i>)	1, 2
	2. Pelayanan (<i>serviceability</i>)	3, 4
	3.Keandalan <i>reliability</i>) ³	5,6

³ Fandy, Tjiptono. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2016, h.75

Tabel III. 14 -Kisi-Kisi Angket Kualitas Pelayanan

Variabel	Indikator	No Soal Pernyataan Positif
Kualitas Pelayanan (X ₂)	1. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	1, 2
	2. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	3, 4
	3. Keandalan (<i>Reliability</i>)	5,6
	4. Empati (<i>Empathy</i>)	7
	5. Jaminan (<i>Assurance</i>) ⁴	8

Tabel III. 15 -Kisi-Kisi Angket Fasilitas

Variabel	Indikator	No Soal Pernyataan Positif
Fasilitas (X ₃)	1. Gedung	1, 2, 3
	2. Penampilan pegawai	4, 5, 6
	3. Mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). ⁵	7, 8, 9, 10

2. Dokumentasi

Dokumentasi ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, dan data yang relevan dengan penelitian.⁶ Dokumentasi dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebar angket kepada nasabah.

E. Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus di buang karena dianggap

⁴ Kotler, Philip dan Armstrong, *Dasar-dasar pemasaran (prinsip pemasaran)*, Jilid 2, Jakarta : Erlangga. 2016.

⁵ M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta: 2012), hlm. 199.

⁶ Sudaryono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Kencana, 2016), hlm. 90.

tidak relevan. Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang ingin di ukur.⁷ Hasil validitas dari setiap pernyataan dalam kuesioner dapat dilihat pada besarnya angka yang terdapat pada kolom *Corregted Item-Total Correlation*. Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen penelitian dikatakan valid.
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument penelitian dikatakan tidak valid.

Dengan perhitungan rumus sebagai berikut:

$$d(f) = n - 2$$

$$d(f) = 30 - 2$$

$$d(f) = 28$$

Keterangan : $d(f) = \text{degree of freedom} (r_{tabel})$

$n = \text{jumlah responden}$

Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} , maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Pada tingkat kemaknaan 5 % didapat angka r_{tabel} ($n=28$ menunjukkan nilai $r_{tabel} = 0,361$). Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji 6 butir pernyataan untuk variabel kualitas produk, 8 butir pernyataan untuk variabel pelayanan, 10 butir pernyataan untuk variabel fasilitas, dan 12 butir pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini dibantu dengan SPSS versi 22.

⁷ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm.132.

a. Variabel kualitas produk (X1)

Tabel III. 16 -Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,541	0,361	Valid
	X1.2	0,536	0,361	Valid
	X1.3	0,571	0,361	Valid
	X1.4	0,780	0,361	Valid
	X1.5	0,501	0,361	Valid
	X1.6	0,796	0,361	Valid

Sumber : hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2023)

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel pertama berupa Kualitas Produk (X1) dinyatakan valid karena hasil dari r-hitung > r-table (r-tabel, 0,361 dengan jumlah n = 28). Oleh sebab itu dalam kuisisioner penelitian data X1 sebanyak 6 pertanyaan tersebut valid.

b. Variabel pelayanan (X2)

Tabel III. 17-Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan

	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pelayanan (X2)	X2.1	0,701	0,361	Valid
	X2.2	0,701	0,361	Valid
	X2.3	0,605	0,361	Valid
	X2.4	0,432	0,361	Valid
	X2.5	0,575	0,361	Valid
	X2.6	0,568	0,361	Valid
	X2.7	0,651	0,361	Valid
	X2.8	0,603	0,361	Valid

Sumber : hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2023)

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel kedua berupa Pelayanan (X2) dinyatakan valid karena hasil dari r-hitung > r-tabel (r-tabel, 0,361 dengan jumlah n = 28). Oleh sebab itu dalam kuisisioner penelitian pada variabel X2 ini 8 pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

c. Variabel Fasilitas (X3)

Tabel III. 18 -Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas

	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Fasilitas (X3)	X3.1	0,663	0,361	Valid
	X3.2	0,524	0,361	Valid
	X3.3	0,371	0,361	Valid
	X3.4	0,494	0,361	Valid
	X3.5	0,474	0,361	Valid
	X3.6	0,559	0,361	Valid
	X3.7	0,877	0,361	Valid
	X3.8	0,890	0,361	Valid
	X3.9	0,582	0,361	Valid
	X3.10	0,780	0,361	Valid

Sumber : hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2023)

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel ketiga berupa fasilitas (X3) dinyatakan valid karena hasil dari r-hitung > r-table (r-tabel, 0,361 dengan jumlah n = 28). Oleh sebab itu dalam kuisisioner penelitian pada variabel X3 ini 10 pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

d. Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel III. 19 -Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,728	0,361	Valid
	Y.2	0,507	0,361	Valid
	Y.3	0,658	0,361	Valid
	Y.4	0,533	0,361	Valid
	Y.5	0,525	0,361	Valid
	Y.6	0,700	0,361	Valid
	Y.7	0,723	0,361	Valid
	Y.8	0,646	0,361	Valid
	Y.9	0,797	0,361	Valid
	Y.10	0,715	0,361	Valid
	Y.11	0,774	0,361	Valid
	Y.12	0,613	0,361	Valid

Sumber : hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2023)

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel kepuasan nasabah (Y) dinyatakan valid karena hasil dari $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ ($r\text{-tabel}$, 0,361 dengan jumlah $n = 28$). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa keseluruhan data dari pernyataan responden dalam kuisisioner penelitian dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika jawaban seorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kriteria dalam pengujian reliabilitas yaitu apabila *Cronbach alpha* $> 0,6$ maka kuesioner dinyatakan reliabel dan dapat diterima.⁸ Berikut merupakan hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel berikut:

Tabel III. 20 -Hasil Uji Reliabilitas
Reliability statistics

ITEM	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
Kualitas produk (X1)	0,687	6
Pelayanan (X2)	0,750	8
Fasilitas (X3)	0,753	10
Kepuasan Nasabah (Y)	0,878	12

Sumber : hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2023)

⁸ Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Praktis* (Jakarta: Andi Offset, 2014), hlm.64.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel IV.11 di atas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's alpha* variabel kualitas produk $> 0,60$ menunjukkan ($0,687 > 0,60$). Hal ini menunjukkan bahwa butir pernyataan variabel kualitas produk adalah reliabel dan dapat diterima. Pada nilai *Cronbach's alpha* $> 0,60$ variabel pelayanan ($0,750 > 0,60$) yang menunjukkan bahwa butir pernyataan variabel pelayanan adalah reliabel dan dapat diterima. Pada nilai *Cronbach's alpha* $> 0,60$ variabel fasilitas ($0,753 > 0,60$) yang menunjukkan bahwa butir pernyataan variabel fasilitas adalah reliabel dan dapat diterima. Pada nilai *Cronbach's alpha* $> 0,60$ variabel kepuasan nasabah ($0,878 > 0,60$) yang menunjukkan bahwa butir pernyataan variabel kepuasan nasabah adalah reliabel dan dapat diterima.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan berdasarkan variance atau component-based structural equation modeling. Menurut Ghazali & Lattan tujuan PLS-SEM adalah untuk mengembangkan teori atau membangun teori (orientasi prediksi). PLS digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antar variabel laten (*prediction*). PLS merupakan metode analisis yang *powerfull*.⁹

1. Model Pengukuran atau *Outer Model*

Tahap pertama dalam evaluasi model, yaitu evaluasi model pengukuran atau *outer model*. Dalam PLS-SEM tahapan ini dikenal dengan

⁹ Ghazali, Imam dan Hengky Lattan, *Partial Least Square Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program dengan Smart PLS 3.0* (Semarang: Badan Penerbit Universitas di Ponegoro, 2015), hlm. 59.

uji validitas konstruk. Pengujian validitas konstruk dalam PLS-SEM terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan. Korelasi yang kuat antara konstruk dan item-item pertanyaannya dan hubungan yang lemah dengan variabel lainnya merupakan salah satu cara untuk menguji validitas konstruk. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.¹⁰

a. *Convergent Validity*

Convergent validity dari model pengukuran dengan indikator reflektif dapat dilihat dari korelasi antara *item score* atau indikator dengan *score* konstraknya. Ukuran reflektif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, *loading* 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima.

b. *Discriminant Validity*

Discriminant validity indikator dapat dilihat pada *cross loading* antara indikator dengan konstraknya. Apabila korelasi konstruk dengan indikatornya lebih tinggi dibandingkan korelasi indikator dengan konstruk lainnya, maka hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi indikator pada blok mereka lebih baik dibandingkan dengan indikator di blok lainnya. Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari *average variance*

¹⁰ Rahmad Solling Hamid dan Suhardi M Anwar, *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis* (Jakarta: Inkubator Penulis Indonesia, 2019), hlm. 41.

extracted ($\sqrt{\text{AVE}}$) untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dengan model. Model dikatakan mempunyai *discriminant validity* yang cukup baik jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dan konstruk lainnya. Model dikatakan baik apabila AVE masing-masing konstruk nilainya lebih besar dari 0,5.¹¹

c. Composite Reliability

Selain uji validitas, pengukuran model juga dilakukan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk. Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Dalam PLS-SEM dengan menggunakan program SmartPLS 3.2.7, untuk mengukur reliabilitas suatu konstruk dengan indikator refleksif dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Konstruk dinyatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* lebih besar dari 0.70.

2. Uji Model Struktural atau *Inner Model*

Model struktural atau inner model menunjukkan hubungan atau kekuatan estimasi antar variabel laten atau konstruk berdasarkan pada *substantive theory*.

¹¹ Rahmad Solling Hamid dan Suhardi M Anwar, *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis* (Jakarta: Inkubator Penulis Indonesia, 2019), hlm. 42

a. *R-Square*

Dalam menilai model struktural terlebih dahulu menilai *R-Square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* yang merupakan uji *goodness-fit* model. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah mempunyai pengaruh yang *substantive*. Nilai *R-Square* 0,75, 0,50 dan 0,25 dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderate dan lemah.

b. Estimate For Path Coefficients

Uji selanjutnya adalah melihat signifikansi pengaruh antar variabel dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi T-statistik yaitu melalui metode *bootstrapping*.¹² *Bootstrapping* adalah proses untuk menilai tingkat signifikansi atau probabilitas dari direct effects, indirect effects dan *total effects*. Selain itu, *bootstrapping* juga dapat menilai tingkat signifikansi dari nilai-nilai lainnya antara lain: *r-square* dan *adjusted r-square*, *f-square*, *outer loading* dan *outer weight*.

¹² Rahmad Solling Hamid dan Suhardi M Anwar, *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis* (Jakarta: Inkubator Penulis Indonesia, 2019), hlm. 62

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat PT Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Dalam pasal 1 ayat (1) UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah menyatakan “perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”.¹

Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19

¹ Abdul Nasser Hasibuan, dkk, “Determinants Of Customer Loyalty”, *Journal of Sharia Banking*, Vol 2, No 1 (2021).

Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Bank syariah adalah perantara antara penyalur dan penerima keuangan untuk dana usaha yang tentu melibatkan pendanaan dan pembiayaan. Pendanaan memiliki arti bahwa adanya beban kewajiban keuangan yang harus dipenuhi oleh pihak bank kepada investor atau penabung.² Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).³

²Abdul Nasser Hasibuan,dkk,“Analisis Strategi Dalam Menangani Pembiayaan Murabahah Bermasalah Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan”, *Journal Of Social Science Research*, Vol. 3, No.3, Tahun 2023

³Bank Syariah Indonesia, *Sejarah Perseroan Bank Syariah Indonesia* https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html/, (diakses pada 07 oktober 2023 pukul 10.00 WIB)

2. Visi Dan Misi PT Bank Syariah Indonesia

PT Bank Syariah Indonesia memiliki visi dan misi yang telah menjadi pedoman untuk setiap langkah yang akan dilakukan untuk setiap kegiatan, dimana visi dan misi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Visi PT Bank Syariah Indonesia

Menciptakan bank syariah yang masuk ke dalam sepuluh besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu lima tahun ke depan

b. Misi PT Bank Syariah Indonesia

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

3. Nilai – Nilai PT Bank Syariah Indonesia

Sebagai bank yang beroperasi atas dasar prinsip syariah islam, bank syariah Indonesia menetapkan nilai-nilai perusahaan yang mengacu kepada sikap akhlakul karimah (budi pekerti muslim), yang terangkum dalam lima pilar yang disingkat AKHLAK, yaitu :

- a. Amanah Bank syariah Indonesia (BSI) berkomitmen memegang teguh kepercayaan yang diberikan teguh.
- b. Kompeten Bank syariah Indonesia terus belajar dan mengembangkan kapabilitas untuk terus meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.
- c. Harmonis bagi Bank Syariah Indonesia, sikap saling peduli dan menghargai perbedaan merupakan hal yang harus dilakukan untuk menciptakan kenyamanan kepada sesama.
- d. Loyal Bank Syariah Indonesia memiliki komitmen untuk berdedikasih dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara.
- e. Kolaboratif Bank Syariah Indonesia membangun kerja sama yang sinergis.

Bank syariah pun dinamakan sebagai bank tanpa bunga karena dalam menghimpun dana tidak memberi imbalan bunga dan dalam pinjaman pinjaman tidak dipungut bunga. Prinsip operasi bank syariah berdasarkan prinsip *wadi'ah, mudharabah, musyarakah, murabahah, bai' bhitaman ajil, ijarah, qardul hasan, bai' al dayan, kafalah, rahn, hiwalahdan wakalah*.⁴

⁴ Windari, Abdul Nasser Hasibuan, “Pengaruh Zakat Perbankan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Rasio Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia”, *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam*, Vol 5, Nor 1, Juni 2021.

Penggunaan dana yang diterima dalam bentuk rekening tabungan di Bank Syariah dapat digolongkan menjadi 3 jenis kesepakatan, yaitu:⁵

- a. *Wadi'ah* atau titipan. Dalam rekening tabungan, *wadi'ah* diartikan titipan yang bisa digunakan oleh bank dengan lebih fleksibel untuk mendapatkan keuntungan, hasil dari keuntungan tersebut akan dibagi dengan nasabah sesuai dengan kesepakatan yang terjadi di awal.
- b. *Qardh* atau pinjaman kebajikan. Maksudnya pinjaman kebajikan disini adalah bank menerima dana dari nasabah yang mana dengan disertai kesepakatan tanpa diberlakukan adanya bunga dari dana yang dipinjamkan. Dana ini dapat digunakan bank untuk segala kegiatan perbankan yang menguntungkan dan hasil keuntungan dari kegiatan tersebut kemudian akan dibagi dengan nasabah sesuai dengan kesepakatan yang ada.
- c. *Mudharabah* atau bagi hasil. *Mudharabah* bukan hanya sistem bagi hasil saja, namun juga membagi risiko kerugian yang mungkin akan terjadi. Artinya ketika nasabah menyerahkan dana tersebut ke bank, maka bank diperbolehkan untuk menggunakan dana tersebut untuk menjalankan kegiatan untuk memperoleh keuntungan. Hasil keuntungan akan dibagi bersama dan jika terjadi kerugian investasi maka kerugian juga akan dibagi bersama sesuai dengan kesepakatan. Dari ketiga jenis rekening tabungan ini yang paling umum digunakan hanya ada dua yaitu *wadi'ah* dan *mudharabah*

⁵ Utari Evy Cahyani, "Analisis Keunggulan Kompetitif Perbankan Syariah di Indonesia," *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1, June 30, 2017.

B. Deskripsi Data Penelitian

Deskriptif data adalah merupakan gambaran data yang akan digunakan untuk proses selanjutnya. Dalam pengujian hipotesis dengan deskripsi data ini dalam penelitian ini, penulis menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel, dilihat dari karakteristik responden antara lain, nama, jenis kelamin dan usia. Dari sampel yang diperoleh nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Di Kota Sibolga yang berjumlah 100 orang responden, diuji menggunakan *Statistical Program and Service Solution* seri 22.0 adalah sebagai berikut :

1. Deskripsi Karakteristik

Berdasarkan hasil pengumpulan data dengan kuesioner diperoleh 100 responden, karakteristik responden yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu berdasarkan jenis kelamin, dan usia, adalah sebagai berikut.

Tabel IV 19-Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki- laki	37	37,0%
2	Perempuan	63	63,0%
Jumlah		100%	100,0%

Sumber : hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2023)

Berdasarkan dari tabel IV.6 di atas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini di dominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan dengan frekuensi yaitu

sebanyak 63 orang, dan karakteristik responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 37 orang.

Tabel IV 20- Responden Berdasarkan Usia Responden

No	Usia (tahun)	Frekuensi (orang)	Presentasi (%)
1	17 – 20	12	12,0%
2	21 – 30	59	59,0%
3	31 – 40	24	24,0%
4	41 – 50	5	5,0%
Jumlah	100	100	100,0%

Sumber : hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2023)

Berdasarkan tabel IV.7 di atas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan usia yaitu, pada usia 17 – 20 tahun memiliki frekuensi sebanyak 12 orang atau 12,0% responden, pada usia 21 – 30 tahun memiliki frekuensi sebanyak 59 orang atau 59,0% responden, pada usia 31 – 40 tahun memiliki frekuensi sebanyak 24 orang atau 24,0% responden, dan pada usia 41 – 50 tahun memiliki frekuensi sebanyak 5 orang atau 5,0% responden. Data di peroleh dari pengumpulan kuesioner yang di sebarakan kepada nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia di Kota Sibolga yang berjumlah 100 responden atau sampel yang telah di tentukan.

2. Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban deskripsi variabel independen yaitu kualitas produk (X1) dan pelayanan (X2), dan fasilitas (X3). Variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y) Pada PT. Bank Syariah Indonesia di Kota Sibolga yang diperoleh dari 100 responden variabel tersebut diukur dengan skala

likert dimana skor terendah 1 (Sangat Tidak Setuju) dan skor tertinggi 5 (Sangat Setuju). Perhitungan interval untuk kategori deskripsi adalah sebagai berikut:

$$Interval = \frac{\text{nilai maksimal} - \text{nilai minimal}}{\text{jumlah kelas}}$$

$$Interval = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dimana : Rentang = Nilai tertinggi - Nilai terendah

Banyaknya kelas interval = 5

Berdasarkan rumus di atas maka panjang kelas interval adalah :

$$\text{Panjang kelas interval} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Maka kriteria dari penilaian adalah sebagai berikut :

Alternatif Jawaban	Interval
Sangat Tidak Baik	1,00 - 1,80
Tidak Baik	1,81 - 2,60
Kurang Baik	2,61 - 3,40
Baik	3,41 - 4,20
Sangat Baik	4,21 - 5,00

Tabel IV 21- Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk

No	Item pernyataan	Rata-rata	Keterangan
1	Produk-produk BSI KC. Sibolga memiliki performa yang memadai dan sesuai dengan yang diharapkan.	5,00	Sangat Baik
2	Produk-produk yang	4,24	Sangat Baik

	ditawarkan oleh BSI KC. Sibolga memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan saya.		
3	BSI KC. Sibolga menawarkan beragam produk, memungkinkan nasabah untuk memilih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.	4,27	Sangat Baik
4	Pegawai BSI KC. Sibolga selalu tampil rapi dan profesional dalam berpakaian	5,00	Sangat Baik
5	Saya merasa bahwa BSI KC Sibolga memiliki sistem yang dapat menghindari terjadinya kesalahan atau kekeliruan dalam pelayanan kepada nasabah.	4,55	Sangat Baik
6	BSI KC. Sibolga memberikan solusi yang efektif terhadap pertanyaan atau masalah yang saya sampaikan.	3,99	Sangat Baik
Rerata penilaian Kualitas Produk		4,50	Baik

Sumber : hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2023)

Berdasarkan dari tabel IV.3 di atas dijelaskan bahwa hasil pernyataan yang dinilai rendah dari nasabah adalah pernyataan No. 6 terkait memberikan solusi yang efektif terhadap pertanyaan atau masalah yang dialami nasabah. Pernyataan tersebut dapat ditingkatkan dengan melakukan

beberapa hal seperti memberikan pelatihan dan workshop kepada karyawan, khususnya staf layanan pelanggan, untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, empati, dan pemahaman terhadap kebutuhan nasabah. Melibatkan karyawan dalam latihan simulasi untuk memahami cara menangani situasi sulit atau nasabah yang tidak puas. Melakukan survei kepuasan pelanggan secara rutin untuk mendapatkan umpan balik terstruktur tentang pengalaman nasabah dengan layanan bank.

Tabel IV 22- Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Pelayanan

No	Item pernyataan	Rata-rata	Keterangan
1	Ketersediaan area parkir yang memadai di sekitar gedung bank mempermudah akses bagi nasabah.	4,53	Baik
2	Pengalaman saya dalam berada di gedung bank ini secara keseluruhan sangat memuaskan.	4,53	Baik
3	Saya merasa bahwa petugas layanan di bank ini dengan cepat memberikan jawaban yang saya butuhkan.	3,83	Baik
4	Respon dari BSI KC. Sibolga terhadap pertanyaan atau permintaan saya membantu saya merasa dihargai sebagai nasabah.	4,11	Baik
5	Ketika saya menemui masalah dalam transaksi, BSI	4,00	Baik

	KC. Sibolga dengan cepat menyelesaikan dan memperbaiki kesalahan tersebut.		
6	Transaksi saya dengan BSI KC. Sibolga selalu diolah dengan akurat dan tepat waktu.	3,81	Sangat Baik
7	Petugas layanan bank kami menunjukkan empati dalam menanggapi kebutuhan atau kekhawatiran nasabah.	4,24	Baik
8	Bank memberikan jaminan bahwa pelayanan yang diberikan selalu konsisten dan dapat diandalkan	4,34	Sangat Baik
Rerata penilaian Kualitas Pelayanan		4,17	Baik

Sumber : hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2023)

Berdasarkan dari tabel IV.4 di atas dijelaskan bahwa pernyataan yang paling rendah di nilai dari nasabah adalah pernyataan No.6 terkait transaksi nasabah yang diolah kurang akurat dan tepat waktu. Pernyataan tersebut dapat ditingkatkan dengan beberapa hal seperti melakukan evaluasi reguler terhadap proses transaksi dan mengidentifikasi penyebab kesalahan atau keterlambatan, Memastikan bahwa bank memiliki personel yang cukup untuk merespons permintaan nasabah dengan cepat dan efisien, Menggunakan sistem otomatisasi untuk memproses transaksi secara cepat dan akurat, mengurangi risiko kesalahan manusia serta mengidentifikasi

potensi risiko dan kelemahan dalam proses transaksi dan mengambil langkah-langkah untuk memperbaikinya.

Tabel IV 23- Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Fasilitas

No	Item pernyataan	Rata-rata	Keterangan
1	Fasilitas fisik gedung BSI KC. Sibolga, termasuk desain dan kebersihan, menciptakan suasana yang nyaman dan profesional.	4,61	Sangat Baik
2	Ketersediaan area parkir yang memadai di sekitar gedung bank mempermudah akses bagi nasabah.	4,52	Sangat Baik
3	Pengalaman saya dalam berada di gedung bank ini secara keseluruhan sangat memuaskan.	4,44	Sangat Baik
4	Pegawai BSI KC. Sibolga selalu tampil rapi dan profesional dalam berpakaian	4,56	Sangat Baik
5	Sikap sopan dan ramah dari pegawai bank memberikan kenyamanan saat bertransaksi	4,27	Sangat Baik
6	Pengalaman saya dalam berinteraksi dengan pegawai bank terkait penampilan dan sikap secara keseluruhan sangat memuaskan.	4,49	Sangat Baik
7	Saya merasa bahwa jumlah	3,52	Baik

	dan lokasi ATM bank ini memadai untuk kebutuhan saya		
8	Kecepatan dan efisiensi mesin ATM dalam melakukan transaksi memenuhi harapan saya.	3,75	Baik
9	Ketersediaan uang tunai dalam mesin ATM cukup memadai dan jarang terjadi kelangkaan.	3,64	Baik
10	Pengalaman saya dalam menggunakan layanan mesin ATM ini secara keseluruhan sangat memuaskan.	3,74	Baik
Rerata penilaian Fasilitas		4,15	Baik

Sumber : hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2023)

Berdasarkan dari tabel IV.5 di atas dijelaskan bahwa hasil pernyataan yang dinilai rendah dari nasabah adalah pernyataan No.7 terkait jumlah ATM yang kurang memadai untuk kebutuhan para nasabah. Pernyataan tersebut merupakan hal yang penting untuk dalam memberikan kepuasan terhadap nasabah dengan melakukan peningkatan strategi seperti penambahan jumlah ATM dan menghadirkan ATM mini yang memungkinkan penempatan di ruang yang lebih terbatas seperti kafe, toko serba ada, atau kantor pos, sehingga dapat meningkatkan ketersediaan ATM di berbagai area serta memastikan bahwa semua ATM berfungsi dengan

baik dan secara rutin diperiksa untuk meminimalkan risiko kerusakan atau gangguan teknis.

Tabel IV 24- Hasil Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah

No	Item pernyataan	Rata-rata	Keterangan
1	Produk-produk yang ditawarkan oleh BSI KC. Sibolga memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan saya.	4,46	Sangat Baik
2	Saya merasa puas dengan kualitas produk-produk yang saya gunakan dari bank BSI KC. Sibolga	4,45	Sangat Baik
3	Produk-produk BSI KC. Sibolga memiliki performa yang memadai dan sesuai dengan yang diharapkan.	4,24	Sangat Baik
4	Pelayanan nasabah yang saya terima BSI KC. Sibolga selalu ramah dan profesional.	4,17	Baik
5	Saya merasa BSI KC. Sibolga memberikan solusi yang tepat dan informatif terhadap pertanyaan atau masalah saya	4,27	Sangat Baik
6	Waktu tunggu saya dalam menerima pelayanan di BSI KC. Sibolga sesuai dengan harapan saya.	4,36	Sangat Baik
7	Saya merasa terhubung	4,15	Baik

	secara emosional dengan bank ini melalui layanan dan komunikasi yang diberikan.		
8	BSI KC. Sibolga memberikan pengalaman yang membuat saya merasa diperhatikan dan dihargai.	4,43	Sangat Baik
9	Saya merasa BSI KC. Sibolga memahami kebutuhan dan preferensi saya sebagai nasabah.	4,28	Sangat Baik
10	Harga dan biaya yang dikenakan oleh BSI KC. Sibolga sesuai dengan manfaat yang saya peroleh dari produk dan layanannya	4,26	Sangat Baik
11	Saya merasa bahwa BSI KC. Sibolga memberikan nilai yang adil terhadap biaya yang saya keluarkan.	3,78	Baik
12	Harga dan biaya yang dikenakan BSI KC. Sibolga sebanding dengan kualitas produk dan layanannya.	3,80	Baik
Rerata penilaian kepuasan nasabah		4,22	Sangat Baik

Sumber : hasil output SPSS versi 22 (data diolah 2023)

Berdasarkan dari tabel IV.6 di atas dijelaskan bahwa pernyataan yang dinilai rendah dari nasabah adalah pernyataan No. 7 terkait kurangnya hubungan emosional antara pihak bank dan nasabah, maksud dari

pernyataan ini adalah menciptakan hubungan yang lebih dalam dan bermakna dengan nasabah, yang melampaui transaksi keuangan biasa. Hal ini melibatkan lebih dari sekadar menyediakan layanan perbankan standar, dan melibatkan membentuk ikatan emosional yang positif dengan nasabah. dalam hal ini dapat dilakukan peningkatan seperti memahami kebutuhan, keinginan, dan perasaan nasabah secara mendalam, berkomunikasi dengan nasabah menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan ramah, bukan menggunakan jargon teknis yang sulit dimengerti. Merespons pertanyaan, keluhan, atau masalah nasabah dengan cepat dan efisien. Pelayanan yang responsif menciptakan kepercayaan dan memperlihatkan kepada nasabah bahwa mereka dihargai. Menyediakan saluran komunikasi yang beragam, seperti panggilan telepon, obrolan langsung, atau media sosial, untuk memastikan nasabah dapat menghubungi bank dengan mudah. Mendengarkan umpan balik pelanggan dan mengambil tindakan perbaikan berdasarkan pengalaman pelanggan yang sebenarnya.

Melalui pendekatan ini, bank dapat menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan nasabah. Ini bukan hanya tentang melakukan transaksi keuangan, tetapi juga tentang membangun hubungan yang saling menguntungkan, di mana nasabah merasa dihargai, didengar, dan didukung dalam perjalanan keuangan mereka. Membangun hubungan emosional semacam ini tidak hanya menciptakan kepuasan nasabah yang tinggi, tetapi juga dapat meningkatkan loyalitas, merekomendasikan bank kepada orang lain, dan memperkuat citra positif bank di mata nasabah.

C. Analisis Data

1. Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran)

a. *Convergent validity*

Convergent validity dilakukan dengan melihat item reliability (indikator validitas) yang ditunjukkan oleh nilai *loading factor*. *Loading factor* adalah angka yang menunjukkan korelasi antar skor suatu item pernyataan dengan skor indikator konstrak indikator yang mengukur konstrak tersebut. Nilai *loading factor* lebih besar 0.7 diatakan valid. Namun demikian pada riset tahap pengembangan skala, *loading* 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima. Berikut adalah hasil uji outer model yang menunjukkan nilai outer loading dengan menggunakan alat analisis SmartPLS 4.0.9.6. Berikut merupakan hasil uji validitas setiap variabel yang telah diolah menggunakan SmartPLS 4.0.9.6.

Tabel IV 25-Hasil Uji Reliabilitas Kualitas produk (X1)

X1.1	0.756	Valid
X1.2	0.806	Valid
X1.3	0.688	Valid
X1.4	0.675	Valid
X1.5	0.752	Valid
X1.6	0.572	Tidak Valid

Sumber : data primer diolah, 2023

Dari hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel IV.7 di atas bahwa 5 indikator yang memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar 0,70 yaitu pada indikator X1.1 menunjukkan 0.765, indikator X1.2 menunjukkan 0.806, indikator X1.3 menunjukan 0,688, indikator X1.4 menunjukkan 0,675, indikator X1.5 menunjukkan 0,752. Selain itu 1

indikator pada variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *loading factor* yang kurang dari 0,70 dan dinyatakan tidak valid. Oleh karena itu, perlu dilakukan eliminasi beberapa aspek indikator yang tidak valid guna menunjang keakuratan uji instrument. Berikut merupakan hasil eliminasi dari variabel tangible dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel IV 26 -Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk Setelah Eliminasi

X1.1	0.760	Valid
X1.2	0.832	Valid
X1.3	0.681	Valid
X1.4	0.673	Valid
X1.5	0.757	Valid

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel IV.8 di atas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan nilai *loading factor* untuk indikator X1.1, X1.2, X1.3, X1.4 dan X1.5 setelah indikator X1.6, dieliminasi dan dilakukan perhitungan kembali.

Tabel IV 27 -Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan (X2)

X2.1	0.418	Tidak Valid
X2.2	0.529	Tidak Valid
X2.3	0.808	Valid
X2.4	0.705	Valid
X2.5	0.802	Valid
X2.6	0.481	Tidak Valid
X2.7	0.555	Tidak Valid
X2.8	0.446	Tidak Valid

Sumber : data primer diolah, 2023

Dari hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel IV.9 di atas bahwa indikator pada masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0,70 dan dinyatakan valid. Selain itu terdapat 5 indikator yang memiliki nilai *loading factor*

kurang dari 0,70 yaitu pada indikator X2.1 menunjukkan 0.418, indikator X2.2 menunjukkan 0.529, indikator X2.6 menunjukkan 0.481, indikator X2.7 menunjukkan 0.555, dan indikator X2.8 menunjukkan 0,446. Oleh karena itu, perlu dilakukan eliminasi beberapa aspek indikator yang tidak valid guna menunjang keakuratan uji instrument. Berikut merupakan hasil eliminasi dari variabel *responsiveness* dapat dilihat dari table berikut:

Tabel IV 28-Hasil Uji Reliabilitas pelayanan Setelah Eliminasi

X2.3	0.877	Valid
X2.4	0.711	Valid
X2.5	0.868	Valid

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel IV.10 diatas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan nilai loading factor untuk indikator X2.3, X2.4 dan X3.5 setelah indikator X2.1, X2.2, X2.6 X2.7 dan X2.8 dieliminasi dan dilakukan perhitungan kembali.

Tabel IV 29-Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas (X3)

X3.1	0.485	Tidak Valid
X3.2	0.408	Tidak Valid
X3.3	0.419	Tidak Valid
X3.4	0.502	Tidak Valid
X3.5	0.559	Tidak Valid
X3.6	0.392	Tidak Valid
X3.7	0.430	Tidak Valid
X3.8	0.698	Valid
X3.9	0.603	Valid
X3.10	0.702	Valid

Sumber : data primer diolah, 2023

Dari hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel IV.11 di atas bahwa indikator pada masing-masing variabel dalam penelitian ini

memiliki nilai *loading factor* yang lebih besar dari 0,70 dan dinyatakan valid. Selain itu terdapat 7 indikator yang memiliki nilai *loading factor* kurang dari 0,70 yaitu pada indikator X3.1 menunjukkan 0.485, indikator X3.2 menunjukkan 0.408, indikator X3.3 menunjukkan 0.419, indikator X3.4 menunjukkan 0,502, indikator X3.5 menunjukkan 0.559, indikator X3.6 menunjukkan 0.392, indikator X3.7 menunjukkan 0.430. Oleh karena itu, perlu dilakukan eliminasi beberapa aspek indikator yang tidak valid guna menunjang keakuratan uji instrument. Berikut merupakan hasil eliminasi dari variabel *reliability* dapat dilihat dari table berikut:

Tabel IV 30-Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas Setelah Eliminasi

X3.8	0.805	Valid
X3.9	0.854	Valid
X3.10	0.857	Valid

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel IV.12 di atas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan nilai *loading factor* untuk indikator X1.8, X3.9, dan X3.10 setelah indikator X3.1, X3.2, X3.3, X3.4, X3.5, X3.6, dan X3.7 dieliminasi dan dilakukan perhitungan kembali.

Tabel IV 31-Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan nasabah (Y)

Y.1	0.442	Tidak Valid
Y.2	0.396	Tidak Valid
Y.3	0.518	Tidak Valid
Y.4	0.637	Valid
Y.5	0.476	Tidak Valid
Y.6	0.317	Tidak Valid
Y.7	0.609	Valid
Y.8	0.452	Tidak Valid
Y.9	0.660	Valid
Y.10	0.399	Tidak Valid
Y.11	0.679	Valid

Y.12	0.687	Valid
------	-------	-------

Sumber : data primer diolah, 2023

Dari hasil pengolahan data yang ditunjukkan pada tabel IV.13 di atas bahwa mayoritas indikator pada masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *loading factor* yang kurang dari 0,70 dan dinyatakan tidak valid. Selain itu terdapat 4 indikator yang memiliki nilai *loading factor* lebih besar dari 0,70 yaitu pada indikator Y.4 menunjukkan 0,637, indikator Y.9 menunjukkan 0,660, indikator Y.11 menunjukkan 0,679, dan indikator Y.12 menunjukkan 0,687. Oleh karena itu, perlu dilakukan eliminasi beberapa aspek indikator yang tidak valid guna menunjang keakuratan uji instrument. Berikut merupakan hasil eliminasi dari variabel kepuasan nasabah dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel IV 32 -Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah Setelah Eliminasi

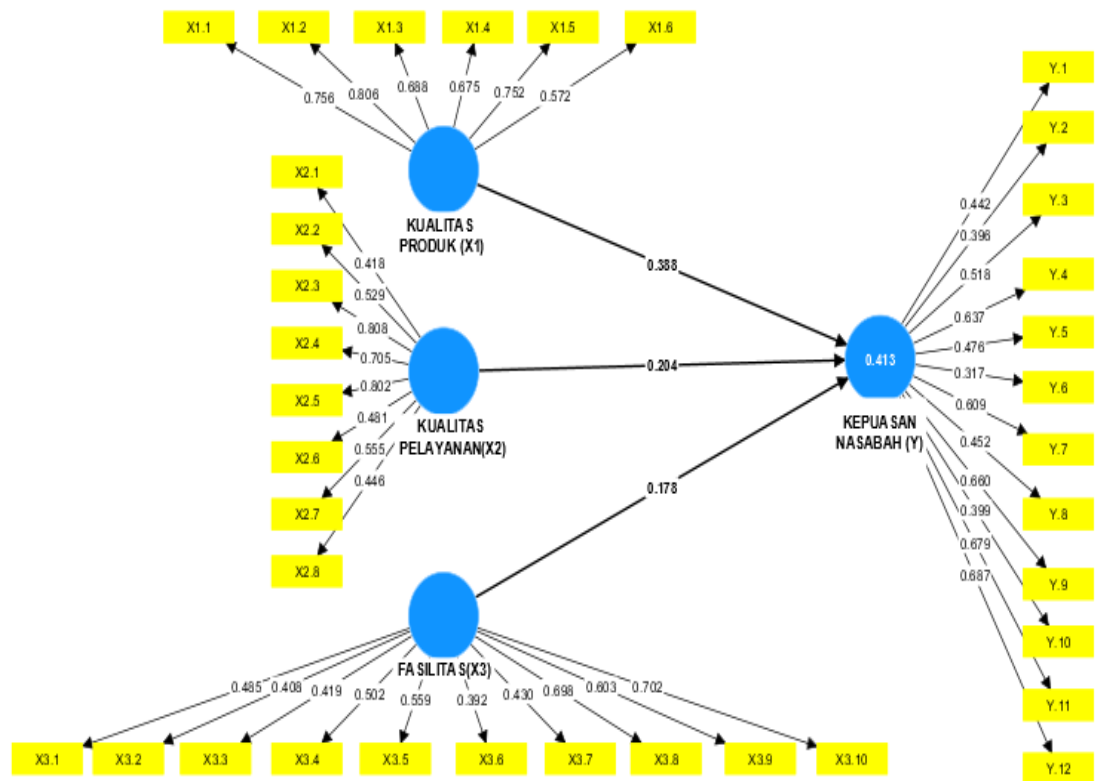
Y.4	0.736	Valid
Y.9	0.617	Valid
Y.11	0.752	Valid
Y.12	0.753	Valid

Sumber : data primer diolah, 2023

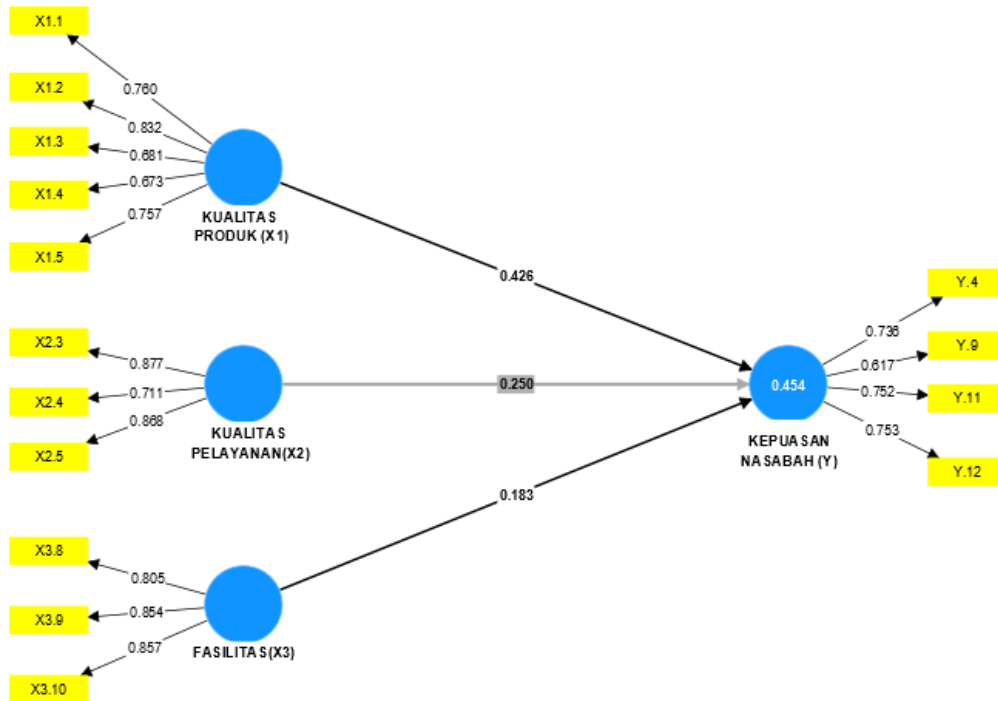
Berdasarkan tabel IV.14 di atas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan nilai *loading factor* untuk indikator Y.4, Y.9, Y.11, dan Y.12, setelah indikator Y.1, Y.2, Y.3, Y.5, Y.6, Y.7, Y.8, dan Y.10 dieliminasi dan dilakukan perhitungan kembali. Seluruh variabel telah memiliki kriteria yang telah ditentukan sehingga seluruh variabel sudah dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Hasil

loading factor pada seluruh variabel dapat ditunjukkan pada gambar grafik berikut ini.

Gambar IV. 3 -Hasil Loading Factor Seluruh Variabel Sebelum Eliminasi



Gambar IV. 4 -Hasil *Loading Factor* Seluruh Variabel Setelah Eliminasi



b. *Discriminant Validity*

Discriminant validity dilakukan dengan cara melihat nilai cross loading pengukuran konstruk. Nilai *cross loading* menunjukkan besarnya korelasi antara setiap konstruk dengan indikatornya dan indikator dari konstruk blok lainnya. Suatu model pengukuran memiliki *discriminant validity* yang baik apabila korelasi antara konstruk dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi dengan indikator dari konstruk blok lainnya. Berikut merupakan hasil pengolahan data dengan menggunakan SmartPLS 4.0.9.6 hasil *cross loading* dapat ditunjukkan pada tabel sebagai berikut.

Tabel IV 33- Nilai Validitas Diskriminan (*Cross Loading*)

Kode Item	Kualias Produk (X1)	Kualitas Pelayanan (X2)	Fasilitas (X3)	Kepuasan Nasabah (Y)
X1.1	0.760	0.385	0.133	0.497
X1.2	0.832	0.508	0.184	0.572
X1.3	0.681	0.442	0.102	0.363
X1.4	0.673	0.287	0.108	0.280
X1.5	0.757	0.592	0.148	0.475
X2.3	0.564	0.877	0.117	0.495
X2.4	0.286	0.711	0.127	0.308
X2.5	0.589	0.868	0.226	0.505
X3.8	0.194	0.249	0.805	0.239
X3.9	0.161	0.130	0.854	0.130
X3.10	0.116	0.116	0.857	0.241
Y.4	0.558	0.492	0.183	0.736
Y.9	0.404	0.340	0.204	0.617
Y.11	0.322	0.348	0.291	0.752
Y.12	0.425	0.344	0.228	0.753

Sumber : data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel IV.15 di atas dapat dilihat bahwasanya korelasi antara kontrak dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi dengan indikator dari kontrak blok lainnya sehingga menghasilkan *discriminant validity* yang baik.

c. Composite Reliability

Nilai pada *composite reliability* dapat digunakan dalam menguji nilai reliabilitas masing-masing indikator pada suatu variabel. Hair et al. menyatakan bahwa nilai *composite reliability* harus $> 0,70$ meskipun nilai 0,60 masih dapat diterima. Suatu konstruk dapat dikatakan memiliki nilai reliabilitas yang tinggi jika nilai *composite reliability* $> 0,70$.

Reabilitas berhubungan dengan ketepatan dan ketelitian dari pengukuran. Pengujian realibilitas dilakukan untuk menguji apakah data yang diperoleh dari instrument penelitian menunjukkan konsistensi internal yang memadai. Pengujian realibilitas pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Suatu intstrumen penelitian dikatakan dapat diandalkan (*reliable*) apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.⁶ Apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka item pertanyaan dalam kuesioner dapat diandalkan (*reliable*).

Tabel IV 34-Nilai Validitas konvergen (*Convergent Validity*)

Variabel	Cronbach' Alpa	Composite Reliably	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,800	0,860	Reliabel
Pelayanan (X2)	0,764	0,862	Reliabel
Fasilitas (3)	0,791	0,877	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,684	0,808	Reliabel

Sumber : data primer diolah, 2023

Apabila nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60, maka item pertanyaan dalam kuesioner tidak dapat diandalkan (*not reliable*). Maka dari itu, kriteria pengambilan keputusan dalam uji realibilitas adalah sebagai berikut:Berikut merupakan hasil nilai *composite reliability* dapat dilihat pada tabel berikut ini.

⁶ Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2016)

Berdasarkan tabel IV.16 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai reliabilitas komposit dari variabel kualitas produk 0,860, pelayanan 0,862, fasilitas 0,877 dan kepuasan nasabah 0,808 > dari nilai *Cronbach's Alpha* yang dimana nilai *cronbach's Alpha* dari variabel kualitas produk 0,800, pelayanan 0,764, fasilitas 0,791 dan kepuasan nasabah 0,684 maka dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik karena nilai reliabilitas dari *Composite Reliability* lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *Cronbach's Alpha*.

Berdasarkan nilai *Cronbach's alpha* yang dimana variabel kualitas produk 0,800 memiliki nilai *Cronbach's alpha*, pelayanan 0,764, fasilitas 0,791 dan Kepuasan Nasabah 0,684 sehingga dari ketiga variabel tersebut memiliki nilai *Cronbach's alpha* > 0,60 sehingga dapat dinyatakan telah memiliki reliabilitas yang baik.

2. Hasil Uji *Inner Model* (Model Struktural)

Berikut akan dilakukan pengujian inner model (model structural) inner model dapat dievaluasi dengan melihat *r-square* (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependen dan nilai *t-statistik* dari pengujian koefisien jalur (*path coefficient*). Semakin tinggi nilai *r-square* berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang dilakukan. Nilai *path coefficients* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis.

a. Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi yaitu untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tersebut, nilai koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada tabel IV. 17 sebagai berikut.

Tabel IV 35-Hasil Uji R-Square (R^2)

	R-square	R-square adjusted
KEPUASAN NASABAH (Y)	0,454	0,437

Berdasarkan nilai *r-square* pada tabel IV.17 di atas menunjukkan bahwa kualitas produk, pelayanan, dan fasilitas mampu menjelaskan variabilitas kontrak kepuasan nasabah sebesar 45,4% dan sisanya sebesar 54,6% diterangkan oleh kontrak lainnya diluar yang diteliti dalam penelitian ini. Nilai *R-square* merupakan nilai persentase jumlah data dari variabel independen yang secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen sehingga hal tersebut menunjukkan kemampuan variabel kualitas produk, pelayanan, dan fasilitas dalam penelitian yang dilakukan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga sebanyak 45,4%. Nilai *adjusted* di atas menunjukkan 43,7% maka pengaruh semua variabel kualitas produk, pelayanan, dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah termasuk moderat.

b. Uji *Bootstrapping*

Penilaian signifikansi model prediksi dalam pengujian model structural, dapat dilihat dari nilai *P-Value*, jika nilai *P-Value* lebih kecil

dari 0,1 artinya hubungan mempunyai pengaruh signifikan dan jika nilai *P-Value* lebih besar dari 0,1 artinya tidak signifikan. Dilihat dari Original Sampel apabila nilai original sampel bernilai positif maka arah pengaruhnya adalah positif dengan ketentuan nilai Original Sampel $> 0,1$ dan apabila nilai Original Sampel bernilai negatif maka arah pengaruhnya adalah negatif antara variabel independen ke variabel dependen dalam tabel *Path Coefficient* pada Output SmartPLS. Nilai pengujian hipotesis penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel IV 36-Hasil Uji P-Value (Bootstrapping)

ITEM	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistic (O/STDEV)	P-Value
Kualitas Produk(X1) -> Kepuasan Nasabah	0.426	0.441	0.127	3.350	0.001
Pelayanan (X2)-> Kepuasan Nasabah	0.250	0.245	0.114	2.189	0.029
Fasilitas (X3) -> Kepuasan Nasabah	0.183	0.186	0.084	2.171	0.030

3. Pengujian Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis 1

Berdasarkan tabel IV.18 di atas dapat dilihat nilai original sample kualitas produk adalah sebesar 0.426 dengan signifikansi di atas 0,1 yang ditunjukkan dengan nilai P-Value $0,001 < 0,1$. Dapat disimpulkan bahwa

terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah KC Sibolga, Indonesia maka H_{a1} diterima.

b. Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan tabel IV.18 di atas dapat dilihat nilai original sampel kualitas pelayanan adalah sebesar 0.250 dengan signifikansi di atas 0,1 yang ditunjukkan dengan nilai *P-Value* $0,029 < 0,1$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga, maka H_{a2} diterima.

c. Pengujian Hipotesis 3

Berdasarkan tabel IV.18 di atas dapat dilihat nilai original sample fasilitas adalah sebesar 0.183 dengan signifikansi di atas 0,1 yang ditunjukkan dengan nilai *P-Value* $0,030 < 0,1$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga, maka H_{o3} ditolak dan H_{a3} diterima.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian Bagian ini akan menjelaskan hasil analisis penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa yang paling mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Sibolga. Dalam penelitian ini membahas tiga variabel X dan satu variabel Y yaitu kualitas produk, pelayanan, dan fasilitas untuk mengetahui Kepuasan nasabah.

Sebanyak tiga hipotesis dikembangkan dan di uji dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dan dibantu dengan Software SmartPLS

4.0.9.6. Hasil penelitian ini menunjukkan sebagai berikut.

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

Hasil uji memperoleh nilai original sample adalah sebesar 0.426 dengan signifikansi di atas 0,1 yang ditunjukkan dengan nilai *P-Value* 0,001 < 0,1 Maka H_a1 diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk (X_1) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KC Sibolga karena Penilaian nasabah terhadap bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan oleh Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Sibolga.

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat. Kualitas produk merupakan hal yang penting karena produk adalah hal yang bersinggungan langsung dengan konsumen yang berkaitan dengan kepuasan konsumen itu sendiri.⁷

Dalam penelitian Sisilia, studi kasus pada PT. Aman Sinambung Karya adalah berpengaruhnya kualitas produk dan personal selling terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, kualitas produk mampu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan kualitas produk yang didapat konsumen menimbulkan kepuasan dalam diri konsumen. Penelitian sebelumnya oleh Setyaka, yang menggunakan studi

⁷ Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12. (Erlangga. 2008).

kasus PT. Toyotaka Indonesia dalam penelitian ini kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas produk yang baik dan sesuai dengan keinginan konsumen yang secara unggul, produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan, hal ini akan membantu perusahaan meningkatkan jumlah penjualannya. Jika produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik akan membuat konsumen menjadi loyal kepada perusahaan dengan mempertahankan kualitas prosuk yang sudah dipercaya.

2. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Hasil uji nilai original sampel menunjukkan 0.250 dengan signifikansi di atas 0,1 yang ditunjukkan dengan nilai *P-Value* $0,029 < 0,1$. Maka H_a2 diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KC Sibolga karena pelayanan sebagai segala bentuk kegiatan/aktifitas yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan. Pada penelitian ini pelayanan terhadap nasabah begitu berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Definisi kualitas pelayanan menurut Tjiptono yaitu kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan

pelanggan. Kualitas pelayanan ditentukan oleh keinginan yang dihasilkan dari perbandingan kepentingan dan kepuasan yang dirasakan konsumen.⁸

Dalam hal ini Respon yang cepat dan efisien terhadap kebutuhan nasabah menciptakan kesan positif tentang perusahaan. Serta citra positif yang dihasilkan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Dengan merespons kepuasan nasabah, perusahaan dapat membangun citra positif yang membantu dalam mempertahankan dan menarik pelanggan baru. Selain itu memberi solusi yang efektif terkait masalah nasabah harus memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah. Dengan menawarkan berbagai opsi solusi, perusahaan dapat menyesuaikan pendekatan mereka sesuai dengan kebutuhan unik setiap nasabah, meningkatkan peluang keberhasilan dalam memperbaiki masalah nasabah.

Kemudian penelitian ini sejalan dengan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nirwan Efendi Lubis dengan hasil bahwa sangat berpengaruh positif dan signifikan.⁹ serta penelitian terdahulu yaitu Galih Kuntoro Jakti¹⁰ hasil penelitian yang menunjukkan bahwasannya kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah.

Hal ini dapat digambarkan ketika nasabah mendapatkan pelayanan yang baik dari suatu bank, semakin baik pelayanan yang diterima dan

⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, (Malang, 2017).

⁹ Nirwan Efendi Lubis, "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah Padangsidempuan)", *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, 2017.

¹⁰ Galih Kuntoro Jakti, Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri KCP STIE YKPN. *Skripsi*. STIE YKPN. (Yogyakarta: 2020).

dirasakan nasabah tentu meningkatkan kepuasan nasabah terhadap bank tersebut. Begitu pula sebaliknya, ketika nasabah mendapatkan pelayanan yang buruk dari suatu bank tentu nasabah merasa tidak puas atau menurunkan kepuasan nasabah terhadap bank tersebut.

3. Pengaruh fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji original sampel menunjukkan 0.183 dengan signifikansi di atas 0,1 yang ditunjukkan dengan nilai *P-Value* $0,030 < 0,1$. Maka H_a3 diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas (X3) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KC Sibolga karena fasilitas yang diberikan oleh perusahaan mempengaruhi kepuasan yang dirasakan oleh nasabah.

Peneilitian ini juga didukung oleh pandangan Tjiptono, fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Menurut Daryanto dan Farid Fasilitas fisik adalah segala sesuatu yang berupa benda atau fisik yang dapat dibendakan, yang mempunyai peranan mempermudah dalam melancarkan suatu usaha. Fasilitas fisik juga disebut fasilitas materil Contoh: toilet, televisi, AC, Cctv, tempat parkir, meja, peralatan komunikasi elektronik, dll

Pada variabel fasilitas pernyataan responden yang memiliki nilai rendah terdapat pada pernyataan jumlah ATM yang kurang memadai yang berdampak pada kurangnya rasa puas nasabah terhadap bank syariah. Dengan adanya ATM yang memadai, nasabah tidak perlu mengantri di cabang bank untuk melakukan transaksi sederhana. Ini mengurangi waktu

tunggu nasabah dan meningkatkan efisiensi, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini berarti nasabah sangat memperhatikan tipe teknologi, aplikasi, atribut yang diberikan perusahaan, penampilan dan kerapian pegawai, dan tampilan dari aplikasi itu sendiri. Dengan demikian bukti fisik memiliki pengaruh dengan kepuasan yang dirasakan nasabah.

Kemudian penelitian ini sejalan dengan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Fajri Muhtadi, Emy Rahmawati dan Setio Utomo¹¹ dengan hasil bahwa fasilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen dan juga penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ajis Setiawan dkk dengan hasil bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.¹²

Dalam hal ini, nasabah yang merasa puas dengan fasilitas yang disediakan oleh bank cenderung lebih loyal. Mereka mungkin memilih untuk tetap menggunakan layanan perbankan dari bank tersebut dan bahkan dapat merekomendasikan bank kepada orang lain. Kepuasan nasabah yang tinggi dapat mendorong pertumbuhan jumlah nasabah baru. Reputasi bank yang baik dalam menyediakan fasilitas yang memenuhi kebutuhan nasabah dapat menarik minat calon nasabah untuk bergabung dengan bank tersebut.

¹¹ Muhammad Fajri Muhtadi et, al, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Mudharabah Al Barakah Di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin), *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, Edisi Juli-Desember, 2020.

¹² Ajis Setiawan, Dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen", *dalam Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, Vol. 9 No. 2, 2019.

Dalam penelitian ini terdapat pengaruh kualitas produk, pelayanan dan fasilitas terhadap variabel kepuasan nasabah baik secara langsung maupun tak langsung. Hal ini dapat dirasakan langsung ketika kualitas layanan yang ditawarkan itu sangat baik, hal ini tentu berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah. Nasabah akan menjadi loyal dan baik ketika ia merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Di sisi lain, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dapat dijabarkan melalui pengaruh kepuasan nasabah terhadap kualitasnya. Ketika nasabah merasa puas atas apa yang mereka dapatkan selama bertransaksi di bank, nasabah tentu akan menetapkan hatinya untuk tetap bertahan di bank tersebut. Begitupula sebaliknya, ketika nasabah tidak puas terhadap apa yang mereka dapatkan selama bertransaksi di bank tentu mereka akan berpindah ke bank lain. Oleh karena itu, semakin baik kualitas pelayanan bertransaksi di suatu bank, tentu kepuasan nasabah akan semakin kuat dan meningkat.

E. Keterbatasan Penelitian

Selama melakukan penelitian, peneliti menemukan beberapa keterbatasan penelitian, yaitu:

1. Penelitian ini belum bisa mengungkapkan secara keseluruhan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Sibolga disebabkan variabel bebas yang digunakan hanya tiga variabel sehingga kurang maksimal dalam menjelaskan variabel terikat dalam penelitian ini.

2. Pada saat menyebar angket, peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan jawaban jujur dalam menjawab setiap pertanyaan yang peneliti berikan sehingga memperoleh validitas yang diperoleh.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan kata lain bahwa semakin baik kualitas pelayanan dari segi kualitas produk bertransaksi di suatu bank, tentu kepuasan nasabah akan semakin kuat dan meningkat terhadap Bank Syariah Kantor Cabang Sibolga. Produk yang mematuhi prinsip-prinsip syariah, seperti bebas dari riba dan sesuai dengan nilai-nilai Islam, mendapatkan respon positif dari nasabah.
2. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pelayanan yang mengedepankan prinsip-prinsip etika Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan etika bisnis yang baik, berkontribusi pada peningkatan kepuasan nasabah yang menghargai nilai-nilai islam dalam transaksi perbankan.
3. Berdasarkan hasil penelitian bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Fasilitas yang dirancang sesuai dengan nilai-nilai Islam, termasuk kenyamanan dan keamanan yang memperhatikan kepatuhan syariah, dapat memberikan pengalaman positif kepada nasabah dan meningkatkan kepuasan mereka

B. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, pelayanan, dan fasilitas adalah beberapa indikator yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan dari segi kualitas produk, pelayanan, dan fasilitas berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pernyataan pada variabel pelayanan yang menunjukkan hasil valid setelah melakukan perhitungan yaitu pada petugas layanan di bank dengan cepat memberikan jawaban terkait sebuah masalah, Respon dari BSI KC. Sibolga terhadap pertanyaan atau permintaan nasabah, petugas layanan di BSI KC. Sibolga dengan cepat memberikan jawaban yang nasabah butuhkan. Pernyataan pada variabel fasilitas yang menunjukkan hasil valid setelah melakukan perhitungan yaitu pada kecepatan dan efisiensi mesin ATM dalam melakukan transaksi, Ketersediaan uang tunai dalam mesin ATM cukup memadai dan pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan mesin ATM secara keseluruhan sangat memuaskan.

Pernyataan pada variabel kepuasan nasabah yang menunjukkan hasil valid setelah melakukan perhitungan yaitu pada pelayanan nasabah yang dilakukan BSI KC. Sibolga selalu ramah dan profesional, BSI KC. Sibolga memahami kebutuhan dan preferensi nasabah, BSI KC. Sibolga memberikan nilai yang adil terhadap biaya yang saya keluarkan, dan harga dan biaya yang dikenakan BSI KC. Sibolga sebanding dengan kualitas produk dan layanannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Implikasi dari penelitian ini, yaitu BSI KC Sibolga dapat mengembangkan pelayanan dari segi kualitas produk, pelayanan, dan fasilitas untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Hal yang perlu dilakukan oleh BSI KC Sibolga adalah dengan memberikan perhatian lebih besar terhadap indikator dengan presentase lebih rendah lalu melakukan perbaikan kedepannya. Pada variabel kualitas produk indikator terendah terkait memberikan solusi yang efektif terhadap pertanyaan atau masalah yang dialami nasabah. Pada variabel pelayanan indikator yang harus diperbaiki adalah indikator terkait transaksi nasabah yang diolah kurang akurat dan tepat waktu. Pada variabel fasilitas, skor indikator terendah terdapat pada indikator memberi peningkatan dalam menyediakan fasilitas ATM yang memadai, BSI KC Sibolga juga harus mempertahankan indikator yang memiliki persentase skor tinggi sehingga dapat mencapai kepuasan pelanggan yang maksimal.

C. Saran

Berdasarkan simpulan yang telah diperoleh, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pimpinan PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sibolga agar memperhatikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Memperhatikan dan meningkatkan kelima variabel kualitas produk, pelayanan, dan fasilitas untuk kepuasan nasabah. Dan memaksimalkan kinerja karyawan.

2. Bagi para peneliti selanjutnya, hendaknya dapat menambahkan variabel variabel lainnya yang kiranya dapat memperluas penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Kusumastuti, Dkk. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif* (P. hlm. 2). Deepublish.
- Armstrong, & Kotler, P. (2016). *Dasar-dasar pemasaran (prinsip pemasaran)* (jilid 2). Erlangga.
- Aprianto, R. (2016). Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kantor Pt Bank Bca Cabang Lubuklinggau. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 7(1), 11–18. <https://doi.org/10.36982/jiegmk.v7i1.162>
- Arslan, R. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 465–470. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1111>
- Atmadinata, V., Idris, A., & Rande, S. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelayanan Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman*. 13.
- Atmaja, J. (2018). *Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank Bjb*. 2(1), hlm. 51.
- Bancin, S., & Hutagalung, M. A. K. (2023). *Pengaruh Tangible, Responsiveness, Dan Assurance Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Nasabah Pembiayaan Bank Muamalat Kc.Medan Balai Kota)*. 1(2).
- Bapak Daniel selaku nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga, wawancara (27 Juli 2023, pukul 11.25 WIB)
- Bsi. (N.D.). *Sejarah Perseroan Bank Syariah Indonesia*. https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html
- Cahyani, U. E. (2017). Analisis Keunggulan Kompetitif Perbankan Syariah Di Indonesia. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 3(1), 16. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v3i1.757>
- Charis Darmawan, Z., & Ajib Ridwan, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*. Vol. 3, No. 1.
- Dailiati, S. (2018). *Hasil Evaluasi Kebijakan Retribusi Kebersihan Dalam Meningkatkan Kepuasan Masyarakat*. Cv. Jakad Publishing.
- Departemen Agama Ri. (2019). *Al Quran Dan Terjemahnya*. Syamil Cipta Media.

- Efendi Lubis, N. (2017). *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Tabungan Pensiunan Nasional (Btpn) Syariah Padangsidempuan)* [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
- Handoko, T. H. (2013). *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. BPFE.
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike Di Kota. 06*.
- Hasibuan, A. N. (n.d.). STRATEGI PEMASARAN PRODUK FUNDING DI PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH PADANGSIDIMPUAN. *Imara: JURNAL RISET EKONOMI ISLAM*, 2(1).
- Hasibuan, A. N. H., Sihombing, A. S., & Agusming, R. A. (2023). Analisis Strategi Dalam Menangani Pembiayaan Murabahah Bermasalah Pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan. *Ournal Of Social Science Research*, Vol.3(No.3).
- Hasibuan, A. N., Hardana, A., & Annam, R. (2021). DETERMINANTS OF CUSTOMER LOYALTY. *Journal Of Sharia Banking*, 2(1). <https://doi.org/10.24952/jsb.v2i1.4835>
- Hasnih, Gunawan, & Hasmin. (2016a). Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Di Kelurahan Ompo Kecamatan Lalabata Kabupaten Soppeng. *dalam Jurnal Mirai Management*, Vol. 1(No. 2).
- Ibu Nurul selaku nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga, wawancara 27 (Juli 2023, pukul 11.00 WIB)
- Ibu Handayani selaku nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga, wawancara (27 Juli 2023, pukul 13.00 WIB)
- Ibrahim, M. N. E. (2021). *Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Akuntansi Dan Keuangan Lembaga*. Andi (Anggota Ikapi).
- Idri. (2015). *Hadis Ekonomi*. Prenada Media Group.
- Imam, G. (2015). *Partial Least Square Konsep Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Dengan Smart Pls 3.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, Dr. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Jeni, S. (2016). *Pengelolaan Lembaga Keuangan Syariah*

- Kotler, P. (2017). *Marketing Management*, Pearson Education.
- Kasmir. (N.D.). *Manajemen Perbankan*. Raja Grafindo Persada.
- Larasati, A. N., & Setiawati, C. I. (N.D.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dandampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Shopee di Indonesia*.
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Bank Btn Cabang Tegal. *Journal Of Economic And Management (Jecma)*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.513>
- Marwazi Lubis, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Muamalat Tbk Cabang Padangsidempuan [Skripsi]*. Iain Padangsidempuan.
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh. *Jurnal Pundi*, 7(1), 53. <https://Doi.Org/10.31575/Jp.V7i1.465>
- Mulyapradana, A., Anjarini, A. D., & Harnoto, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Tempo Cabang Tegal. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 26–38. <https://Doi.Org/10.36778/Jesya.V3i1.115>
- Muhammad Fajri Muhtadi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Mudharabah Al Barakah Di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin)”. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 9(2).
- Nasfi, N., Rahmad, R., & Sabri, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Ekonomika Syariah : Journal Of Economic Studies*, 4(1), 19. <https://Doi.Org/10.30983/Es.V4i1.3146>
- Noor, J. (2013). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi Dan Karya Ilmiah*. Kencana Prenada Media Group.
- Priskila, T., & Priskila, A. (2020). Pengaruh Kualitas Website (Webqual 4.0) Dan Kualitas Pelayanan (Servqual) Online To Offline (O2o) Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen*, 16(2), 109–126. <https://Doi.Org/10.25170/Jm.V16i2.846>
- Priyanto, D., & Indah Utami, U. (2017). *Spss 22 Pengolahan Data Praktis*. Andi.

- Ratminto, & Septi Winarsih, A. (2016). *Manajemen Pelayanan Pengembangan Konseptual, Penerapan Citizen's Charter Standar Pelayanan Minimal*. Pustaka Pelajar.
- Razak, Dr. H. M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Alauddin University Press.
- Rianto, M. N. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.
- Sastradipoera, K. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kappasigma.
- Solichin, M., & Halimatusa'diah, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh*. 8(2).
- Solling Hamid, R., & M Anwar, S. (2019). *Structural Equation Modeling (Sem) Berbasis Varian: Konsep Dasar Dan Aplikasi Dengan Program Smartpls 3.2.8 Dalam Riset Bisnis*. Inkubator Penulis Indonesia.
- Sudaryono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Kencana.
- Sugiyono,. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Supertini N. P. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusaka Kebaya Di Singaraja. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 2685-5526.
- Tjiptono, F. (2016). *Service Quality And Satisfaction*. Cv Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta:Andi.
- Wahyuningsih, N., & Janah, N. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada Bank Muamalat. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(2), 295. <https://Doi.Org/10.24235/Amwal.V10i2.3596>
- Widiyanti. (2014). *Administrasi Perkantoran 1 Bidang Keahlian Bisnis Dan Manajemen*. Yudhistira.
- Windari, W., & Hasibuan, A. N. (2022). The Effect Of Banking Zakat And Corporate Social Responsibility On The Profitability Ratio Of Sharia Commercial Banks In Indonesia. *Imara: Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 5(1). <https://Doi.Org/10.31958/Imara.V5i1.2789>
- Wulandari, R., & Aulawi Pustaka, F. (2020). *Membidik Nasabah Bank Syariah*. Cv. Nas Media Pustaka.

Yusuf Musa, M. (t.t.). *Falsafat al-Ahklaf fi al-Islama*. Dar al A'raf.

Zakiy, M., & Ayu Purwati, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Dalam Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 3(No. 1), hlm. 27.

Zulkarnain, R., Taufik, H., & David Ramdansyah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Dalam Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 2(No. 1), hlm. 4.

Zusrony, E. (2018). *Perilaku Konsumen*. Yayasan Prima Agus Teknik.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Bella Cantika Tanjung
NIM : 19 401 00080
Tempat dan Tanggal Lahir : Sibolga, 30 Januari 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat Lengkap : Jln Tongkol, Kota Sibolga
E-mail : bcantika867@gmail.com

II. IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Misdal Tanjung
Nama Ibu : Resmawarni Chaniago
Alamat Lengkap : Jln Tongkol, Kota Sibolga

III. RIWAYAT PENDIDIKAN

TK : TK Aisyah Kota Sibolga
SD : SD 081232
SMP : MTsN Sibolga
SMA : SMA N 1 Sibolga

Sibolga, Agustus 2023
Kepada Yth,
Bapak/ Ibu
Di tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb,
Dengan Hormat,

Dengan perantara surat ini, saya bermohon kepada Bapak/Ibu untuk mengisi angket penelitian saya yang berjudul: **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK SYARIAH INDONESIA KC. SIBOLGA.** Untuk pengisian angket ini tidak akan mempengaruhi jawaban Bapak/Ibu, karena isi jawaban Bapak/Ibu bersifat rahasia dan hanya dipergunakan untuk penelitian saya.

Demikian surat permohonan ini saya ajukan atas perhatian Bapak/Ibu saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

BELLA CANTIKA TANJUNG

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M.

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

"PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK SYARIAH INDONESIA KC. SIBOLGA".

Yang disusun oleh:

Nama: Bella Cantika Tanjung

Nim: 19 401 00080

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan: Perbankan Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penelitian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpun, Agustus 2023

Validator

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 19870521 201503 2 004

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUASAN NASABAH

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Kualitas produk	1, 2 dan 3			
2	Kualitas pelayanan	4, 5 dan 6			
3	Faktor emosional	7, 8 dan 9			
4	Harga dan biaya	10, 11 dan 12			

Catatan:

Padangsidempuan, Agustus 2023
Validator

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 19870521 201503 2 004

LEMBAR VALIDASI
ANGKET FASILITAS

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Gedung	1, 2 dan 3			
2	Penampilan pegawai	4, 5 dan 6			
3	Mesin Anjungan Mandiri (ATM)	7, 8, 9 dan 10			

Catatan:

Padangsidimpuan, Agustus 2023

Validator

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 19870521 201503 2 004

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KUALITAS PELAYANAN

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	1, 2			
2	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	3,4			
3	Keandalan (<i>Reliability</i>)	5,6			
4	Empati (<i>Empathy</i>)	7			
5	Jaminan (<i>Assurance</i>)	8			

Catatan:

Padangsidimpuan, Agustus 2023
Validator

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 19870521 201503 2 004

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KUALITAS PRODUK

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Indikator	No Soal	V	VR	TV
1	Kinerja (<i>performance</i>)	1, 2			
2	Pelayanan (<i>serviceability</i>)	3, 4			
3	Keandalan (<i>reliability</i>)	5, 6			

Catatan:

Padangsidimpuan, Agustus 2023

Validator

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M
NIP. 19870521 201503 2 004

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth.

Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kota Sibolga

Di- Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb.

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dengan hormat, dengan segala kerendahan hati dan harapan peneliti mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Angket ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah, dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Syariah Indonesia KC. Sibolga”**

Atas kesediaan Saudara/i meluangkan waktu membantu saya mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat saya,

Bella Cantika Tanjung

NIM. 19 401 00080

ANGKET PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN
FASILITAS TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK
SYARIAH INDONESIA KC. SIBOLGA

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan yang tersedia.
2. Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda *chek list* (√) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

No.	Tanggapan Responden	Skor	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Kurang Setuju (KS)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

3. Pertanyaan ini semata untuk tujuan penelitian.

III. DAFTAR PERNYATAAN

A. Angket Variabel Dependen (Y) Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Produk-produk yang ditawarkan oleh BSI KC. Sibolga memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan saya.					
2.	Saya merasa puas dengan kualitas produk-produk yang saya gunakan dari bank BSI KC. Sibolga					
3.	Produk-produk BSI KC. Sibolga memiliki performa yang memadai dan sesuai dengan yang diharapkan.					
4.	Pelayanan nasabah yang saya terima BSI KC. Sibolga selalu ramah dan profesional.					
5.	Saya merasa BSI KC. Sibolga memberikan solusi yang tepat dan informatif terhadap pertanyaan atau masalah saya					
6.	Waktu tunggu saya dalam menerima pelayanan di BSI KC. Sibolga sesuai dengan harapan saya.					
7.	Saya merasa terhubung secara emosional dengan bank ini melalui layanan dan komunikasi yang diberikan.					
8.	BSI KC. Sibolga memberikan pengalaman yang membuat saya merasa diperhatikan dan dihargai.					
9.	Saya merasa BSI KC. Sibolga memahami					

	kebutuhan dan preferensi saya sebagai nasabah.					
10	Harga dan biaya yang dikenakan oleh BSI KC. Sibolga sesuai dengan manfaat yang saya peroleh dari produk dan layanannya					
11	Saya merasa bahwa BSI KC. Sibolga memberikan nilai yang adil terhadap biaya yang saya keluarkan.					
12	Harga dan biaya yang dikenakan BSI KC. Sibolga sebanding dengan kualitas produk dan layanannya.					

B. Angket Variabel Indepeden (X_1) Kualitas Produk

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Produk-produk BSI KC. Sibolga memiliki performa yang memadai dan sesuai dengan yang diharapkan.					
2	Produk-produk yang ditawarkan oleh BSI KC. Sibolga memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan saya.					
3.	BSI KC. Sibolga menawarkan beragam produk, memungkinkan nasabah untuk memilih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.					
4.	Pegawai BSI KC. Sibolga selalu tampil rapi dan profesional dalam berpakaian					
5.	Saya merasa bahwa BSI KC Sibolga memiliki sistem yang dapat menghindari					

	terjadinya kesalahan atau kekeliruan dalam pelayanan kepada nasabah.					
6.	BSI KC. Sibolga memberikan solusi yang efektif terhadap pertanyaan atau masalah yang saya sampaikan.					

C. Angket Variabel Indepeden (X₂) Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Ketersediaan area parkir yang memadai di sekitar gedung bank mempermudah akses bagi nasabah.					
2	Pengalaman saya dalam berada di gedung bank ini secara keseluruhan sangat memuaskan.					
3	Saya merasa bahwa petugas layanan di bank ini dengan cepat memberikan jawaban yang saya butuhkan.					
4.	Respon dari BSI KC. Sibolga terhadap pertanyaan atau permintaan saya membantu saya merasa dihargai sebagai nasabah.					
5.	Ketika saya menemui masalah dalam transaksi, BSI KC. Sibolga dengan cepat menyelesaikan dan memperbaiki kesalahan tersebut.					
6.	Transaksi saya dengan BSI KC. Sibolga selalu diolah dengan akurat dan tepat waktu.					
7.	Petugas layanan bank kami menunjukkan					

	empati dalam menanggapi kebutuhan atau kekhawatiran Anda.					
8.	Bank kami memberikan jaminan bahwa pelayanan yang diberikan selalu konsisten dan dapat diandalkan					

D. Angket Variabel Independen Fasilitas (X₃)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Fasilitas fisik gedung BSI KC. Sibolga, termasuk desain dan kebersihan, menciptakan suasana yang nyaman dan profesional..					
2	Ketersediaan area parkir yang memadai di sekitar gedung bank mempermudah akses bagi nasabah.					
3.	Pengalaman saya dalam berada di gedung bank ini secara keseluruhan sangat memuaskan.					
4.	Pegawai BSI KC. Sibolga selalu tampil rapi dan profesional dalam berpakaian					
5.	Sikap sopan dan ramah dari pegawai bank memberikan kenyamanan saat bertransaksi					
6.	Pengalaman saya dalam berinteraksi dengan pegawai bank terkait penampilan dan sikap secara keseluruhan sangat memuaskan.					
7.	Saya merasa bahwa jumlah dan lokasi					

	ATM bank ini memadai untuk kebutuhan saya					
8.	Kecepatan dan efisiensi mesin ATM dalam melakukan transaksi memenuhi harapan saya.					
9.	Ketersediaan uang tunai dalam mesin ATM cukup memadai dan jarang terjadi kelangkaan.					
10	Pengalaman saya dalam menggunakan layanan mesin ATM ini secara keseluruhan sangat memuaskan.					

Sibolga,

2023

Responden

.....

43	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	54
44	4	5	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	48
45	5	5	3	2	5	4	5	5	4	5	3	4	50
46	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	3	49
47	5	5	3	4	3	4	5	5	5	5	4	3	51
48	5	5	5	4	4	3	5	5	4	5	4	4	53
49	5	5	4	3	5	5	5	4	5	4	4	4	53
50	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	53
51	4	5	5	3	5	5	4	4	3	4	4	4	50
52	4	4	4	4	4	3	3	5	4	5	4	4	48
53	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	46
54	5	4	5	3	4	5	3	5	4	5	3	4	50
55	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	48
56	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	3	4	49
57	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	3	48
58	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	3	3	49
59	5	4	4	3	3	5	5	4	3	4	3	3	46
60	5	4	3	4	3	4	3	5	4	5	3	3	46
61	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	46
62	5	5	3	4	3	4	3	5	4	5	4	3	48
63	4	5	5	3	5	5	4	4	4	4	3	4	50
64	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	50
65	4	5	3	4	5	5	4	5	4	4	3	3	49
66	5	5	4	3	4	4	3	4	4	5	3	3	47
67	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	3	4	53
68	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	48
69	4	5	4	3	4	5	3	5	4	4	4	3	48
70	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	49
71	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	50
72	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3	46
73	4	4	3	3	5	5	4	5	4	4	4	3	48
74	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	45
75	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	50
76	4	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3	4	45
77	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4	4	53
78	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	49
79	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	3	53
80	5	5	5	2	3	5	3	4	5	4	4	4	49
81	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5	3	4	49
82	5	4	5	5	5	3	4	5	5	4	3	3	51
83	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	4	4	54
84	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	56
85	5	5	5	4	3	3	4	5	5	5	3	3	50
86	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	51

87	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
88	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	3	4	54
89	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	54
90	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	52
91	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	58
92	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
93	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	4	5	55
94	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	46
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
96	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
97	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	49
98	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	54
99	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	55
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

HASIL TABULASI DATA KUALITAS PRODUK (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total
1	5	5	4	4	4	4	26
2	5	4	5	5	4	4	27
3	4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	4	5	5	5	27
5	4	4	5	5	4	4	26
6	4	4	5	5	3	5	26
7	4	4	5	5	4	5	27
8	4	4	5	5	4	4	26
9	4	4	5	4	4	4	25
10	4	4	5	4	4	4	25
11	4	4	5	5	4	4	26
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	4	5	29
14	5	4	5	5	4	4	27
15	4	4	5	4	4	3	24
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	3	4	4	4	3	22
19	4	4	4	5	5	5	27
20	5	5	4	4	3	4	25
21	4	4	5	5	5	5	28
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	4	4	5	4	25
25	4	4	5	5	4	4	26
26	4	4	4	4	4	4	24

27	4	4	5	5	5	5	28
28	4	4	5	5	4	4	26
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	24
31	5	5	5	5	4	4	28
32	4	4	5	5	4	4	26
33	5	5	4	4	4	4	26
34	5	5	4	4	4	4	26
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	3	4	23
38	5	5	4	5	5	3	27
39	4	4	5	5	4	4	26
40	5	5	5	5	4	4	28
41	5	5	4	4	3	3	24
42	5	5	5	4	4	4	27
43	5	5	4	4	5	3	26
44	4	4	5	5	3	3	24
45	5	3	4	4	5	5	26
46	4	5	4	5	3	3	24
47	5	3	5	4	4	3	24
48	5	5	4	4	3	4	25
49	5	4	4	4	3	4	24
50	5	4	4	4	4	4	25
51	4	5	4	5	3	3	24
52	4	4	5	5	4	4	26
53	4	3	4	4	3	3	21
54	5	5	4	5	4	4	27
55	4	4	5	4	3	3	23
56	4	4	4	5	2	4	23
57	4	4	4	4	5	2	23
58	4	5	4	5	4	4	26
59	5	4	5	5	3	4	26
60	5	3	4	5	4	4	25
61	4	3	4	5	3	3	22
62	5	3	5	5	4	4	26
63	4	5	5	4	4	4	26
64	5	4	5	5	4	4	27
65	4	3	4	4	4	4	23
66	5	4	4	5	3	3	24
67	4	5	3	4	3	3	22
68	5	4	3	5	4	4	25

69	4	4	3	4	4	3	22
70	5	4	3	5	4	4	25
71	4	4	3	4	5	4	24
72	4	4	4	4	4	3	23
73	4	3	3	4	3	2	19
74	4	3	3	4	5	4	23
75	4	3	4	5	3	3	22
76	4	5	3	4	5	4	25
77	5	5	3	4	4	3	24
78	5	4	3	4	3	4	23
79	5	4	3	5	4	4	25
80	5	5	3	5	3	4	25
81	4	4	4	5	4	3	24
82	5	5	3	4	3	4	24
83	5	5	4	5	4	5	28
84	4	5	5	5	4	5	28
85	5	5	4	5	5	4	28
86	4	4	4	5	4	4	25
87	5	4	4	5	3	4	25
88	5	5	4	4	5	5	28
89	5	5	5	5	5	5	30
90	5	4	5	5	4	4	27
91	5	5	5	5	4	5	29
92	5	5	5	5	5	5	30
93	5	3	5	5	5	4	27
94	4	4	4	4	4	4	24
95	5	5	5	5	5	5	30
96	4	5	5	5	5	5	29
97	4	5	5	5	4	5	28
98	5	4	5	5	5	5	29
99	5	4	4	5	5	5	28
100	5	5	4	5	5	5	29

HASIL TABULASI DATA KUALITAS PELAYANAN (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
1	4	4	4	5	4	4	4	4	33
2	4	4	4	5	4	4	4	5	34
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	4	4	4	4	5	5	36
5	5	5	4	5	4	4	4	5	36
6	5	5	4	4	4	4	5	4	35
7	5	5	4	4	4	4	4	4	34

8	5	5	4	4	4	4	4	4	34
9	5	5	5	5	5	4	5	5	39
10	5	5	4	4	4	4	4	4	34
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	5	5	4	4	5	5	5	4	37
13	4	4	5	5	4	4	5	4	35
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	3	3	4	5	5	4	4	4	32
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	4	4	4	4	4	4	5	4	33
18	4	4	4	4	3	3	4	4	30
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	4	4	4	5	5	5	4	35
22	5	5	4	4	4	4	5	4	35
23	5	5	4	5	4	4	5	4	36
24	5	5	4	4	5	4	5	4	36
25	5	5	4	4	4	4	4	4	34
26	5	5	5	5	4	4	4	5	37
27	5	5	4	4	4	5	5	4	36
28	5	5	4	4	4	4	4	4	34
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	5	5	5	5	4	4	5	4	37
32	5	5	4	4	4	4	5	4	35
33	4	4	5	5	4	4	4	5	35
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	4	4	4	4	4	5	4	33
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	5	5	4	4	4	3	4	4	33
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	5	5	5	5	4	4	5	5	38
40	5	5	4	4	4	3	4	4	33
41	4	4	3	3	4	4	4	3	29
42	4	4	3	4	4	4	4	5	32
43	4	4	4	4	4	3	4	4	31
44	5	5	5	5	3	4	5	5	37
45	4	4	3	3	5	5	4	5	33
46	4	4	4	4	3	4	5	5	33
47	4	4	4	3	4	3	4	4	30
48	5	5	4	4	2	4	3	5	32

49	4	4	3	3	4	2	4	5	29
50	5	5	2	3	4	3	4	5	31
51	4	4	3	4	3	3	4	5	30
52	5	5	4	5	4	3	3	5	34
53	4	4	3	5	4	4	4	5	33
54	5	5	2	5	3	3	5	5	33
55	4	4	3	3	4	4	5	4	31
56	4	4	3	4	4	3	4	4	30
57	4	4	4	3	4	3	3	5	30
58	5	5	4	4	3	4	4	4	33
59	4	4	3	4	3	2	4	4	28
60	5	5	3	3	3	4	4	4	31
61	5	5	4	4	4	3	5	4	34
62	5	5	2	3	3	3	3	4	28
63	5	5	3	5	4	3	5	3	33
64	4	4	2	4	3	3	3	3	26
65	5	5	4	4	4	4	5	5	36
66	4	4	3	5	4	2	3	5	30
67	5	5	3	3	4	4	5	4	33
68	5	5	3	3	3	3	3	5	30
69	4	4	3	3	4	2	4	4	28
70	5	5	3	4	4	4	4	4	33
71	4	4	3	3	3	4	3	5	29
72	5	5	3	4	4	3	5	4	33
73	4	4	3	5	3	3	5	5	32
74	5	5	3	4	3	3	3	3	29
75	4	4	3	3	4	3	4	3	28
76	5	5	4	3	2	4	3	3	29
77	4	4	3	3	4	3	4	5	30
78	5	5	3	3	3	4	3	4	30
79	4	4	4	3	4	3	4	3	29
80	4	4	2	4	3	3	4	5	29
81	5	5	3	5	4	3	3	5	33
82	5	5	4	4	5	5	3	5	36
83	5	5	4	3	5	5	5	5	37
84	5	5	5	5	5	4	5	5	39
85	5	5	3	4	5	4	5	5	36
86	5	5	3	4	4	4	4	5	34
87	5	5	4	4	4	4	4	4	34
88	5	5	4	4	5	4	5	4	36
89	5	5	4	5	5	4	5	5	38

90	1	1	5	5	4	4	4	5	29
91	5	5	5	5	4	5	5	5	39
92	5	5	5	5	5	5	5	5	40
93	5	5	5	5	5	5	4	5	39
94	4	4	4	4	4	4	4	4	32
95	5	5	4	4	5	5	5	5	38
96	5	5	4	5	5	5	5	5	39
97	4	4	5	5	4	5	4	4	35
98	5	5	5	5	5	4	4	4	37
99	5	5	5	4	5	5	5	4	38
100	5	5	5	5	5	5	5	5	40

HASIL TABULASI DATA FASILITAS (X3)

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Total
1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	37
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	45
6	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	42
7	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	45
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	5	5	3	4	5	5	3	4	3	4	43
10	5	5	5	4	4	5	5	5	2	4	45
11	5	4	5	5	5	5	3	3	3	3	41
12	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	42
13	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	46
14	4	4	4	5	3	4	1	1	2	1	31
15	4	3	5	4	5	4	1	1	2	3	32
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
18	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	37
19	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	44
20	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
21	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	44
22	5	5	3	4	4	4	3	3	2	3	38
23	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	41
24	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
25	5	5	3	5	5	5	3	3	2	3	41
26	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
27	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	42
28	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	44
29	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	35

30	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
31	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	45
32	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	44
33	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	39
38	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	42
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	5	4	4	4	5	5	3	4	5	5	44
43	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	37
44	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	42
45	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
46	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	40
47	5	4	4	4	5	4	3	3	4	3	39
48	5	5	3	4	4	4	4	3	4	3	39
49	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
50	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	41
51	4	4	3	5	4	5	3	3	4	4	39
52	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	42
53	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	39
54	5	5	3	5	4	4	4	3	3	4	40
55	5	4	5	4	5	5	3	5	4	4	44
56	4	4	4	5	4	5	3	5	3	4	41
57	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	41
58	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	45
59	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	42
60	4	5	3	5	4	5	4	3	4	4	41
61	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	43
62	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	44
63	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	42
64	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	42
65	4	5	4	4	4	5	4	3	3	3	39
66	4	4	3	5	4	5	3	4	3	3	38
67	5	5	3	4	3	4	4	4	3	3	38
68	5	5	5	5	3	5	3	3	4	4	42
69	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
70	5	5	3	5	3	5	3	3	3	3	38
71	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	41
72	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	40
73	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	40

74	5	5	5	4	3	5	4	4	3	4	42
75	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	42
76	5	5	5	4	3	4	4	3	4	4	41
77	4	4	5	4	3	5	3	4	5	3	40
78	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	41
79	5	4	4	5	3	5	4	4	3	4	41
80	4	4	5	5	3	4	4	3	4	3	39
81	4	5	3	5	4	4	4	5	3	4	41
82	4	5	3	4	3	5	4	5	5	4	42
83	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45
84	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
85	4	5	5	5	4	5	3	3	3	4	41
86	5	5	5	5	4	5	3	3	4	4	43
87	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	44
88	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	46
89	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
90	4	1	4	5	5	5	4	5	5	4	42
91	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
92	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
93	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
94	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37
95	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
96	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
97	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43
98	4	5	5	5	5	5	3	4	4	3	43
99	4	5	5	5	4	4	4	4	1	1	37
100	5	5	5	5	4	4	4	1	1	1	35

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUALITAS PRODUK

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
X1.1	Pearson Correlation	1	.666**	.164	.200	-.025	.193
	Sig. (2-tailed)		.000	.385	.289	.895	.307
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.666**	1	.025	.049	.023	.373*
	Sig. (2-tailed)	.000		.897	.797	.902	.042
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.164	.025	1	.665**	.021	.245
	Sig. (2-tailed)	.385	.897		.000	.910	.192
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.200	.049	.665**	1	.299	.630**
	Sig. (2-tailed)	.289	.797	.000		.109	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	-.025	.023	.021	.299	1	.438*
	Sig. (2-tailed)	.895	.902	.910	.109		.015
	N	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.193	.373*	.245	.630**	.438*	1
	Sig. (2-tailed)	.307	.042	.192	.000	.015	
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.541**	.536**	.571**	.780**	.501**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.001	.000	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.687	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	21.6667	2.851	.348	.667
X1.2	21.7333	2.823	.326	.674
X1.3	21.3333	2.713	.346	.669
X1.4	21.3667	2.309	.632	.570
X1.5	21.7333	2.823	.245	.704
X1.6	21.6667	2.161	.633	.561

HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUALITAS PELAYANAN

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
X2.1 Pearson Correlation	1	1.000**	.174	-.065	.065	.224
X2.1 Sig. (2-tailed)		.000	.357	.734	.732	.233
X2.1 N	30	30	30	30	30	30
X2.2 Pearson Correlation	1.000**	1	.174	-.065	.065	.224
X2.2 Sig. (2-tailed)	.000		.357	.734	.732	.233
X2.2 N	30	30	30	30	30	30
X2.3 Pearson Correlation	.174	.174	1	.599**	.288	.149
X2.3 Sig. (2-tailed)	.357	.357		.000	.122	.433
X2.3 N	30	30	30	30	30	30
X2.4 Pearson Correlation	-.065	-.065	.599**	1	.241	.018
X2.4 Sig. (2-tailed)	.734	.734	.000		.200	.923
X2.4 N	30	30	30	30	30	30
X2.5 Pearson Correlation	.065	.065	.288	.241	1	.650**
X2.5 Sig. (2-tailed)	.732	.732	.122	.200		.000
X2.5 N	30	30	30	30	30	30

X2.6	Pearson Correlation	.224	.224	.149	.018	.650**	1
	Sig. (2-tailed)	.233	.233	.433	.923	.000	
	N	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.363*	.363*	.280	.059	.450*	.481**
	Sig. (2-tailed)	.049	.049	.134	.755	.013	.007
	N	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.296	.296	.539**	.582**	.184	.084
	Sig. (2-tailed)	.112	.112	.002	.001	.331	.658
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.701**	.701**	.605**	.432*	.575**	.568**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.017	.001	.001
	N	30	30	30	30	30	30

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	29.8000	3.683	.534	.706
X2.2	29.8000	3.683	.534	.706
X2.3	30.1667	4.351	.494	.721
X2.4	30.0000	4.483	.245	.760
X2.5	30.1333	4.189	.414	.730
X2.6	30.2000	4.303	.429	.728
X2.7	29.9000	3.955	.494	.715
X2.8	30.1000	4.231	.470	.721

3. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS FASILITAS

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
X3.1	Pearson Correlation	1	.711**	.757**	.408 ⁺	.254	.364 ⁺
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.025	.175	.048
	N	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.711**	1	.536**	.237	.405 ⁺	.415 ⁺
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.206	.026	.023
	N	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.757**	.536**	1	.191	-.008	.302
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.311	.968	.105
	N	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.408 ⁺	.237	.191	1	.420 ⁺	.401 ⁺
	Sig. (2-tailed)	.025	.206	.311		.021	.028
	N	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.254	.405 ⁺	-.008	.420 ⁺	1	.355
	Sig. (2-tailed)	.175	.026	.968	.021		.054
	N	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	.364 ⁺	.415 ⁺	.302	.401 ⁺	.355	1
	Sig. (2-tailed)	.048	.023	.105	.028	.054	
	N	30	30	30	30	30	30
X3.7	Pearson Correlation	.403 ⁺	.329	.076	.270	.435 ⁺	.370 ⁺
	Sig. (2-tailed)	.027	.076	.690	.150	.016	.044
	N	30	30	30	30	30	30
X3.8	Pearson Correlation	.441 ⁺	.371 ⁺	.100	.172	.431 ⁺	.348
	Sig. (2-tailed)	.015	.043	.600	.363	.017	.059
	N	30	30	30	30	30	30
X3.9	Pearson Correlation	.067	-.068	-.121	.215	.105	.076
	Sig. (2-tailed)	.726	.721	.524	.255	.582	.688
	N	30	30	30	30	30	30
X3.10	Pearson Correlation	.327	.140	.113	.116	.188	.158
	Sig. (2-tailed)	.078	.460	.553	.542	.320	.405
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.663**	.524**	.371 ⁺	.494**	.474**	.559**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.044	.005	.008	.001
	N	30	30	30	30	30	30

Correlations

		X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Total
X3.1	Pearson Correlation	.403*	.441*	.067	.327	.663**
	Sig. (2-tailed)	.027	.015	.726	.078	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.329	.371*	-.068	.140	.524**
	Sig. (2-tailed)	.076	.043	.721	.460	.003
	N	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.076	.100	-.121	.113	.371*
	Sig. (2-tailed)	.690	.600	.524	.553	.044
	N	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.270	.172	.215	.116	.494**
	Sig. (2-tailed)	.150	.363	.255	.542	.005
	N	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.435*	.431*	.105	.188	.474**
	Sig. (2-tailed)	.016	.017	.582	.320	.008
	N	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	.370*	.348	.076	.158	.559**
	Sig. (2-tailed)	.044	.059	.688	.405	.001
	N	30	30	30	30	30
X3.7	Pearson Correlation	1	.949**	.540**	.795**	.877**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.8	Pearson Correlation	.949**	1	.591**	.843**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X3.9	Pearson Correlation	.540**	.591**	1	.624**	.582**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001		.000	.001
	N	30	30	30	30	30
X3.10	Pearson Correlation	.795**	.843**	.624**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.877**	.890**	.582**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	36.4000	18.662	.575	.825
X3.2	36.6000	18.662	.446	.831
X3.3	36.3667	20.033	.239	.844
X3.4	36.5667	19.289	.370	.837
X3.5	36.7333	18.271	.434	.832
X3.6	36.6000	19.007	.435	.832
X3.7	37.6000	13.903	.834	.786
X3.8	37.5667	13.978	.862	.783
X3.9	37.9000	17.197	.437	.836
X3.10	37.5667	15.771	.686	.807

DISTRUBUSI FREKUENSI KUALITAS PRODUK

Produk-produk BSI KC. Sibolga memiliki performa yang memadai dan sesuai dengan yang diharapkan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	54	54.0	54.0	54.0
	Sangat Setuju	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Produk-produk yang ditawarkan oleh BSI KC. Sibolga memiliki fitur yang sesuai dengan kebutuhan saya.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	12	12.0	12.0	12.0
	Setuju	52	52.0	52.0	64.0
	Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Bsi KC. Sibolga menawarkan beragam produk, memungkinkan nasabah untuk memilih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	13	13.0	13.0	13.0
	Setuju	47	47.0	47.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pegawai BSI KC. Sibolga selalu tampil rapi dan profesional dalam berpakaian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	44	44.0	44.0	44.0
	Sangat Setuju	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya merasa bahwa BSI KC Sibolga memiliki sistem yang dapat menghindari terjadinya kesalahan atau kekeliruan dalam pelayanan kepada nasabah.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	21	21.0	21.0	22.0
	Setuju	54	54.0	54.0	76.0
	Sangat Setuju	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

BSI KC. Sibolga memberikan solusi yang efektif terhadap pertanyaan atau masalah yang saya sampaikan.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	19	19.0	19.0	21.0
	Setuju	57	57.0	57.0	78.0
	Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

DISTRUBUSI FREKUENSI KUALITAS PELAYANAN

Ketersediaan area parkir yang memadai di sekitar gedung bank mempermudah akses bagi nasabah.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Kurang Setuju	1	1.0	1.0	2.0
	Setuju	42	42.0	42.0	44.0
	Sangat Setuju	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pengalaman saya dalam berada di gedung bank ini secara keseluruhan sangat memuaskan.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Kurang Setuju	1	1.0	1.0	2.0
Setuju	42	42.0	42.0	44.0
Sangat Setuju	56	56.0	56.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Saya merasa bahwa petugas layanan di bank ini dengan cepat memberikan jawaban yang saya butuhkan.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Kurang Setuju	26	26.0	26.0	31.0
Setuju	52	52.0	52.0	83.0
Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Respon dari BSI KC. Sibolga terhadap pertanyaan atau permintaan saya membantu saya merasa dihargai sebagai nasabah.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	19	19.0	19.0	19.0
Setuju	51	51.0	51.0	70.0
Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Ketika saya menemui masalah dalam transaksi, BSI KC. Sibolga dengan cepat menyelesaikan dan memperbaiki kesalahan tersebut.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Kurang Setuju	16	16.0	16.0	18.0
Setuju	62	62.0	62.0	80.0

Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Transaksi saya dengan BSI KC. Sibolga selalu diolah dengan akurat dan tepat waktu.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Kurang Setuju	24	24.0	24.0	28.0
Setuju	57	57.0	57.0	85.0
Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Petugas layanan bank kami menunjukkan empati dalam menggapi kebutuhan atau kekhawatiran nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	13	13.0	13.0	13.0
Setuju	50	50.0	50.0	63.0
Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Bank memberikan jaminan bahwa pelayanan yang diberikan selalu konsisten dan dapat diandalkan.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	7	7.0	7.0	7.0
Setuju	52	52.0	52.0	59.0
Sangat Setuju	41	41.0	41.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

DISTRUBUSI FREKUENSI FASILITAS

Fasilitas fisik gedung BSI KC. Sibolga, termasuk desain dan kebersihan,
menciptakan suasana yang nyaman dan profesional..

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	39	39.0	39.0	39.0
Sangat Setuju	61	61.0	61.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Ketersediaan area parkir yang memadai di sekitar gedung bank mempermudah akses bagi
nasabah.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Kurang Setuju	1	1.0	1.0	2.0
Setuju	42	42.0	42.0	44.0
Sangat Setuju	56	56.0	56.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pengalaman saya dalam berada di gedung bank ini secara keseluruhan sangat
memuaskan.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	11	11.0	11.0	11.0
Setuju	34	34.0	34.0	45.0
Sangat Setuju	55	55.0	55.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pegawai BSI KC. Sibolga selalu tampil rapi dan profesional dalam berpakaian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	44	44.0	44.0	44.0
Sangat Setuju	56	56.0	56.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sikap sopan dan ramah dari pegawai bank memberikan kenyamanan saat bertransaksi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	13	13.0	13.0	13.0
Setuju	47	47.0	47.0	60.0
Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pengalaman saya dalam berinteraksi dengan pegawai bank terkait penampilan dan sikap secara keseluruhan sangat memuaskan.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Setuju	49	49.0	49.0	50.0
Sangat Setuju	50	50.0	50.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Saya merasa bahwa jumlah dan lokasi ATM bank ini memadai untuk kebutuhan saya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Kurang Setuju	46	46.0	46.0	48.0
Setuju	46	46.0	46.0	94.0
Sangat Setuju	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Kecepatan dan efisiensi mesin ATM dalam melakukan transaksi memenuhi harapan saya.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Kurang Setuju	36	36.0	36.0	39.0
Setuju	41	41.0	41.0	80.0
Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

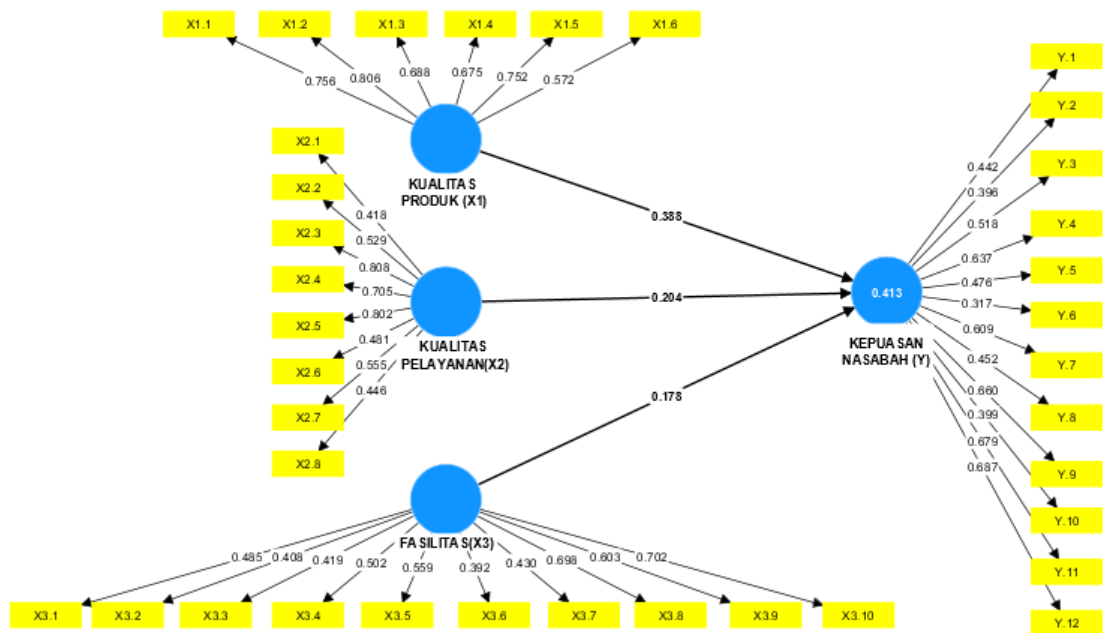
Ketersediaan uang tunai dalam mesin ATM cukup memadai dan jarang terjadi kelangkaan.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	7	7.0	7.0	9.0
Kurang Setuju	33	33.0	33.0	42.0
Setuju	41	41.0	41.0	83.0
Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

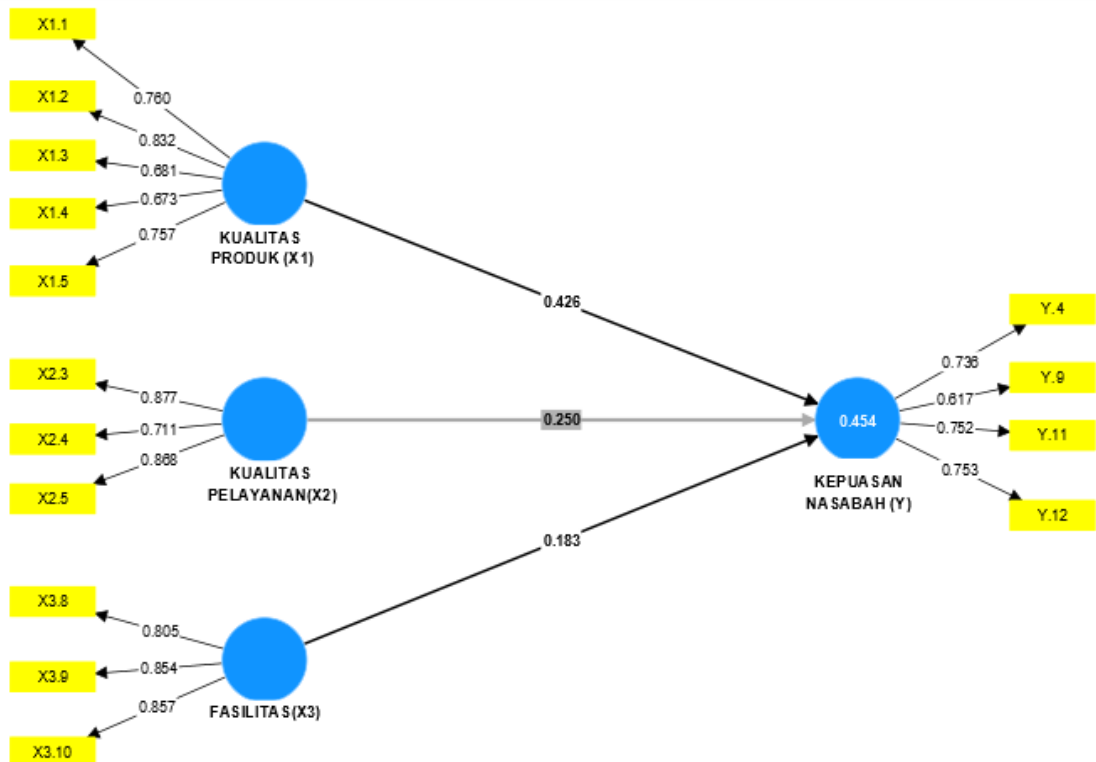
Pengalaman saya dalam menggunakan layanan mesin ATM ini secara keseluruhan sangat memuaskan.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Kurang Setuju	29	29.0	29.0	32.0
Setuju	56	56.0	56.0	88.0
Sangat Setuju	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

1. Hasil Loading Factor Seluruh Variable Sebelum Eliminasi



2. Hasil Loading Factor Seluruh Variabel Setelah Eliminasi



3. Nilai Validitas Diskriminan (*Cross Loading*)

	FASILITAS(X3)	KEPUASAN_NASABAH (Y)	KUALITAS_PELAYANAN(X2)	KUALITAS_PRODUK (X1)
X1.1	0.133	0.497	0.385	0.760
X1.2	0.184	0.572	0.508	0.832
X1.3	0.102	0.363	0.442	0.681
X1.4	0.108	0.280	0.287	0.673
X1.5	0.148	0.475	0.592	0.757
X2.3	0.117	0.495	0.877	0.564
X2.4	0.127	0.308	0.711	0.286
X2.5	0.226	0.505	0.868	0.589
X3.10	0.857	0.241	0.116	0.116
X3.8	0.805	0.239	0.249	0.194
X3.9	0.854	0.295	0.130	0.161
Y.11	0.291	0.752	0.348	0.322
Y.12	0.228	0.753	0.344	0.425
Y.4	0.183	0.736	0.492	0.558
Y.9	0.204	0.617	0.340	0.404

4. Nilai Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
FASILITAS(X3)	0.791	0.801	0.877	0.704
KEPUASAN_NASABAH (Y)	0.684	0.690	0.808	0.514
KUALITAS_PELAYANAN(X2)	0.764	0.807	0.862	0.677
KUALITAS_PRODUK (X1)	0.800	0.825	0.860	0.552

5. Hasil Uji R-Square Dan R-Square Adjusted

	R-square	R-square adjusted
KEPUASAN_NASABAH (Y)	0.454	0.437

6. Hasil Uji P-Value (*Bootstrapping*)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O)/STDEV)	P values
FASILITAS(X3) > KEPUASAN_NASABAH (Y)	0.183	0.186	0.084	2.171	0.030
KUALITAS_PELAYANAN(X2) > KEPUASAN_NASABAH (Y)	0.250	0.245	0.114	2.189	0.029
KUALITAS_PRODUK (X1) > KEPUASAN_NASABAH (Y)	0.426	0.441	0.127	3.350	0.001

Dokumentasi





