



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ATM (*AUTOMATIC TELLER MACHINE*) DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT BANK MUAMALAT INDONESIA, TBK CABANG PADANGSIDIMPUAN.

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat

Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh

DEDY RAHMAN
NIM 13 220 0146

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2019**



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ATM (*AUTOMATIC TELLER MACHINE*) DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT BANK MUAMALAT INDONESIA, TBK CABANG PADANGSIDIMPUAN.

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat

Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh

DEDY RAHMAN
NIM 13 220 0146

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Pembimbing I

Nofinawati, S.El., M.A
NIP.19821118 201 101 2 003

Pembimbing II

Windari, S.E., M.A
NIP.19830510 201503 2 003

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2019



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ATM (*AUTOMATIC TELLER MACHINE*) DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT BANK MUAMALAT INDONESIA, TBK CABANG PADANGSIDIMPUAN.

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat

Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh

DEDY RAHMAN SYAH PUTRA
NIM 13 220 0146

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Pembimbing I

Nofinawati, S.E., M.A
NIP.19821118 201 101 2 003

Pembimbing II

Windari, S.E., M.A
NIP.19830510 201503 2 003

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2019



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : LampiranSkripsi
a.n. **DEDY RAHMAN**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, Juni 2019
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikumWr.Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **DEDY RAHMAN** yang berjudul: **"Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM (Automatic Teller Machine) dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan."** Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Konsentrasi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan skripsin yakni.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/ Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Pembimbing I

Nofinawati, S.EI., M.A
NIP.19821118 201 101 2 003

Pembimbing II

Windari, S.E., M.A
NIP.19830510 201503 2 003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : **DEDY RAHMAN SYAH PUTRA**
NIM : 13 220 0146
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Atm (*Automatic Teller Machine*) Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

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 IAIN 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 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, Juni 2019
Saya yang Menyatakan,



DEDY RAHMAN SYAH PUTRA
NIM : 13 220 0146

RIAYAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : DEDY RAHMAN SYAH PUTRA
Nim : 13 220 0146
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Atm (Automatic Teller Machine) Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidimpuan*". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri 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 : Juli 2019

Yang menyatakan,



DEDY RAHMAN SYAH PUTRA
NIM. 13 220 0146



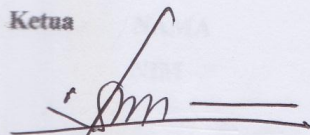
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Silitang Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI

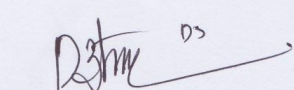
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : DEDY RAHMAN SYAH PUTRA
NIM : 13 220 0146
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah-4
Judul Skripsi : PENGARUH PELAYANAN ATM (Automatic Teller Meachine) DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN

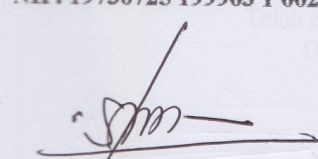
Ketua

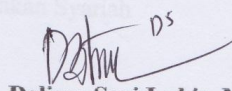

Dr. H. Arbanur Rasvid, MA
NIP./19730725 199903 1 002

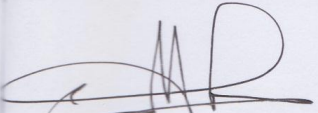
Sekretaris

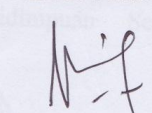

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Anggota


Dr. H. Arbanur Rasvid, MA
NIP. 19730725 199903 1 002


Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002


Muhammad Isa, S.T., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003


Windari, SE., MA
NIP. 19830510 201503 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Jum,at/25 Juli 2019
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : LULUS / 71,87 (B)
IPK : 3,24
Predikat : Amat Baik



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan Atm (*Automatic Teller Machine*) Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidimpuan.

NAMA : Dedy Rahman Syah Putra

NIM : 13 220 0146

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

Padangsidimpuan September 2019

Dekan,



Dr. Darwis Harahap S.HI, M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : DEDY RAHMAN SYAH PUTRA

Nim : 13 220 0146

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan ATM (Automatic Teller Machine) dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidempuan.

Kualitas pelayanan ATM dan kepuasan digunakan sebagai alat untuk menilai loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan ATM dan kepuasan yang tinggi mampu mempengaruhi loyalitas. Tentunya dengan pengelolaan kualitas pelayanan ATM dan kepuasan akan mempengaruhi tingkat loyalitas. Sedangkan apabila kualitas pelayanan ATM dan kepuasan rendah juga mempengaruhi dan loyalitas. Oleh karena itu, untuk menjaga stabilitas kualitas pelayanan ATM dan kepuasan nasabah harus memperhatikan loyalitas nasabah agar terus menerus untuk melakukan transaksi. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidempuan. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidempuan.Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidempuan.

Adapun jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian dengan metode kuantitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan menyebarkan angket ke nasabah pengguna ATM PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidempuan. Metode analisis data dengan menggunakan regresi berganda.Hasil penelitian ini menunjukkan berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa faktor kualitas pelayanan ATM berpengaruh terhadap loyalitas, kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas, berpengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas. Hal ini disebabkan nilai signifikansi antara variabel tersebut lebih besar dari 0,05. Dari hasil *output* di atas dapat dilihat variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,959 > 1,985$) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan nilai kriteria, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas.Dari hasil *output* di atas dapat dilihat variabel kepuasan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,717 > 1,985$) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan nilai kriteria, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas. Berdasarkan perhitungan statistik uji F pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai F adalah $50,496 > 3,94$ dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan ATM dan kepuasan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidempuan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan ATM, Kepuasan, Loyalitas.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan, berserta keluarga dan para sahabatnya. Amin.

Skripsi ini berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berbelanja *Online* dikalangan Mahasiswa IAIN Padangsidempuan Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, ditulis untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Jurusan Ekonomi Syariah, Konsentrasi Manajemen Bisnis di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

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 rasa syukur, peneliti berterima kasih kepada:

Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Dr. H DARWIS DASOPANG M,Ag Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr Anhar M.A, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr Sumper Mulia Harahap, M.A Wakil Rektor BIDANG kemahasiswaan dan Kerjasama.

Bapak Dr Darwis Harahap M,Si. Selaku dekan fakultas ekonomi dan bisnis islam iain padangsidempuan, serta Dr Abdul Nasser M,Si selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Pengembangan lembaga, Drs Kamaluddin M,Ag selaku Wakil Dekan bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, dan dr h arbanur rasyid ma selaku wakil dekan bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama

Ibu Delima Sari Lubis, Sei M.A sebagai Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, Nurul Izzah SE MSi serta seluruh civitas Akademika, serta bapak/ibu dosen dan pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan

Bapak Dr H Fatahuddin Aziz Siregar M.Ag pembimbing I dan Bapak Azwar Hamid M.A pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bapak/ibu dosen beserta staf di lingkungan fakultas ekonomi dan bisnis islam iain padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengehuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di iain padangsidimpuan

Teristimewa keluarga tercinta kepada ALM ERWIN NASUTION Dan ibunda Kastina Hasibuan telah banyak melimpahkan pengorbanan dan selalu berjuang untuk anak-anaknya, memberikan kasih sayang dan doa yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Terima kasih juga kepada saudara/i Dedi Saputra Simbolon Rendi Wahyudi Doni Simbolon Lamin Silitonga Afrizal Harahap, Nurdin, Muktar, Asmar Apandi Ananda Putra la Srg, Rendi Ahmad S, yang telah memberikan dukungan Moril dan Materil demi kesuksesan penulis dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai perkuliahan akhir di iain padangsimpuan dan semoga keluarga penulis selalu dalam lindungan ALLAH SWT.

Untuk saudara/i penulis khususnya Erfina Sari, Ummu Hayani Harahap Desi Utami Piliang, Mhd Kadirun Wahyu Arya Putra Ali Sahbana, Aprisal Nst, Risky Ariadi Hrp, Risky Ramadhan, Mhd Rudi Lubis, Doni Pahrijal, Mhd Hapis Srg, dan lainnya yang telah memberikan semangat dan membantu peneliti dalam suka maupun duka dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam, khususnya jurusan ekonomi syariah angkatan 2012, teristimewa ekonomi syariah -3 (manajemen bisnis-1)2012 yang telah berjuang bersama sama meraih gelar S.E dan semoga kita slalu sukses dalam meraih cita-cita.

Semua pihak yang tidak disebutkan 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 lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan oleh peneliti. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang peneliti temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menunjukkan pujian akhir.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun penulis sangat membutuhkan demi kesempurnaan tulisan ini.

Padangsidimpuan, Juli 2019

Penulis,

DEDY RAHMAN SYAH PUTRA

NIM.13 220 0146

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI SKRIPSI	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	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	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori.....	12
1. ATM (<i>Automatic teller machine</i>).....	12
1. Pengertian ATM.....	12
2. Jenis Mesin ATM.....	13
3. Beberapa Jaringan ATM	15
4. Kartu Plastik.....	16
5. Pelayanan ATM.....	17
2. Kualitas Pelayanan.....	18
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	18
2. Karakteristik Kualitas Pelayanan	20
3. Dimensi Kualitas Pelayanan	21
3. Kepuasan.....	22
a. Pengertian Kepuasan	22
b. Faktor- Faktor Kepuasan Nasabah	23
c. Metode Pengukur Kepuasan.....	24

4. Loyalitas	26
1. Pengertian Loyalitas	26
2. Karakteristik Loyalitas	28
5. Pengaruh Kualitas Layanan ATM Terhadap Loyalitas	30
6. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas.....	31
7. Pengaruh Kualitas Layanan ATM dan Kepuasan Terhadap Loyalitas.....	33
B. Penelitian Terdahulu.....	33
C. Kerangka Pikir	36
D. Hipotesis	37

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
B. Jenis Penelitian.....	40
C. Populasi dan Sampel	41
1. Populasi.....	41
2. Sampel.....	41
D. Instrumen dan Pengumpulan Data.....	43
1. Angket.....	43
2. Dokumentasi.....	44
3. Wawancara.....	44
E. Analisis Data	45
1. Uji Validitas	45
2. Uji Reliabilitas.....	45
3. Uji Normalitas.....	46
4. Uji Linieritas.....	46
5. Uji Asumsi Klasik	47
a. Uji <i>Multikolinearitas</i>	47
b. Uji <i>Heterokedastisitas</i>	47
c. Uji <i>Autokorelasi</i>	47
6. Analisis Hipotesis.....	48
a. Koefisien Determinasi (R^2)	48
b. Uji Parsial (uji t)	48
c. Uji Simultan (uji F)	48
7. Analisis Regresi Linear Berganda	48

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
--	-----------

1. Sejarah PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan	49
2. Visi dan Misi PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan	51
a. Visi	51
b. Misi.....	51
B. Struktur Organisasi PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan	52
C. Hasil Analisa Data Penelitian	57
1. Uji Validitas	57
2. Uji Reliabilitas.....	58
3. Uji Normalitas	61
4. Uji linearitas	62
5. Uji Asumsi Klasik	63
a. Uji <i>Multikolinearitas</i>	63
b. Uji <i>Heteroskedastisitas</i>	64
c. Uji <i>Autokorelasi</i>	64
6. Analisis Hipotesis.....	65
a. Uji Koefisien Determinasi(R^2)	65
b. Uji Parsial (uji t)	66
c. Uji Simultan (Uji F).....	67
7. Analisa Regresi Linear Berganda.....	67
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	69

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	73
B. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 : Definisi Operasional Variabel	8
Tabel II.1 : Penelitian Terdahulu	35
Tabel III.1 : data Mahasiswa FEBI IAIN Padangsidempuan	41
Tabel III.2 : jumlah Sampel masing-masing jurusan yang ada di FEBI.....	42
Tabel III.3 : Penetapan Skor atas Jawaban Angket.....	43
Tabel III.4 : Kisi-Kisi Angket	44
Tabel IV.1 : Data Mahasiswa FEBI	55
Tabel IV.2 : Data Responden	55
Tabel IV.3 : Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	56
Tabel IV.4 : Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	57
Tabel IV.5 : Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	57
Tabel IV.6 : Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk.....	58
Tabel IV.7 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli.....	58
Tabel IV.8 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga	59
Tabel IV.9 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi	59
Tabel IV.10 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	60
Tabel IV.11 : Hasil Uji Deskriptif.....	60
Tabel IV.12 : Hasil Uji Hubungan Linear Minat Beli dengan Harga	63
Tabel IV.13 : Hasil Uji Hubungan Linear Minat Beli dengan Promosi.....	63
Tabel IV.14 : Hasil Uji Hubungan Linear Minat Beli dengan kualitas produk	64
Tabel IV.15 : Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel IV.16 : Hasil Uji Autokorelasi	67
Tabel IV.17 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel IV.18 : Hasil Uji Koefisien Determinansi	69
Tabel IV.19 : Hasil Uji Parsial (Uji t).....	70
Tabel IV.20 : Hasil Uji Simultan (Uji F)	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 : Kerangka Pikir	37
Gambar IV.1: Hasil Uji Normalitas	61
GambarIV.2 : Hasil Uji Normalitas	62
Gambar IV.3: Hasil Uji Heterokedastisitas	66

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : HasilValidasiAngket
- Lampiran 2 : KuesionerPenelitian
- Lampiran 3 : HasilAngket
- Lampiran 4 : HasilUjiValiditas
- Lampiran 5 : HasilUjiReliabilitas
- Lampiran 6 : HasilUjiNormalitas
- Lampiran 7 : HasilUjiAsumsiKlasik
- Lampiran 8 : HasilRegresi Linier Berganda
- Lampiran 9 : DokumentasiResponden
- Lampiran 10: Tabel r
- Lampiran 11: Tabel t
- Lampiran 12: Tabel F

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan Syariah dalam peristilahaan internasional dikenal sebagai *Islamic Banking* atau juga disebut dengan *interest-free banking*. Peristilahan dengan menggunakan kata *Islamic* tidak dapat dilepaskan dari asal usul sistem perbankan syariah itu sendiri. Bank Syariah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respons dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan Muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai dan moral dan prinsip-prinsip Syariah Islam. Utamanya adalah dengan pelarangan praktik riba, kegiatan *maisir* (spekulasi), dan *gharar* (ketidakjelasan).¹

Institut Perbankan Syariah di Indonesia yang saat ini mulai banyak melakukan pelayanannya yang meliputi aktivitas menghimpun dana (*Funding*), menyalurkan dana (*lending*) dan pelayanan bank lainnya (*Service*) secara profesional dan berkesinambungan, sehingga dapat menghasilkan laba yang maksimal.²

Dunia bisnis perbankan syariah saat ini mengalami kemajuan dan perkembangan yang pesat. Maraknya perkembangan perbankan syariah

¹ Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 11.

² Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta; Fajar Media Press, 2014), 8.

di Indonesia yang tidak berbasis bunga, melahirkan begitu banyak para investor dan nasabah dengan berbagai penghimpunan dana. Tingginya keinginan masyarakat terhadap bank syariah dalam menabung serta pembiayaan membuat bisnis jasa dalam perbankan syariah semakin prospektif. Bank syariah menjadi tempat untuk menghimpun dan menyalurkan dana bagi masyarakat yang mempunyai misi berlandaskan keadilan, kejujuran, kemanfaatan, kebersamaan yang sesuai dengan syariah. Selama penghimpunan dan penyaluran dana masih berlangsung, maka bisnis jasa bank syariah tidak akan berhenti. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat masih membutuhkannya. Situasi ini memberikan peluang bagi pengelola bank syariah untuk menekuni usaha tersebut.³

Perkembangan bisnis jasa perbankan syariah yang semakin berkembang, membuat persaingan dalam perbankan syariah semakin ketat terutama bagi usaha yang sasaran segmen pasarnya serupa. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya bank syariah yang berdiri di Indonesia. Timbulnya tingkat persaingan dalam perbankan syariah ditandai dengan maraknya produk dan jasa yang ditawarkan dalam bank syariah. Sehingga para pelaku bisnis dituntut untuk menciptakan suatu keunggulan dibanding dengan para pesaing.⁴ Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan

³ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), 25.

⁴ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), 292.

prinsip syariah. Bank Muamlat juga mempunyai berbagai fasilitas yang menunjang agar nasabah bisa merasa puas atas pelayanannya yaitu dengan adanya ATM, M-banking serta beberapa jenis pembiayaan yang tersedia.⁵

Menurut Parasuraman dan Zeithaml mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, dalam kualitas pelayanan ada beberapa dimensi, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsive* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati). Fasilitas ATM yang tersebar diseluruh Indonesia, yang memudahkan nasabah dalam mengambil dan menyetor setiap harinya tanpa dibatasi ruang dan waktu⁶ *Automatic teller machine* (ATM) telah menjadi alat pembayaran, kartu ATM mencatat transaksi paling tinggi. Pada saat pertama kali diperkenalkan pada tahun 1987 oleh Bank Niaga, fungsi ATM hanya sebatas penarikan tunai. Tapi kini, fungsi ATM telah mampu menggantikan fungsi uang sebagai alat pembayaran. Melalui ATM nasabah dapat membayar listrik, pajak bumi dan bangunan, telepon, pulsa *handphone*, pembelian barang dengan angsuran, dan berbelanja kebutuhan sehari-hari. Meningkatnya jumlah pengguna ATM disebabkan oleh banyaknya jumlah ATM dan banyaknya perbankan yang bergabung dalam jaringan ATM. Tren teknologi perbankan masih menjadikan ATM sebagai strategi utama dalam

⁵ https://www.muamalat.co.id/tentang_kami.php?f=sejarah, (diakses tanggal 21-12-2018 jam 13:24)

⁶ Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta Graha Ilmu, 2010), 5.

memberikan pelayanan kepada nasabah. Hal ini dilakukan tidak saja untuk mendapatkan *fee-based income* (penerimaan bank yang berasal dari jasa bank), tetapi juga memperluas jaringan. Bergabung bank-bank dalam jaringan ATM dapat menciptakan sistem pembayaran secara nasional karena pada saat ini bank dapat melakukan transaksi antar bank dengan waktu yang tidak terbatas. Manfaat yang diperoleh dengan adanya jaringan tersebut adalah peningkatan *cost productivity*, sehingga *cost transaction* menjadi lebih mudah dan efisien secara nasional. Manfaat lainnya adalah mengurangi lalu lintas kliring di Bank Indonesia.⁷ Diwaktu kerja yang sibuk, untuk melakukan transaksi perbankan, terutama pengambilan uang secara tunai, pasti akan terjadi antrian. Hal ini menjadikan permasalahan bagi nasabah yang menggunakan jasa perbankan, apalagi di zaman modern ini dimana kemajuan teknologi dibidang elektronika telah banyak memberi manfaat baik bagi masyarakat pada umumnya maupun kalangan perbankan pada khususnya. Layanan jasa perbankan yang cepat dan praktis sangat dibutuhkan sehingga pelayanan dengan sistem tradisional yang memerlukan antrian panjang sudah tidak sesuai.⁸

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Untuk kepuasan nasabah terhadap layanan ada dua hal pokok yang saling berkaitan yaitu harapan nasabah terhadap kualitas layanan (*expected*

⁷ Ade Arthesa dan Edia Handiman, *Bank dan Lembaga Bukan Bank*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), 257

⁸ Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 284.

quality) dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan (*perceived quality*). Nasabah selalu menilai layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.

Kepuasan nasabah harus disertai dengan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan perbankan yang diperoleh dari bank. Sedangkan loyalitas berkaitan dengan apa yang dilakukan nasabah setelah berinteraksi dalam suatu proses layanan perbankan. Konsep ini menyiratkan bahwa kepuasan nasabah saja tidaklah cukup, karena puas atau tidak puas hanyalah satu bentuk emosi. Disamping itu loyalitas nasabah juga tidak kalah relevannya untuk dianalisis sebab sikap loyal akan timbul setelah nasabah merasakan puas atau tidak puas terhadap layanan perbankan yang diterimanya.⁹

Pada PT Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan, Tbk terdapat satu mesin ATM yang berada di Jalana Baginda Oloan/Jl. Gatot Subroto N0. 08, Kelurahan, Wek II, Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara 22718 untuk nasabah yang melakukan penarikan tunai atau transaksi yang lain. Dapat juga melakukan transaksi melalui mesin ATM di perbankan lain yang sudah berkerjasama dengan PT Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan, Tbk ada biaya tambahan untuk sekali transaksi.¹⁰ Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa nasabah yaitu Nama Siti Juariyah yang beralamatkan Desa Sihitang iya berpendapat bahwasanya

⁹ Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri”, *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*. 11: 59.

¹⁰ Gatot, *Hasil Wawancara*, 23 Desember 2018

ATM PT Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan, Tbk sangatlah jauh dengan rumahnya karena hanya ada satu mesin ATM saja jarak yang jauh juga menambah biaya tambahan untuk sampai ke ATM PT Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan, Tbk maka dari itu juga mempersulit untuk melakukan transaksi. Nama Kadirun beralamatkan di sihitang iya berpendapat bahwasanya mesin ATM disini ini problem atau rusak dan apabila saya ingin penarikan tunai di mesin ATM yang lain maka terdapat biaya tambahan maka dari itu juga mempersulit transaksi dan juga menghambat para nasabah untuk pengambilan tunai atau yang lain.¹¹ Dari beberapa pendapat nasabah bisa ditarik kesimpulan bahwasanya terbatasnya mesin ATM dan jangkuan tempat mesin ATM mempersulit nasabah untuk bertransaksi atau penarikan tunai. Karena pada zaman modern ini sangat dibutuhkan pelayanan yang mudah dan praktis serta menghemat waktu tanpa adanya biaya tambahan.

Atas dasar latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM (*Automatic Teller Machine*) dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang di atas dapat diperoleh identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut :

¹¹ Nasabah PT Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan, Tbk, *Hasil Wawancara*, 1 Januari 2018

1. Persepsi nasabah atas nilai dan kualitas seringkali ditentukan oleh pelayanan perusahaannya.
2. Keluhan pada perusahaan yang dapat menurunkan loyalitas nasabah terhadap jasa yang diberikan.
3. Faktor-faktor yang menyebabkan masalah mengenai keluhan.
4. Faktor-faktor yang menyebabkan nasabah meningkat kepuasan dan loyalitasnya.

C. Batasan Masalah

Dalam Penelitian ini akan dilakukan pembatasan masalah agar penelitian ini lebih terarah dan terfokus, adapun batasan masalahnya adalah :

1. Implementasi strategi penanganan keluhan ATM dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah agar tetap loyal terhadap PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
2. Faktor-faktor yang menyebabkan nasabah di PT Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan, Tbk mengalami keluhan pada ATM.

D. Defenisi Operasional Variabel

Agar lebih memudahkan dalam memahami skripsi ini, maka penelitian ini mendefenisikan beberapa istilah, antara lain :

Penelitian	Defenisi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan	Sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Assurance</i> (keamanan). 2. <i>Tagible</i> (fasilitas fisik). 3. <i>Reliability</i> (layanan yang akurat). 4. <i>Responsive</i> (layanan cepat dan mandiri). 5. <i>Emphaty</i> (lokaasi). 	Likert
Kepuasan	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Produk. 2. Nilai Pelanggan 3. Nilai Personil 4. Nilai Citra 5. Keluham atau Pendapat 	Likert
Loyalitas	Dalam kamus besar Bahasa Indonesia Pengertian loyalitas adalah kepatuhan atau kesetiaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan 2. Ikatan Emosi 3. Kepercayaan 4. Kemudahan 5. Pengalaman dengan perusahaan 	Likert

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat dijelaskan tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan ATM berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidempuan.
2. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidempuan.
3. Apakah kualitas pelayanan ATM dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidempuan.

F. Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidempuan.

G. Kegunaan Hasil penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi akademik, lembaga keuangan dan khususnya bagi penulis sendiri.

1. Bagi pihak akademik penelitian ini dapat memberikan sumbangsih hasil

penelitian dan menambah literatur kepustakaan mengenai (ATM) *Automatic teller machine* dan seberapa pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.

2. Bagi lembaga keuangan penelitian ini akan dapat memberikan manfaat bagi praktisi lembaga keuangan mikro.
3. Bagi penulis penelitian ini bermanfaat memberikan wawasan dan pengetahuan serta pengalaman langsung mengenai (ATM) *Automatic teller machine* dan dan seberapa pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah.

H. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini terdapat lima bab yaitu:

Bagian awal skripsi berisi halaman sampul, halaman judul, lembar persetujuan, lembar pengesahan, motto, halaman persembahan, abstrak, kata pengantar, pedoman transliterasi, datar isi, datar tabel, daftar gambar.

Bab I : Pendahuluan

Berisikan untuk mengantarkan skripsi secara keseluruhan. Pada bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan.

Bab II : Landasan teori dan pengembangan hipotesis

Menguraikan tentang kajian pustaka terdiri dari landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis. Kajian pustaka

terdiri dari sub sub bab yaitu deskripsi mengenai landasan teori yang memuat materi yang dikumpulkan dan dipilih dari berbagai sumber ini yang digunakan sebagai acuan dalam pembahasan atas topik, yang meliputi pengertian ATM, Beberapa jaringan ATM, kartu plastik, pelayanan ATM, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah.

Bab III : Metode penelitian

Menjelaskan mengenai metode penelitian yang berisikan beberapa sub bab yaitu rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi, sampel, dan teknik sampling, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode pengolahan dan analisis data.

Bab IV : Pembahasan masalah

Adalah hasil dan pembahasan berisikan sub bab yaitu hasil pengujian instrumen, hasil pengujian deskripsi, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan.

Bab V : Penutup

Merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran. Dalam hal ini disimpulkan hasil pembahasan untuk menjelaskan sekaligus menjawab persoalan yang telah diuraikan.

Bagian akhir, berisikan daftar pustaka, lampiran, riwayat hidup dan dokumentasi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. ATM (*Automatic teller machine*)

a. Pengertian ATM

Automatic teller machine (ATM) adalah merupakan sistem pelayanan yang diberikan kepada nasabah secara elektronik dengan menggunakan komputer untuk mengupayakan penyelesaian secara otomatis dari sebagian fungsi yang biasanya dilakukan oleh *teller*. ATM dapat menggantikan fungsi *teller* untuk melayani beberapa jenis transaksi perbankan. Untuk mengoperasikan ATM biasanya diperlukan peralatan berupa kartu plastik (*Plastic card*) dan kode pengenalan diri (*personal identification card*).¹

Beberapa jenis transaksi yang dapat dilakukan dengan menggunakan ATM antara lain:

- 1) Penarikan tunai.
- 2) Transfer antar rekening dalam bank yang sama atau bank yang berbeda.
- 3) Pembayaran tagihan (rekening listrik, telepon, air, pembelian pulsa HP, dan pembayaran tagihan kartu kredit).
- 4) Berbagai jenis transaksi perbankan lainnya.

Keuntungan yang diperoleh bank dengan adanya ATM antara lain:

¹ Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga keuangan lain*, 284.

- 1) *Fee* dari pemegang kartu ATM.
- 2) Menarik nasabah.²

Beberapa bank memberikan fasilitas debit atau kartu debit pada kartu ATM yang dimiliki nasabah. Fasilitas ini digunakan untuk transaksi pembelian barang atau jasa pada tempat-tempat tertentu yang mempunyai kerja sama dengan bank tersebut. Mekanisme yang dilakukan pada saat pembelian barang atau jasa adalah dengan cara mendebit rekening nasabah atau mengurangi saldo rekening tabungan nasabah pada saat yang sama menambah saldo rekening tabungan penjual. Penjual bekerjasama dengan pihak bank dikenal dengan *merchant*. *Merchant* mempunyai alat yang digunakan untuk memeriksa keabsahaan kartu tersebut baik kepemilikan maupun simpanan.³

b. Jenis mesin ATM

Mesin ATM dapat melakukan transaksi pengambilan tunai dan transaksi lainnya seperti *inquiry*, saldo rekening, pentransferan, penggantian PIN, pembelian dan pembayaran tagihan. Saat ini telah tersedia dan tersebar di seluruh Indonesia untuk melayani nasabah. ATM juga dapat melayani nasabah non- bank tersebut namun hanya dapat melakukan transaksi penarikan tunai dan *inquiry* saldo.

ATM Non tunai mesin ATM yang hanya dapat melakukan transaksi seluruh transaksi non tunai seperti *inquiry* saldo rekening, pentransferan,

² Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Kencana, 2011), 172

³ Ade Arthesa dan Edia Handiman, *Bank dan Lembaga Bukan Bank*, 259

penggantian PIN, pembelian, dan pembayaran tagihan dan tidak dapat melakukan transaksi pengambilan tunai. Saat ini tersedia di beberapa Kantor Cabang untuk melayani nasabah, untuk yang bukan merupakan nasabah ATM Non tunai hanya dapat melayani transaksi *inquiry* saldo. Secara fisik bentuk ATM Non tunai berbeda dengan ATM biasa, karena Non tunai tidak memiliki mesin seperti mesin ATM pada umumnya dan hanya berupa layar monitor dan papan ketik (*keyboard*) pada bagian layar. ATM setor tunai (CDM-Cash Deposite Machine) mesin ATM dapat menerima setoran tunai dan pengecekan saldo rekening, ATM setoran tunai tidak dapat melakukan transaksi pengambilan tunai, pen transferan, penggantian PIN, pembelian dan pembayaran tagihan. Saat ini tersedia di beberapa Kantor Cabang untuk melayani nasabah. Secara fisik ATM setoran tunai hampir sama dengan ATM biasa, namun pada sisi depan terdapat lubang / laci yang digunakan untuk meletakkan uang yang akan disetor. Untuk melakukan setoran tunai nasabah harus menggunakan kartu Bank Card dan nomor PIN yang sama dengan yang digunakan pada mesin ATM biasa. Tidak memerlukan aktifitas atau membuat nomor PIN baru untuk transaksi ini. Saldo rekening akan *Ter-update* secara *real time*.

Drive Thru mesin ATM dapat melakukan seluruh transaksi seperti halnya ATM biasa meliputi penarikan tunai, *inquiry* saldo, pen transferan, penggantian PIN, pembelian dan pembayaran tagihan. ATM Drive Thru memiliki keunikan dalam lokasi dan bentuk karena didesain khusus untuk dapat melayani nasabah tanpa harus turun dari mobil. Untuk nasabah non-

bank dapat melayani hanya untuk transaksi penarikan tunai dan *inquiry* saldo.⁴

c. Beberapa jaringan ATM.

Beberapa bentuk jaringan kerja ATM yang dilakukan oleh pengelola sebagai berikut:

1) *Offline*

Offline adalah bentuk ATM yang paling sederhana. Bank pengelola tidak perlu menyiapkan *software* yang rumit, bahkan tidak perlu melengkapinya dengan *mainframe*. Sistem ini memungkinkan nasabah mengambil uang tunai tanpa membaca *file* rekening yang bersangkutan. Sudah tentu cara ini sewaktu-waktu dapat merugikan bank karena nasabah dapat mengambil uang melebihi saldo rekening yang ada. Bentuk ini biasanya ditempuh oleh bank karena belum adanya jaringan komputer yang mendukung atau pun tujuan- tujuan tertentu.

2) *Stand Alone*

Stand alone lebih berkembang dari pada *offline*. ATM sudah dioperasikan dengan membaca *file* rekening nasabah bersangkutan. Dengan kata lain, perangkat ATM sudah dihubungkan dengan *mainframe* dalam sakal kecil (CPU/PC) yang menyimpan *file-file* rekening nasabah. Jadi, samping dapat menarik uang rekeningnya setiap saat, nasabah juga dapat melihat saldo akhir dar rekening tersebut. Namun, keberadaan ATM hanya sebatas dimanfaatkan oleh nasabah kantor cabang yang bersangkutan saja,

⁴ *Ibid.*, 287.

sedangkan nasabah kantor-kantor cabang lainnya tidak memungkinkan untuk memanfaatkannya karena belum dihubungkan secara *online*.

3) *Online*

Online adalah bentuk sistem ATM yang telah lebih maju karena masing-masing ATM berada dibawah pengeollaan satu unit *branch system* telah dihubungkan *online* satu dengan yang lainnya, sehingga nasabah-nasabah di semua cabang yang telah memiliki jaringan komputer dapat memanfaatkan ATM yang ada. Dengan sistem ini nasabah tidak terkait dengan satu ATM, melainkan mereka dapat memanfaatkan ATM yang terdekat dimana dia berada. Pelayanan ATM di Negara kitaini kelihatanya cenderung menerapkan sistem ini.

4) *ATM Sharing*

Yang dimaksud *ATM sharing* ialah sejumlah pengelola ATM *intergrated* membentuk satu jaringan dengan menggabungkan semua ATM yang mereka miliki. Keuntungannya sudah tentu nasabah lebih leluasa memanfaatkan ATM-ATM milik pengelola dan berarti mengurangi persaingan antara pelayanan ATM. Pelayanan *ATM sharing* umumnya dibeberapa lokasi untuk melayani nasabah. Untuk nasabah non-bank terkait dapat dilayani hanya untuk transaksi penarikan tunai dan *inquiry* saldo.⁵

d. Kartu plastik

Adalah benda berbentuk kartu yang berbahan dasar plastik serta digunakan untuk kebutuhan trasnsaski keuangan. Transaksi keuangan yang

⁵ Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga.*, 285.

dilakukan dengan menggunakan kartu plastik ini berbeda-beda sesuai dengan jenis kartu yang digunakan. Jenis kartu umum digunakan adalah *kartu kredit* dan *kartu ATM* yang juga berfungsi sebagai kartu debit.

Kartu plastik diterbitkan oleh lembaga keuangan terutama oleh perbankan. Saat ini sebagian besar perbankan telah mengeluarkan produk kartu plastik sebagai upaya memberikan kepuasan kepada nasabah. Kartu plastik yang dominan adalah jenis kartu untuk pengambilan uang tunai di *Automatic teller machine* (ATM) atau dikenal dengan kartu ATM. Kartu ATM ini diberikan kesetiap penabung yang ingin memiliki kartu untuk kemudahan melakukan transaksi keuangan. Fungsi kartu plastik bagi pemilik kartu adalah kemudahan dalam transaksi keuangan. Pada dasarnya kartu plastik mengurangi penggunaan uang tunai dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Hal ini dilakukan dengan alasan kemudahan serta keamanan.⁶

e. Pelayanan ATM.

Salah satu sarana yang memegang peranan penting dalam penggunaan kartu kredit adalah *Automatic teller machine* (ATM). ATM ini merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhan nasabah secara otomatis setiap saat selama 24 jam dari 7 hari dalam seminggu termasuk hari libur. Kemudian lokasi ATM tersebut diberbagai tempat-tempat strategis.⁷

Pelayanan yang diberikan ATM antara lain:

Penarikan uang tunai. Nasabah dapat menarik uang tunai diberbagai ATM yang memiliki hubungan dengan bank penerbit. Besarnya jumlah penarik

⁶ Ade Arthesa dan Edia Handiman, *Bank dan Lembaga Bukan Bank*,260

⁷ Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*,306

tergantung dari limit yang diberikan atau dari sisa saldo yang tersedia dalam ATM yang bersangkutan.

- 1) Dapat digunakan sebagai tempat untuk memesan buku cek dan gilyet giro
 - a) Dapat digunakan sebagai tempat untuk melihat atau cek saldo rekenin nasabah.
 - b) Dan pelayanan lainnya seperti pembayaran listik, telepon, dan pembayaran lainnya.
- 2) Sedangkan manfaat lain yang dapat diberikan oleh ATM di samping yang di atas adalah:
 - a) Praktis dan mudah dalam penggunaan mesin ATM.
 - b) Melayani keperluan nasabah 24 jam termasuk hari libur.
 - c) Menjamin keamanan dan *privacy*.
 - d) Kemungkinan mengambil uang tunai lebih dari 1 kali sehari.
 - e) Terdapat di berbagai tempat yang strategis.⁸

2. Kualitas Pelayanan.

a. Pengertian kualitas pelayanan

Menurut Supranto , kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sedangkan kualitas pelayanan menurut Gronroos adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang

⁸ Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), 207.

dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Ketika produk berwujud tidak dapat dengan mudah dibedakan, kunci utama keberhasilan kompetitifnya terletak pada penambahan nilai jasa pelayanan yang baik dan peningkatan kualitas produk. Perbedaan jasa pelayanan yang dapat dinikmati oleh konsumen ialah kemudahan pemesanan, pengiriman, instalasi atau pemasangan, pelatihan konsumen, konsultasi konsumen, dan perawatan dan perbaikan.

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan,⁹ definisi lain kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan.¹⁰ Kata pelayanan secara etimologis dalam kamus besar bahasa Indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain” pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Kualitas sering dianggap ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifik produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu pertanyaan tentang sikap, hubungan

⁹ Fandy Tjiptono, Strategi pemasaran, (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 1997), 51.

¹⁰ Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran jasa*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2006), 175.

yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil). Definisi lain tentang kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melebihi harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan kualitas yang ideal. Sebaliknya jasa yang diterima atau dirasakan lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Model pengukuran kepuasan nasabah.

b. Karakteristik kualitas pelayanan

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang menentukan kualitas atau tidaknya suatu pelayanan jasa. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Sejalan dengan pengertian tersebut, dapat dijabarkan karekteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut:

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan

sifatnya dengan barang jadi.

- 2) Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- 3) Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersama.

Karakteristik tersebut dapat diwujudkan sebagai dasar pemberian pelayanan terbaik bagi nasabah. Pengertian lebih luas disampaikan Daviddow dan Uttal bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan. Sedangkan pengertian pelayanan prima merupakan terjemahan dari istilah “*service excellent*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut sangat baik atau terbaik sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberian layanan, dalam konteks ini adalah bank.¹¹

c. Dimensi kualitas pelayanan

Salah satu hal yang dapat dijadikan sebagai acuan untuk memperoleh kepuasan dan loyalitas pelanggan ialah dengan cara meningkatkan kualitas layanan. Kualitas layanan dapat diukur dengan menggunakan 5 dimensi yang diusulkan oleh Parasuram, Zeithaml dan Berry (1998), yaitu:

- 1) *Tangibles*, mencakup fasilitas fisik, peralatan dan penampilan pegawai.
- 2) *Reliability*, mencakup kemampuan untuk melakukan layanan yang

¹¹ Ikatan Bankir Indonesia, “*Mengolala Kualitas Layanan perbankan*”, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014), 75.

sudah dijanjikan secara akurat.

- 3) *Responsiveness*, mengacu pada kemauan membantu pelanggan dan menyediakan layanan secara cepat dan mandiri.
- 4) *Assurance*, mencakup pengetahuan keamanan, ketersediaan uang dan mesin ATM yang dapat dipercaya yang dimiliki bank, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
- 5) *Empathy*, meliputi lokasi mesin ATM yang strategi dan terjangkau, jaringan mesin ATM tersebar luas sampai daerah, fitur-fitur sesuai dengan kebutuhan nasabah.¹²

3. Kepuasan

a. Pengertian kepuasan.

Kepuasan pelanggan akan sangat bergantung pada kinerja penawaran dibanding dengan harapannya. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Jika kinerja dibawah harapan pelanggan tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan sangat puas, senang atau bahagia.

Kepuasan nasabah adalah respon konsumen atau nasabah terhadap evaluasi (*dis-confirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja aktual produk yang dirasakan

¹² Dadang Munandar, " *Relationship Marketing Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing*", (Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), 84-85.

setelah pemakaiannya.¹³

b. Faktor- faktor kepuasan nasabah

Menunjukkan bahwa, pelanggan atau nasabah akan merasa puas, senang atau bahagia apabila memperoleh nilai hantaran bagi pelanggan yang tinggi. Kepuasan pelanggan akan menurun atau berkurang manakala pelanggan lebih banyak mengeluarkan biaya pelanggan total dari pada mendapatkan nilai pelanggan total. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan:

- 1) Nilai Produk dapat dievaluasi oleh nasabah melalui manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk tersebut dibandingkan dari produk bank lain.
- 2) Nilai Pelayanan bagi nasabah sangatlah penting mengingat jasa bank merupakan jasa profesionalisme, sistem *online*, tabungan dengan ATM merupakan upaya bank di dalam memberikan layanan yang cepat dan akurat.
- 3) Nilai Personil tidak dapat dipisahkan dari nilai pelayanan dan nilai produk. Personil atau karyawan bank merupakan “ asset tersembunyi” yang pemanfaatnya harus dimaksimalkan oleh bank.
- 4) Nilai Citra bank akan mudah dinilai oleh nasabah mengingat dalam kondisi pasar pembeli seperti ini saat ini, banyak pilihan bank dan membuat nasabah juga semakin cermat mencari informasi untuk memilih bank dengan reputasinya baik.¹⁴

¹³ M. Nur Rianto Al-arif, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*. 193.

¹⁴ Murti sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta,2011),

c. Metode pengukur kepuasan

Ada beberapa metode yang digunakan untuk mengukur atau memantau kepuasan konsumen. Tjiptono mengungkapkan terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu:

1) Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi dengan nasabah atau pelanggan (customer oriented) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan melalui kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat yang strategis, yang mudah dijangkau atau dilewati nasabah, menyediakan kartu komentar, menyediakan telepon khusus, dll.

2) Ghost shopping

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran kepuasan nasabah adalah dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli atau konsumen potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka (*ghost shopper*) melaporkan teman-temannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaingnya berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk tersebut.

3) *Lost customer analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya bisa mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan.

4) *Survey kepuasan nasabah.*

Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari nasabah dan sekaligus juga memberi tanda atau sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap nasabah. pengukuran kepuasan dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain:

a) *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung dengan pertanyaan dengan skala berikut: sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju.

b) *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasakan.

c) *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama masalah-masalah yang mereka hadapi yang berkaitan dengan penawaran perusahaan. Kedua, saran untuk

melakukan perbaikan.

d) Importance performance analysis

Dalam tehnik ini, responden diminta untuk meranking berbagai elemen atau atribut penawaran berdasarkan derajat setiap elemen tersebut. Selain itu, responden juga meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen atau atribut tersebut.²⁶

4. Loyalitas.

a. Pengertian loyalitas

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia Pengertian loyalitas adalah kepatuhan atau kesetiaan. Menyatakan bahwa loyalitas pelanggan (*costomer loyalty*) merupakan dorongan yang sangat penting untuk menciptakan penjualan. Loyalitas juga didefinisikan sebagai komitmen mendalam untuk membeli ulang atau mengulang pola prefensi produk atau layanan di masa yang akan datang, yang menyebabkan pembelian berulang merek yang sama atau suatu set merek yang sama, walaupun ada keterlibatan faktor situasional dan upaya-upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah merek. Membangun hubungan yang erat dengan pelanggan adalah mimpi semua pemasaran dan dalam hal ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Perusahaan yang membentuk ikatan pelanggan yang kuat harus memperhatikan sejumlah pertimbangan yang beragam.¹⁵

¹⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga, 2008), 153.

Paradigma kecocokan harapan berpendapat bahwa kesetiaan pelanggan (misalnya intensitas pembelian ulang kesediaan menyebarkan citra positif dari mulut kemulut) merupakan fungsi kepuasan pelanggan, dan fungsi perbandingan kognitif dari harapan dengan pengalaman aktual. Kepuasan atau ketidakpuasaan pelanggan merupakan pengalaman yang dipengaruhi oleh kualitas dan *value* yang dirasakan dari produk jasa, kualitas dan *value* merupakan pendorong utama untuk perilaku pelanggan. Berdasarkan pengalaman kepuasan yang dirasakan maka akan mendorong transaksi. Secara umum, diakui bahwa persepsi kualitas pelanggan didasarkan pada satu atau lebih atribut. Konsep pembentukan persepsi kualitas sebagai *value prediktif* dan *value confidence* atau atribut intristik atau ekstrinsik produk tersebut. *Value prediktif* didefinisikan sebagai tingkat nilai yang dipercaya yang berkaitan dengan indikator kualitas produk. *Value confidence* didefinisikan sebagai penilaian atas kinerja yang diyakini pelanggan yang dapat dipersepsikan secara akurat.¹⁶

Loyalitas nasabah merupakan kecenderungan nasabah untuk memilih organisasi atau perusahaan yang ditawarkan diatas alternatif tawaran organisasi atau perusahaan pesaing. Dengan loyalitas yang diperkuat dengan komitmen diantara perusahaan dan nasabah akan lebih meningkatkan hubungan yang lebih dekat dengan penjaminan pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah atau pelanggan.¹⁷

¹⁶ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 99

¹⁷ Sofyan Assuri, *Strategic Marketing*, (Jakarta : Rajawali Press, 2012), 14-15.

b. Karakteristik Loyalitas

Loyalitas pelanggan merupakan ukuran yang dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan perilaku pembelian yang konsisten. Berikut adalah karakteristik dari loyalitas konsumen:

- 1) Melakukan pembelian secara teratur atau pembelian ulang. pelanggan yang telah melakukan pembelian suatu produk atau jasa sebanyak dua kali atau lebih.
- 2) Membeli di luar lini produk atau jasa (pembelian antar lini produk). Membeli semua barang atau jasa yang ditawarkan dan mereka butuhkan. Mereka membeli secara teratur, hubungan dengan jenis pelanggan ini sudah kuat dan berlangsung lama serta membuat mereka tidak terpengaruh oleh produk pesaing.
- 3) Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Membeli barang atau jasa yang ditawarkan dan yang mereka butuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur. Selain itu, mereka mendorong orang lain agar membeli barang atau jasa perusahaan tersebut. Secara tidak langsung, mereka telah melakukan pemasaran untuk perusahaan dan membawa konsumen kepada perusahaan.
- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk atau jasa sejenis, atau dengan kata lain tidak mudah terpengaruh oleh tarikan pesaing.¹⁸

¹⁸ Sutisna, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, (Bandung, Remaja Rosdakarya:2003),97.

c. Faktor yang mempengaruhi loyalitas

Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh lima faktor, yaitu :

- 1) Kepuasan (*Satisfaction*). Kepuasan pelanggan merupakan pengukuran antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima atau yang dirasakan.
- 2) Ikatan emosi (*Emotional bonding*). Konsumen dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumen dapat diidentifikasi dalam sebuah merek, karena sebuah merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen tersebut. Ikatan yang tercipta dari sebuah merek ialah ketika konsumen merasakan ikatan yang kuat dengan konsumen lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama.
- 3) Kepercayaan (*Trust*). Kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.
- 4) Kemudahan (*Choice reduction and habit*). Konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah kualitas produk dan merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas konsumen seperti pembelian produk secara teratur dapat didasari pada akumulasi pengalaman setiap saat.
- 5) Pengalaman dengan perusahaan (*History with company*). Sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka akan mengulangi

perilaku pada perusahaan tersebut.¹⁹

5. Pengaruh kualitas layanan ATM terhadap loyalitas.

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami tanggapan yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Hygid Starini menyatakan bahwa kualitas pelayanan tent berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Parasuman *et al* menemukan hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan keinginan untuk merekomendasi kepada orang lain. Unsur loyalitas lain yang adalah adanya dukungan terhadap produk atau layanan yang diwujudkan dalam komunikasi pengalaman positif seseorang. Cronin dan Talylor menambahkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli kembali konsumen dan minat merekomendasi perusahaan orang lain. Kualitas pelayanan akan memelihara loyalitas menurut Zeinhaml *et al.*,. Ketika konsumen menerima kualitas pelayanan yang lebih baik dari uang yang dikeluarkan mereka percaya menerima nilai baik (*good value*), dimana hal ini akan meningkatkan loyalitas kepada penyedia jasa.²⁰

¹⁹ Vanessa Gaffar, *Manajemen Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 240.

²⁰ Rully Indriastuti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Karanganyar”, *Jurnal Ekonomi Kewirausahaan* Vol. 10, No.2

Selanjutnya Griffin mengemukakan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal antara lain:

- a. Dapat mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik pelanggan yang baru lebih mahal).
- b. Dapat mengurangi biaya transaksi .
- c. Dapat mengurangi biaya turn over konsumen (karena penggantian konsumen yang lebih sedikit).
- d. Dapat meningkatkan penjualan silang, yang akan memperbesar pasar perusahaan.
- e. Mendorong *word of mouth* yang lebih positif, dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas.
- f. Dapat mengurangi biaya kegagalan (seperti biaya penggantian, dll).²¹

6. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas.

Menurut Ishak , manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank, serta untuk tetap menjadi nasabah dari bank tersebut. Terciptanya loyalitas pelanggan merupakan hasil dari kepuasan konsumen, dimana konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikannya kepada rekan, sahabat dan keluarga. Keduanya saling berkesinambungan, menurut Aryani dan Febrina kepuasan konsumen merupakan kunci dalam

(Oktober 2010), 164-173

²¹ Ratih Hurriyati, "Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen", (Bandung: Alfabeta, 2015), 128-129.

menciptakan loyalitas pelanggan.²²

7. Pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasan terhadap loyalitas

Blomer *et.al* dan Blomer dan Ruyter, menjelaskan bahwa kepuasan sering kali dipandang sebagai dasar munculnya loyalitas. Kepuasan ternyata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, seorang nasabah bank akan merasa puas setelah melakukan transaksi dan telah merasakan kualitas pelayanan melalui bank dan akan menimbulkan keinginan untuk menggunakan pelayanan tersebut dikemudian hari.

Penelitian yang dilakukan LeBlanc dan Nguyen membuktikan adanya signifikan antara kepuasan dengan loyalitas. Kotler dan Keller mendefinisikan kualitas pelayanan adalah totalitas dari fitur dan karakteristik suatu produk atau jasa yang memuat kemampuan untuk memebrikan kepuasan terhadap kebutuhan yang ada baik secara implisit atau eksplisit, kualitas pelayanan atau produk akan berpengaruh pada kepuasan, loyalitas dan profitabilitas perusahaan.²³

B. Penelitian Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka ini penulis mengemukakan hasil penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian yang akan penulis lakukan, diantaranya:

Skripsi yang ditulis oleh Tri Yulianto tahun 2015 Sekolah Tinggi Agama Islam Padangsidempuan yang berjudul “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan*

²² *Ibid.*, 134.

²³ *Ibid.*, 134.

Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI)”, Variabel X_1 = Kualitas pelayanan *Assurance, Tangible, Reliability, Responsive, emphat*, X_2 =Kepercayaan Y =Kepuasan nasabah, alat analisa Regresi ganda, hasil menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh.²⁴

Skripsi yang ditulis oleh Sofyan Arif tahun 2012, Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Padangsidimpuan yang berjudul “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengolahan ATM Pada PT. SSI Terhadap Kepuasan Nasabah pada BNI Pasuruan*”. Variabel X_1 menunjukkan bahwa variabel *assurance*, X_2 *reliability*, X_3 *responsiveness*, X_4 *tangible*, X_5 secara individual (parsial), dan Y pengguna ATM BNI. Dengan metode analisa Regresi ganda, hasil menunjukkan Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel *assurance, reliability, responsiveness, tangible*, individual (parsial) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah ATM BNI.²⁵

Dalam kedua skripsi sama-sama membahas mengenai kualitas pelayanan ATM dan juga metode analisis yang digunakan. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel dependennya kalau kedua skripsi membahas tentang kepuasan namun pada skripsi ini membahas dua variabel dependen yaitu kepuasan dan loyalitas nasabah.

Skripsi yang ditulis oleh Syaipulla tahun 2011, Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Padangsidimpuan yang berjudul “ *Pengaruh Kemanfaatan Kartu*

²⁴ Tri Yulianto, “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI)*”, skripsi (Psp : Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Padangsidimpuan, 2012).

²⁵ Sofyan Arif, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengolahan ATM Pada PT. SSI Terhadap Kepuasan Nasabah pada BNI Pasuruan*”, skripsi (Psp: Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Padangsidimpuan, 2012).

ATM terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Pekan Baru”, Variabel X₁ Penarikan tunai, X₂ Setoran tunai, X₃ Pembelian, X₄ Transfer dana, X₅ pembayaran, X₆ pembelanjaan, Y= Kepuasan Nasabah, alat analisa regresi ganda, hasil menunjukkan bahwa variabel penarikan tunai, setoran tunai, pembelian, transfer dana, pembelanjaan, pembayaran berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.²⁶

Kalau pada skripsi ini sama-sama membahas tentang kepuasan sebagai variabel dependennya namun pada skripsi ini ditambahi loyalitas sebagai variabel dependennya. Sedangkan perbedaannya antara variabel independennya membahas tentang kemanfaatan ATM dan pada skripsi ini membahas mengenai kualitas layanan ATM.

Skripsi yang ditulis Dewi Rosa Indah tahun 2011 Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Padangsidempuan yang berjudul, “ *Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI’46 Cabang Langsa*”, Variabel X₁ Pengaruh E- Banking, X₂ Kualitas Layanan, Y Loyalitas alat analisa linier regresi berganda dan hasilnya penelitian bahwa semua variabel berpengaruh terhadap loyalitas.²⁷

Skripsi yang ditulis Sutrisni tahun 2010 Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Padangsidempuan yang berjudul, “ *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Desain Produk Harga dan Kepercayaan Terhadap*

²⁶ Syaipulla , “ *Pengaruh Kemanfaatan Kartu ATM terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Pekan Baru*”, Skripsi (Psp : Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Padangsidempuan, 2011).

²⁷ Dewi Rosa Indah , “ *Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI’46 Cabang Langsa*”, Skripsi (Psp : Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Padangsidempuan, 2011).

Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam”, Variabel X_1 Kualitas Produk, X_2 Kualitas Layanan, X_3 Desain Produk, X_4 Harga, X_5 Kepercayaan, Y Loyalitas Pelanggan, alat analisa linier regresi berganda dan hasil penelitian bahwa semua variabel berpengaruh pada loyalitas.²⁸

Persamaannya dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang kualitas layanan dan metode analisis yang digunakan sama. Perbedaannya terdapat pada variabel dependennya.

Skripsi yang ditulis Aris Irnanda tahun 2011, Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Padangsidempuan yang berjudul, “*Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Padangsidempuan)*”, Variabel *assurance, reliability, responsiveness, tangible*. X kualitas Pelayanan Y loyalitas nasabah Z Kepuasan nasabah. Alat analisis jalur, dan hasil penelitian bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh kepada kepuasan, kualitas layanan berpengaruh pada loyalitas.²⁹

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan. Perbedaannya metode analisis berbeda dan terdapat satu variabel dependennya.

Skripsi yang ditulis oleh Victor Salay tahun 2008, Sekolah Tinggi Ilmu

²⁸ Sutrisni, “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Desain Produk Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*”, Skripsi (Psp : Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Padangsidempuan, 2010).

²⁹ Aris Irnanda, “*Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Padangsidempuan)*”, Skripsi (Psp : Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Padangsidempuan, 2011).

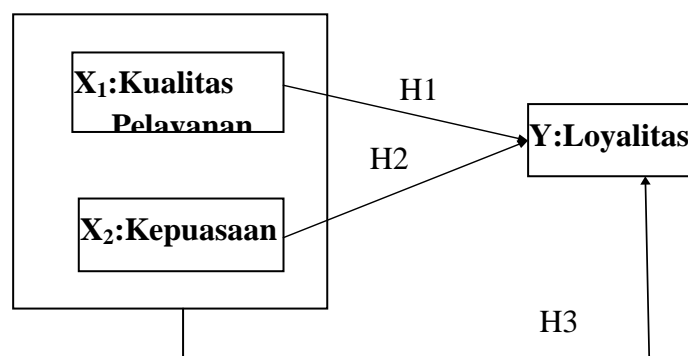
Agama Islam Padangsidempuan yang berjudul, “ *Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah BRI Cabang Padangsidempuan*”, Variabel X_1 Kualitas Layanan, X_2 Penanganan Komplain, Y_1 Kepuasan, Y_2 Loyalitas. Alat Regresi sederhana, dan hasil bahwa semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas.³⁰

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan, metode analisis sama dan variabel independennya sama. Perbedaannya variabel dependennya satu pada penelitian ini

C. Kerangka Berfikir.

Penelitian ini mencoba untuk mengkaji hubungan pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah BRI Ponorogo. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini akan dijelaskan pada gambar dibawah ini:

Gambar 2.1. Kerangka berfikir.



³⁰ Victor Salay, “ *Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah BRI Cabang Padangsidempuan*”, skripsi (Psp: Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam Padangsidempuan, 2008).

Keterangan:

X1= Kualitas Pelayanan

X2= Kepuasan.

Y = Loyalitas.

Gambar tersebut menunjukkan variabel pengaruh adanya kualitas pelayanan (ATM) *Automatic teller machine* dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Muamlat.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis berasal dari kata “*hypo*” yang berarti “di bawah” dan “*thesa*” yang berarti “kebenaran”. Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka.³¹ Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik.³²

1. Dewi Rosa Indah (2011) dan Aris Irnanda (2011) menyatakan bahwa pelayanan kualitas berpengaruh pada loyalitas. Sementara itu menurut Penelitian yang dilakukan oleh Sutrisni (2010) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tent berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

³¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2012), 63.

³² Sugiono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 64.

pelanggan. Parasuman *et al* (1998) menemukan hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan keinginan untuk merekomendasi kepada orang lain. Unsur loyalitas lain yang adalah adanya dukungan terhadap produk atau layanan yang diwujudkan dalam komunikasi pengalaman positif seseorang. $H_1 =$ pengaruh kualitas pelayanan ATM berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

2. Syaipulla tahun (2011) menyatakan bahwasanya kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sementara itu menurut Ishak, manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank, serta untuk tetap menjadi nasabah dari bank tersebut. Terciptanya loyalitas pelanggan merupakan hasil dari kepuasan konsumen, dimana konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikannya kepada rekan, sahabat dan keluarga. Keduanya saling berkesinambungan, menurut Aryani dan Febrina kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. $H_2 =$ Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

3. Victor Salay tahun (2008) menyatakan hasil bahwa semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas. Sementara itu menurut Blomer *et.al* dan Blomer dan Ruyter, menjelaskan bahwa kepuasan sering kali dipandang sebagai dasar munculnya loyalitas. Kepuasan ternyata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, seorang nasabah bank akan merasa puas setelah melakukan

transaksi dan telah merasakan kualitas pelayanan melalui bank dan akan menimbulkan keinginan untuk menggunakan pelayanan tersebut dikemudian hari. Penelitian yang dilakukan LeBlanc dan Nguyen membuktikan adanya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan antara kepuasan dengan loyalitas. H_3 = Pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Adapun lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis mengambil lokasi di Padangsidempuan, Jln.Baginda Oloan / Gatot Subroto No.8.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 3 bulan, yakni Maret 2019 sampai Mei 2019.

B. Jenis Penelitian

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Dikatakan data primer, karena dalam penelitian ini data yang dibutuhkan yakni respon terhadap kualitas layanan ATM terhadap kepuasan dan loyalitas, sehingga peneliti harus melakukan pengumpulan sendiri berdasarkan kebutuhan peneliti.⁵³ dalam penelitian ini data primer diperoleh dari nasabah PT Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan, Tbk yang menjadi sampel dalam penelitian ini selanjutnya disebut responden.

⁵³ Dadang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi : Alat Statistik dan Analisis Output Komputer*, (Yogyakarta : CAPS, 2011), 22

C. Populasi dan Sampel

1). Populasi

Populasi adalah seluruh obyek penelitian atau disebut juga universe. Menurut Nawawi populasi adalah keseluruhan subyek yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi sebagai sumber. Populasi dirumuskan sebagai semua anggota kelompok orang kejadian atau obyek yang telah dirumuskan secara jelas. Atau kelompok lebih besar dari sasaran generalisasi.⁵⁴ Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 3.345 bulan november 2017 nasabah pengguna ATM PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan.⁵⁵

2). Sampel

Merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau, sampel dapat didefinisikan sebagai sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.⁵⁶ Instrumen penelitian alat bantu yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner (angket) merupakan serangkaian pertanyaan yang disusun secara

⁵⁴ Tukiran Taniredja dan Hidayat Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 33

⁵⁵ Gatot, *Hasil Wawancara*, 03 Januari 2018.

⁵⁶ Martono, *Metode Penelitian*, 74.

sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden.⁵⁷ dalam hal ini responden atau nasabah pengguna ATM PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan.

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling pada dasarnya dibagi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *probability sampling* menurut Sugiyono teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan cara pengambilan sampel dengan *simple random sampling* menurut Sugiyono pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.⁵⁸

Ukuran sampel yang digunakan untuk menghitung anggota berdasarkan rumus slovin yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{3,345}{1 + (3,345 \times 0,05)} \\ &= 0,348 \end{aligned}$$

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

e = Standar error atau persen kelonggaran ketidak teliti karena kesalahan

⁵⁷ Suharsimi Arikunto, *Manajemen penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Citra, 2016), 102.

⁵⁸ *Ibid*, 75.

pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diingkan sebesar 0.05.

Disebabkan karena tidak tersedianya waktu, dana, tempat dan tenaga terbatas, mungkin saja peneliti terpaksa membatasi jumlah subjek penelitian yang diambil yakni melaksanakan sampel, yaitu menggunakan sebagian dari populasi sebagai obyek penelitian.⁵⁹ Sehingga dalam penelitian diambil sampel 30 responden. Dikarenakan ukuran sampel lebih dari 3,345 jika sampel dipecah dalam subsampel pria atau wanita, junior atau senior, dan lain- lainnya. ukuran sampel minimum untuk tiap kategori adalah tepat.⁶⁰

D. Instrumen Pengumpulan Data

1). Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi dengan jalan mengajukan pertanyaan tertulis.⁶¹ Teknik ini digunakan untuk pengambilan data mengenai pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan. Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert yang artinya skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.⁶²

⁵⁹ *Ibid.*, 94.

⁶⁰ *Ibid.*, 102.

⁶¹ Dudung Abdurahman, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2003), 45.

⁶² Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 50.

2). Dokumentasi

Dokumentasi ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa latar belakang Bank Muamlat, berapa ATM yang tersedia, jumlah nasabah pengguna ATM Bank Muamlat.

3). Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

E. Analisis Data

Setelah peneliti menyusun uji kuesioner secara kuantitatif dapat dilakukan melalui uji validitas (kesahihan) dan reliabilitas (kehandalan). Peneliti perlu memeriksa keabsahan data secara cermat sesuai dengan teknik-teknik yang dibahas.

1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan.⁶³ Pengujiannya bisa dilakukan secara manual atau dengan komputer, penelitian ini menggunakan alat analisis dengan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 24, selanjutnya dilihat nilai signifikannya pada masing-masing korelasi. Jika nilai

⁶³Husein Umar, *Op. Cit.*, hlm. 166.

alfaberada di bawah nilai yang dipersyaratkan maka instrumen pertanyaan tidak valid begitu juga sebaliknya.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian alat pengumpulan data yang kedua adalah reliabilitas instrumen. Suatu instrumen pengukuran dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten (cermat) dan akurat. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama (homogen) diperoleh hasil yang relatif sama selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach alpha* > 0.7 dan apabila nilai $(r_{11}) < 0,7$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel, dapat diuji SPSS 23.⁶⁴

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar.

⁶⁴Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23* (Semarang: Undip, 2016), hlm. 48.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan linear atau tidak secara signifikan. Pengujian linearitas melalui SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikan kurang dari 0,05.⁶⁵ Uji linearitas merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi jika hendak melakukan perhitungan regresi linear sederhana atau berganda antara variabel yang diteliti.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji *multikolinearitas*

Uji Multikolinearitas berarti adanya hubungan yang sempurna di antara semua variabel yang menjelaskan garis regresi. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*.

b. Uji *Heteroskedastisitas*

Uji heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidak samaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak *random* (acak). Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pancar *residual* membentuk pola tertentu.⁶⁶

⁶⁵*Ibid.*, hlm. 36.

⁶⁶Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 154.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah Persamaan regresi yang baik adalah tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai untuk memprediksi. Dilakukan ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika $dU < DW < 4-dU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 2) Jika $DW < dU$ atau $DW > 4-dL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.

Jika $dL < DW < dU$ atau $4-dU < DW < 4-dL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.⁶⁷

6. Analisa Hipotesis

a) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinan dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Ketentuannya adalah jika R^2 sama dengan nol maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel dependen. Sebaliknya jika R^2 sama dengan satu, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah

⁶⁷Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga), 2009, hlm. 196.

sempurna.⁶⁸

b) Uji Parsial (uji t)

Uji t ini digunakan untuk mencari hubungan antar variabel yang dapat dilakukan dengan menghitung korelasi antar variabel.⁶⁹ Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen.⁷⁰

c) Uji Simultan (uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.⁷¹ Dimana kriteria pengujiannya yaitu: H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ sedangkan H_0 ditolak, H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$.

7. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel

⁶⁸Dwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm.79.

⁶⁹Dwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm.144.

⁷⁰Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 70.

⁷¹*Ibid.*, hlm.244.

independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio⁷².

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Nasabah

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Kepuasan

a = Konstanta, perpotongan garis pada sumbu X

b₁b₂ = Koefisien Regresi

⁷² Sugiyono, *Op., Cit.*, hlm.275

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan, Tbk

1. Sejarah Singkat Bank PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan

Sejarah Singkat Bank PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, Didirikan pada tahun 1412H atau tahun 1991 diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah Indonesia. Dan melalui kegiatan operasinya pada tanggal 27 syawal 1412H atau tanggal 1 Mei 1992, dengan dukungan eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim Se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari dokumen pendirian sahan perseroan senilai Rp. 84 Milyar pada saat penandatanganan akta Pendirian perseroan. Selanjutnya pada acara silaturahmi pendirian di Istana Bogor diperoleh tambahan komitmen dan masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp. 106 Milyar.

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi perseroan sebagai Bank Syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan. Pada akhir tahun 90an, Indonesia silanda krisis moneter yang memporak porandakan sebagian besar

perekonomian Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit Macet disekmen korporasi, Bank Muamalatpun terimbas dampak krisis. Di tahun 1998 rasio pembayaran macet (NPF) mencapai lebih dari 60%, perseroan mencatat rugi sebesar Rp. 105 Milyar. Ekuitas mencapai titik terendah, yaitu Rp. 39,3 Milyar, kurang sepertiga modal setor awal.

Pada akhir tahun 90an. Indonesia dilanda krisis moneter yang memporakporandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank Muamalat pun terimbas pengaruh krisis. Di tahun 1998, rasio pembiayaan macet (NPF) mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat rugi sebesar Rp. 105 miliar. Ekuitas mencapai titik terendah, yaitu RP. 39,3 miliar, kurang dari sepertiga modal setor awal.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, BankMuamalat mencari pemodal yang potensial dan ditanggapi secara positif oleh Islamic Development Bank (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada RUPS tanggal 1 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat oleh karenanya kurun waktu antara tahun 1999 dan 2002 merupakan masa – masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat. Dalam kurun waktu tersebut Bank Muamalat berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba berkat upaya dan dedikasi setiap kru Muamalat. Ditunjang oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat serta ketaatan terhadap pelaksanaan perbankan syariah secara murni.

Melalui masa – masa yang sulit ini Bank Muamalat berhasil bangkit dari keterpurukan. Diawali dari pengangkatan kepengurusan baru dimana seluruh anggota direksi diangkat dalam tubuh Muamalat, Bank Muamalat kemudian menggelar rencana kerja lima tahun dengan penekanan pada (i) Resturiksasi asset dan program efisiensi (ii) tidak mengandalkan setoran modal tambahan (iii) tidak melakukan PHK satupun terhadap sumber daya insani yang ada dan dalam pemangkasan biaya, tidak memotong hak kru Muamalat sedikitpun (iv) Pemulihan kepercayaan dan rasa percaya diri kru Muamalat menjadi prioritas utama ditahun pertama kepengurusan direksi baru (v) Peletakkan landasan usaha baru dengan menegakkan disiplin kerja Muamalat sebagai agenda utama ditahun kedua dan (vi) Pembangunan tonggak – tonggak usaha dengan menciptakan serta menumbuhkan peluang usaha menjadi sasaran bank Muamalat pada tahun ketiga dan seterusnya yang akhirnya membawa bank kota dengan rahmat Allah Rabbul Izzati ke era pertumbuhan baru memasuki tahun 2005 dan seterusnya.⁶¹

2. Visi dan Misi

a. Visi

“Menjadi bank syariaah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dan dikagumi di pasar rasional”

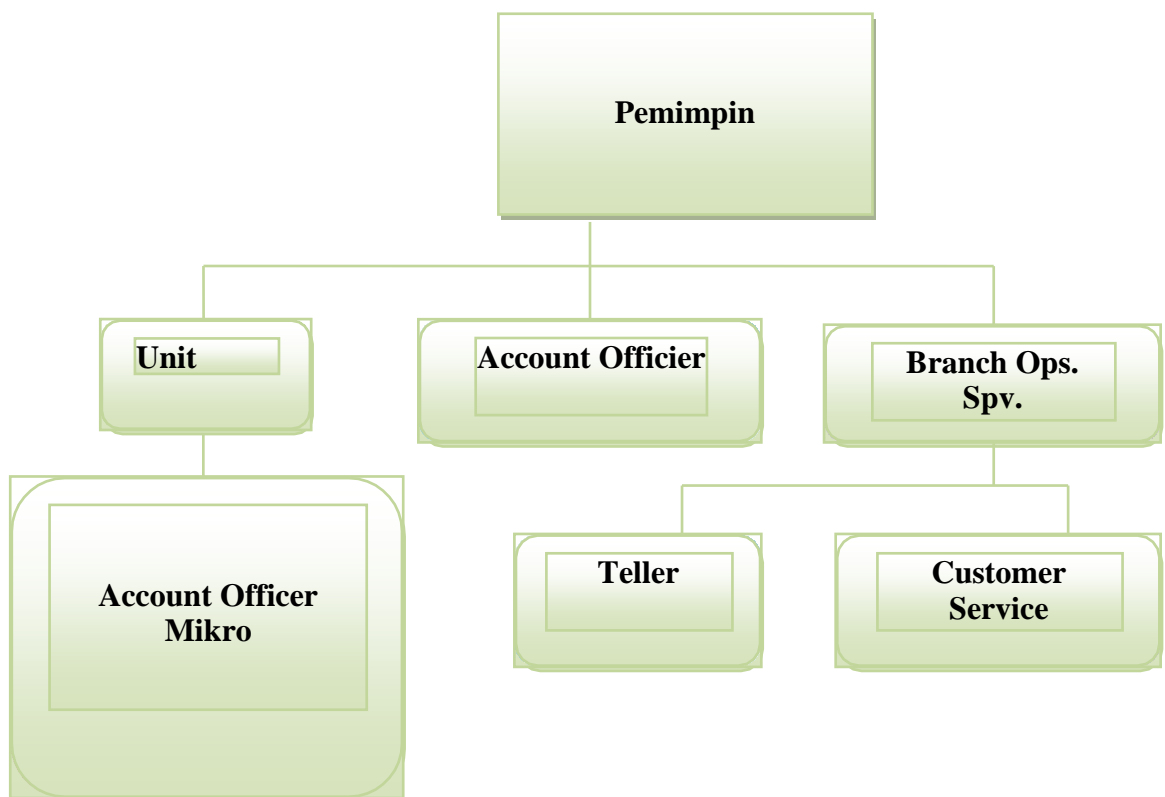
b. Misi

“Menjadi Model Lembaga Keuangan Syariah dunia, dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi

investasi yang inovatif yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.¹

B. Struktur Organisasi Bank PT. Bank Muamalat Tbk Padangsidempuan

Gambar 3.1
Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan Tbk



a. Tugas Pemimpin Cabang Pembantu:

Penanggung jawab seluruh divisi di seluruh PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

b. Tugas Account Officer :

⁶¹ Ibid., 10

Pemasaran produk perbankan terutama pada produk pembiayaan konsumtif.

c. Tugas Account Officer Mikro:

Melayani nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa pembiayaan.

d. Tugas *Teller* :

- 1) Melayani nasabah untuk transaksi setor dan penarikan tunai dan non tunai serta transaksi lainnya sesuai aturan.
- 2) Memberikan dukungan kepada Supervisor Branch Operation, Operation Manager, Pimpinan Cabang, berupa:
 - a) Memproses layanan operasi baik tunai maupun non tunai yang dilakukan nasabah di *teller*, dengan akurat dan tepat waktu secara konsisten.
 - b) Sebagai nara sumber dalam layanan operasi tunai dan non tunai sesuai kewenangan dan tanggungjawabnya.
 - c) Menjadi bagian dari tim operation yang solid, dapat bekerja sama dan berkomunikasi secara efektif.

e. Tugas *Customer Service* :

- 1) Memberikan informasi baik produk maupun layanannya yang dibutuhkan oleh nasabah atau calon nasabah.
- 2) Melayani nasabah dalam pembukaan dan penutupan rekening serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.
- 3) Memberikan dukungan kepada *Supervisor Branch Operation, Manager,*

Pimpinan Cabang, berupa: Memproses layanan operasi pembukaan dan penutupan rekening, serta transaksi lainnya yang dilakukan nasabah di customer service, dengan akurat, sopan, ramah dan tepat waktu secara konsisten

- 4) Sebagai nara sumber dalam layanan operasi dan produk Bank sesuai dengan kewenangan dan tanggung jawabnya.
- f. Menjadi bagian dari tim operation yang solid, dapat bekerjasama dan berkomunikasi efektif.
- g. Tugas *Branch Operasional Supervisor* :
- 1) Mengkoordinasi pelaksanaan operasional Bank di Kantor Cabang/ Cabang Pembantu dengan cara memberikan layanan operasional Bank yang akurat dan tepat waktu, sehingga seluruh transaksi dari nasabah dapat ditandatangani dan diselesaikan secara *excellent*.
 - 2) Memberikan dukungan kepada Pimpinan Cabang, serta seluruh jajaran bisnis dan support di Cabang, berupa:
 - a) Menyediakan layanan operasi kas, pembukaan/ penutupan rekening, transfer, RTGS, pencairan pembiayaan yang akurat dan tepat waktu secara konsisten.
 - b) Melaksanakan layanan Operasi lainnya yang dilakukan di Kantor Cabang/ Cabang Pembantu sehingga tidak terdapat *open item* dalam jangka waktu lama.
 - c) Sebagai narasumber dalam layanan operasi Kantor Cabang/ Cabang Pembantu baik internal Bank maupun dengan jaringan Bank eksternal

lainnya.

- d) Membangun *team work* dan komunikasi yang efektif di Kantor Cabang/
Cabang Pembantu.²

Selama observasi yang dilakukan pada saat melakukan kegiatan bahwa bentuk dan keadaan fisik PT Bank Muamlat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidempuan yang dibangun dengan permanen dan memiliki fasilitas yang lengkap. Memiliki fasilitas tempat parkir dan bangunan gedung. Adapun perincian jumlah bangunan gedung sebagai berikut :

1. Ruang pimpinan	1
2. Ruang teller	1
3. Ruang rapat	1
4. Ruang tunggu nasabah	1
5. Ruang operational	1
6. Ruang AO dan AOM	1
7. Pantry	1
8. Mushola	1
9. Toilet	2

Dan adapun prasarana yang terdapat di Bank Bank Muamlat KCP Ponorogo adalah sebagai berikut :

a. Komputer	7
b. Printer	4

⁶³ Hasil Wawancara dengan Bu Noviana Putri N, pada tanggal 2 Oktober 2017, pukul 13.30

c. Scaner	2
d. AC	3
e. Telepon	6
f. Brankas	2
g. Ruang mesin ATM	1
h. Meja kerja	12
i. Kursi kerja	16
j. Kursi nasabah	10
k. Papan produktivitas	1
l. Papan informasi	3
m. Peta lingkup kerja	1
n. Jam dinding	3
o. X-banner	2
p. Lemari besi	5
q. Rak arsip	1 ³

³ Hasil Wawancara dengan Bapak Yanto, pada tanggal 4 Februari 2018, pukul 13.45

C. Hasil Analisis Data Penelitian

Untuk menguji data penelitian, dilakukan pengujian secara kuantitatif dengan menghitung data yang diperoleh dari responden yang dijadikan sebagai sampel. Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik dengan bantuan data primer dan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23. Adapun hasil penelitian dari peneliti sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan untuk menguji 18 butir pernyataan untuk pengaruh kualitas pelayanan ATM, 6 butir untuk pengaruh kepuasan dan 4 butir pernyataan tentang loyalitas nasabah. Hasil dari penelitian yaitu :

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (Variabel X¹)

No. Item soal	Nilai R _{hitung}	Nilai r _{tabel}	Keterangan
1.	0,656	Instrumen valid jika r _{hitung} > r _{tabel} dengan n = 30. Pada taraf signifikan 0,05% sehingga diperoleh r _{tabel} = 0,198	Valid
2.	0,705		Valid
3.	0,526		Valid
4.	0,585		Valid
5.	0,530		Valid
6.	0,537		Valid
7.	0,556		Valid
8.	0,593		Valid

9.	0,540		Valid
10.	0,559		Valid
11.	0,487		Valid
12.	0,434		Valid
13.	0,499		Valid
14.	0,538		Valid
15.	0,470		Valid
16.	0,663		Valid
17.	0,800		Valid
18.	0,476		Valid

Sumber : Data diolah dari hasil SPSS versi 23

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai kriteria *valid* untuk semua item pertanyaan dengan nilai koefisien korelasi atau r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} .

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas Kepuasan (Variabel X²)

No. Item soal	Nilai R_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1.	0,605	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n =$ pada taraf signifikan 0,05% sehingga di peroleh $r_{tabel} = 0,198$	Valid
2.	0,458		Valid
3.	0,645		Valid
4.	0,529		Valid
5.	0,737		Valid
6.	0,420		Valid

Sumber: Data diolah dari SPSS Versi 23.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai kriteria *valid* untuk semua item pertanyaan dengan nilai koefisien korelasi atau r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} . Dikatakan *valid* apabila setiap item mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pertanyaan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Loyalitas (Variabel Y)

No. Item soal	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
1.	0,730	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n =$ pada taraf signifikan 0,05% sehingga di peroleh $r_{tabel} = 0,198$	Valid
2.	0,529		Valid
3.	0,617		Valid
4.	0,406		Valid

Sumber: Data diolah dari SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai kriteria *valid* untuk semua item pertanyaan dengan nilai koefisien korelasi atau r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel}

Berdasarkan hasil pengujian diatas, maka dapat disimpulkan untuk setiap variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas nasabah mempunyai kriteria *valid* untuk semua item pertanyaan dengan nilai koefisien korelasi lebih besar dari pada nilai r_{tabel} yaitu 0,198. Dikatakan *valid* apabila setiap item mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pertanyaan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Satu data dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 tabel menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan ATM

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.750	19

Sumber: Data diolah dari SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's Alpha* > 0,60. dari hasil uji realibilitas variabel kualitas pelayanan ATM menunjukkan bahwa item variabel pengaruh kualitas pelayanan ATM adalah reliabel dengan nilai *cronbach's Alpha* 0,750 > 0,60.

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.759	7

Sumber: Data diolah dari SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's Alpha* > 0,60. dari hasil uji realibilitas variabel kepuasan menunjukkan

bahwa item variabel kepuasan adalah reliabel dengan nilai *cronbach's Alpha* $0,759 > 0,60$.

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.772	5

Sumber: Data diolah dari SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's Alpha* $> 0,60$. dari hasil uji realibilitas variabel loyalias nasabah menunjukkan bahwa item variabel loyalitas nasabah adalah reliabel dengan nilai *cronbach's Alpha* $0,772 > 0,60$.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang diteliti berdistribusi normal ataupun tidak berdistribusi normal. Pada Penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan metode uji *Kolmogorov smirnov*

Tabel 3.7
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.30827906
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.044
	Negative	-.073
Test Statistic		.695
Asymp. Sig. (2-tailed)		.719

Sumber : Data diolah darii hasil SPSS Versi 23.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai yang signifikan yaitu 0,30 yang berarti lebih besar dari 0,05 ($0,30 > 0,05$). Dengan demikian residual data telah terdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

4. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

Tabel 3.8
Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan ATM dan Loyalitas Nasabah

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kualitas_Pelayanan_ Between (Combined)	10.106	18	.561	5.942	.000
ATM * Groups					
Linearity	8.356	1	8.356	88.432	.000
Loyalitas_Nasabah					
Deviation from Linearity	1.750	17	.103	1.089	.381
Within Groups	6.803	72	.094		
Total	16.909	90			

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui jika nilai signifikansi pada *Linearity* sebesar $0,381 > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa antara variabel kualitas pelayanan ATM dan loyalitas nasabah terdapat hubungan yang linier.

Tabel 3.9
Hasil Uji Linieritas Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan_Nasabah * Loyalitas_Nasabah	121.274	16	.431	3.942	.152
Between Groups					
Linearity	21.326	1	9.354	8.132	.255
Deviation from Linearity	31.750	14	.103	1.027	.231
Within Groups	26.343	42	1.036		
Total	115.409	90			

Sumber : Data diolah dari SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui jika nilai signifikansi pada *Linearity* sebesar $0,231 > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa antara variabel kualitas kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah terdapat hubungan yang linier.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikoleniaris

Tabel 4.0
Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,592	1,236		2,097	,039		
TOTKP	,275	,046	,653	5,959	,000	,421	2,374
TOTK	,090	,125	,079	,717	,475	,421	2,374

Sumber: Data diolah dari SPSS Versi 23

Dari hasil output diatas menunjukkan bahwa variable KP (kualitas pelayanan) dan KN (kepuasan nasabah) bernilai VIF 2,374 yang berarti bahwa semua variabel independen tersebut saling berpengaruh terhadap

variabel independen yang lain sebab telah memenuhi nilai VIF kurang dari 10 (<10). Maka, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen tersebut tidak mengalami multikolinearitas terhadap variabel independen yang lain, karena kriteria VIF telah terpenuhi. Sehingga semua variabel independen tersebut bisa diujikan dalam uji regresi linier sederhana karena tidak memenuhi kriteria VIF.

b. Uji *Heteroskedastisitas*

Gambar 3.2
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah dari SPSS Versi 23

Pada gambar di atas, titik-titik menyebar di atas maupun di bawah titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat gejala heterokedastisitas, melainkan homoskedastisitas. Artinya bahwa semua variabel independen dapat dapat diujikan regresi linier sederhana dan uji hipotesis nilai uji t secara signifikan.

c. Uji Autokorelasi

Tabel 4.1
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
<i>m</i> <i>b</i> 1	.845 ^a	.714	.710	.574	1.719

Sumber: Data diolah dari SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel diatas Hasil pengujian diperoleh nilai dw = 2,011. Nilai tersebut ada dalam interval $-2 < DW = 2,011 < 2$. berarti berada pada daerah yang menyatakan terjadi autokorelasi.

6. Analisa Hipotesis

Pembuktian koefisien regresi dimaksudkan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen (X) yaitu kualitas layanan ATM, dan kepuasan nasabah. Terhadap variabel loyalitas nasabah (Y). Baik secara bersama-sama (uji F) maupun secara individual (Uji t) terhadap variabel dependen (Y), yaitu loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidimpuan. Dengan demikian, maka akan dapat diketahui bersama apakah variabel-variabel independen tersebut benar-benar berpengaruh secara langsung dan tidak langsung melalui variabel intervening terhadap variabel dependen pada penelitian ini.

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.2
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 ^a	.479	.476	1.523

Sumber: Data diolah dari SPSS Versi 23

Tabel menunjukkan nilai *adjusted R square* sebesar 0,479. Hal ini berarti 47,9% prediksi Loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya 52,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

b. Uji t Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk melakukan uji t, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.138	.819 ^a		5.054	.000
Z Kepuasan Nasabah	1.367	.101	.692	13.486	.000

Sumber: Data diolah dari SPSS Versi 23

uji t *test* dapat dilihat bahwa hasil pengujian menunjukkan nilai signifikan $0.000 < 0.05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Sedangkan nilai t hitung $13,486 >$

5,054 yang berarti variabel Kepuasan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel Kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang searah dengan Loyalitas nasabah.

Hasil ini dapat disimpulkan bahwa Kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

c. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji f)

Uji F adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.4

Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	161.343	3	53.781	163.080	.000 ^a
Residual	64.637	196	.330		
Total	225.980	199			

Sumber: Data diolah dari SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil pengujian F table , diperoleh nilai F hitung sebesar 163,080 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Sementara nilai F tabel 2,65. Hal ini berarti $F \text{ hitung } 163,080 > F \text{ tabel } 2,65$ dengan demikian hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas layak digunakan dalam penelitian ini

7. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan pengembangan dari regresi linear sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen). Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (independen) yang digunakan. Penerapan metode regresi berganda jumlah variabel bebas (independen) yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel terikat (dependen).

Analisis regresi berganda merupakan alat yang digunakan untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas $X_1 X_2 \dots X_i$ terhadap satu variabel terikat Y . Bentuk matematika dari analisis regresi berganda dari variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

- Y : Loyalitas
- a : Konstanta
- b : Koefisien
- X_1 : Kualitas Pelayanan ATM
- X_2 : Kepuasan

Tabel 4.5

Analisi Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	21,348	1.969		3.461	.001		
Kualitas pelayanan	.112	.063	.121	.286	.776	.772	.952
Kepuasan	.311	.092	.251	4.037	.000	.772	.952

Sumber: Data diolah dari SPSS Versi 23

Uji regresi linear berganda digunakan untuk meramalkan

suatu variabel Y dalam persamaan linier :

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

Persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan

adalah sebagai berikut:

$$LN = 21,248 + - 0,112 (KP) + 0,311 (K)$$

Keterangan :

LN : Loyalitas Nasabah

KP : Kualitas Pelayanan

K : Kepuasan

Penjelasan persamaan diatas adalah sebagai berikut :

- a. Konstanta 21,248 artinya jika faktor promosi nilainya 0 maka loyalitas nasabah sebesar 21,248 satuan, dengan asumsi variable lainnya tidak mengalami perubahan atau tetap.
- b. Koefisien regresi bvariable faktor sosial sebesar 0,112 (bernilai positif), artinya bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1 satuan dengan kata lain atau variable yang lain

adalah ceteris paribus atau tetap, maka minat menabung akan mengalami peningkatan sebesar $0,112 + 21,248 = 21,364$ satuan, dengan asumsi variable tidak mengalami perubahan atau tetap.

- c. Koefisien regresi variable kepuasan sebesar 0,145 (bernilai positif) artinya bahwa setiap kenaikan faktor promosi sebesar 1 satuan dengan kata lain atau variable yang lain adalah ceteris paribus atau tetap, maka minat menabung akan mengalami peningkatan sebesar $0,145 + 22,017 = 22,162$ maka minat menabung akan mengalami kenaikan sebesar 0,311 satuan dengan asumsi variable lainnya tidak mengalami perubahan atau tetap.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil analisis maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas. Penelitian ini sejalan dengan pemikiran itu menurut Penelitian yang dilakukan oleh Hygid Starini (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tent berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Parasuman *et al* (1998) menemukan hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan keinginan untuk merekomendasi kepada orang lain. Unsur loyalitas lain yang adalah adanya

dukungan terhadap produk atau layanan yang diwujudkan dalam komunikasi pengalaman positif seseorang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Dewi Rosa Indah (2016) hasilnya penelitian bahwa semua variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas.⁴ Dan Sutrisni (2010) hasil penelitian bahwa semua variabel kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas.⁵ Dari hasil *output* uji t di atas dapat dilihat variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,959 > 1,985$) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan nilai kriteria, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas.

2. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa faktor kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas. Penelitian ini sejalan dengan Sementara itu menurut Ishak, manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank, serta untuk tetap menjadi nasabah dari bank tersebut. Terciptanya loyalitas pelanggan merupakan hasil dari kepuasan konsumen, dimana konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikannya kepada rekan, sahabat dan keluarga. Keduanya

⁴ Dewi Rosa Indah, “*Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI’46 Cabang Langsa*”, Skripsi (Padangsidempuan : STAIN Padangsidempuan, 2010).

⁵ Sutrisni, “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Desain Produk Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*”, Skripsi (Padangsidempuan : STAIN Padangsidempuan, 2010).

saling berkesinambungan, menurut Aryani dan Febrina kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan Syaipulla tahun (2011) menyatakan bahwasanya kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.. Dari hasil *output* di atas dapat dilihat variabel kepuasan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,717 > 1,985$) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan nilai kriteria, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas.

3. Pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa faktor kualitas pelayanan ATM dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. . Penelitian ini sejalan dengan menurut Blomer *et.al* dan Blomer dan Ruyter, menjelaskan bahwa kepuasan sering kali dipandang sebagai dasar munculnya loyalitas. Kepuasan ternyata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, seorang nasabah bank akan merasa puas setelah melakukan transaksi dan telah merasakan kualitas pelayanan melalui bank dan akan menimbulkan keinginan untuk menggunakan pelayanan tersebut dikemudian hari. Penelitian yang dilakukan LeBlanc dan Nguyen membuktikan adanya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan antara kepuasan dengan loyalitas. Penelitian sejalan dengan penelitian Victor Salay tahun (2008) menyatakan hasil bahwa semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas. Berdasarkan perhitungan statistik uji F pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai F adalah $50,496 > 3,94$ dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini

menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan ATM dan kepuasan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

BAB V

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan, Tbk, dapat diambil kesimpulan adalah berikut ini.

1. Dari hasil *output* di atas dapat dilihat variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,959 > 1,985$) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan nilai kriteria, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas.
2. Dari hasil *output* di atas dapat dilihat variabel kepuasan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,717 > 1,985$) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan nilai kriteria, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas.
3. Berdasarkan perhitungan statistik uji F pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai F adalah $50,496 > 3,94$ dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan ATM dan kepuasan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

Saran

Dari hasil analisis data dan pembahasan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan, Tbk, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah berikut ini:

1. Bagi Bank PT Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan, Tbk memperbanyak mesin ATM dan meningkatkan kualitas layanan segala transaksi khususnya pada mesin ATM. Agar mempermudah nasabah dalam melakukan segala jenis transaksi yang tersedia khususnya pada kualitas pelayanan ATM yang kurang memadai. Dan memperbanyak adanya mesin ATM pada tempat-tempat umum yang banyak dikunjungi oleh nasabah.
2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya dapat mengembangkan penelitian dengan menambah variabel yang dapat

mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidimpuan.

DAFTAR PUSTAKA

A. Referensi dari buku:

Al-Qur'an

Arthesa, Ade dan Edia Handiman. *Bank dan Lembaga Bukan Bank*. Jakarta: PT. Indeks, 2009.

Assuri, Sofyan. *Strategic Marketing*. Jakarta : Rajawali Press. 2012

Abdurahman, Dudung. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta.

2003.

Arikunto, Suharsimi. *Manajemen penelitian*. Jakarta: PT Rineka Citra. 2016.

Gaffar , Vanessa. *Manajemen Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2007.

Hasan, Iqbal. *Analisis Data dengan Statistis*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006.

Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta. 2015.

Indonesia, Ikatan Bankir. *Mengolala Kualitas Layanan perbankan*. Jakarta : Gramedia Pustaka

Utama, 2014.

Ismail. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Kencana. 2011.

Iska, Syukri. *Sistem Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta; Fajar Media Press. 2014.

Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Press. 2013.

Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2003.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2008.

Latumaerissa, Julius R. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat. 2011

Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. *Manajemen Pemasaran jasa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

2006.

Martono, Nanang. *Metode peneltian Kuantitatif Analisis isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisii*. Jakarta : Rajawali Press. 2012.

Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*.

Depok: PT Rajagrafindo Persada. 2012.

Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2014.

Muhidin, Sambas Ali dan Manan Abdurrahman. *Analisa Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam*

Penelitian. Bandung: Pustaka Setia. 2009.

Munandar, Dadang. *Relationship Marketing Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing*.

Yogyakarta: Ekuilibria. 2016.

Narbuko, Chalid dan Abu Ahmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Pumi Askara. 1999.

Siregar, Syofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* . Jakarta: PT Bumi Aksara.

2014.

Soemitra, Andri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana. 2009.

Soeharto, Irwan. *Metode Penelitian Sosial, Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung Remaja Rosdakarya, 2004.

Sugiono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

2008.

Sutisna. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2003.

Sunyoto. *Produser Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi* . Bandung : Alfabeta.2012.

Sunyoto, Danang. *Praktik SPSS untuk kasus*. Yogyakarta : Nuha Medika. 2011.

Sunyoto, Dadang. *Metodologi Penelitian Ekonomi : Alat Statistik dan Analisis Output Komputer*. Yogyakarta : CAPS. 2011.

Sunyoto, Danang. *Praktik SPSS Untuk Kasus Dilengkapi Penelitian Bidang Ekonomi*.

Yogyakarta: Nuha Medika. 2011.

Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.2011

Tjiptono, Fandy. Strategi pemasaran. Yogyakarta: CV.Andi Offset. 1997.
Taniredja, Tukiran dan Hidayat Mustafidah. *Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*.

Bandung: Alfabeta. 2014

Wahjono, Sentot Imam. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta Graha Ilmu. 2010.

Wijaya, Tony. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Atma Jaya. 2009.

B. Referensi dari Jurnal, Skripsi dan Google.

- Rachmad Hidayat, “ *Pengaruh Kualitas, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*”, *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*. (Maret, 2017), 11: 59.
- Rully Indriastuti, “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Karanganyar*”, *Jurnal Ekonomi Kewirausahaan Vol. 10, No.2* (Oktober 2010), 164-173.
- Tri Yulianto, “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI)*”, skripsi (Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015).
- Rachmad Hidayat, “ *Pengaruh Kualitas, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*”, *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*. 11: 59.
- Victor Salay, “ *Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Loyalitas Nasabah Pada BRI Cabang Kertajaya Surabaya*”. *Jurnal Of Marketing*, (Juni 2016), 12-30.
- Aris Irnanda, “*Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta)*”, Skripsi (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016).
- Dewi Rosa Indah , “ *Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa*”, Skripsi (Aceh : Universitas Samudera, 2016).
- Sofyan Arif, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengolahan ATM Pada PT. SSI Terhadap Kepuasan Nasabah pada BNI Pasuruan*”, skripsi (Pasuruan: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Indonesia, 2012).
- Syaipulla , “ *Pengaruh Kemanfaatan Kartu ATM terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Pekanbaru*”, Skripsi (Riau : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Hasyim Riau, 2011).
- Sutrisni, “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Desain Produk Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas*

Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang”, Skripsi (Semarang : Universitas Diponegoro Semarang, 2010).

Victor Salay, “ *Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah BRI Cabang Kertajaya Surabaya*”, skripsi (Surabaya: Universitas Negeri Surabaya, 2008)

https://www.brisyariah.co.id/tentang_kami.php?f=sejarah, (diakses tanggal 21-12-2017 jam 13:24).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : DEDY RAHMAN SYAH PUTRA
2. NIM : 13 220 0146
3. Tempat/Tgl. Lahir : Padangsidimpuan 06 Juli 1995
4. Agama : Islam
5. Jenis Kelamin : Laki-Laki
6. AlamatAsal : Jl. Tengku H Imam Monjol
Padangsidimpuan Tenggara

II. PENDIDIKAN FORMAL

1. Tahun1998-2004 : SD NEGERI No. 200121 PADANGSIDIMPUAN
2. Tahun 2005-2008 : MTS TSANAWIYAH MUSTHAFAWIYAH
3. Tahun 2009-2012 :MADRASAH ALIYAH MUSTHAFAWIYAH
4. Tahun 2012-2019 : Program Sarjana (S-1) EkonomiSyariah IAIN
Padangsidimpuan

III.DATA ORANG TUA

1. AYAH

- Nama : Alm Erwin Syah Nasution
Pekerjaan : Wiraswasta

2. IBU

- Nama : Kastina Hasibuan
Pekerjaan : Wiraswasta

Angket/Kuisisioner

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth :

Bapak/ibu/

Di tempat

Bersama ini saya,

Nama : Dedy Rahman

NIM : 13 220 0146

Keterangan : Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan

Untuk keperluan penelitian yang akan saya lakukan, maka saya mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu berkenan untuk mengisi kuesioner ini. Semua informasi yang tertuang dalam kuesioner ini akan terjamin kerahasiaannya. Atas kesediaan Bapak/Ibu untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini, saya sampaikan terima kasih.

Hormat saya,

Dedy Rahman

Kami mohon kesediaan Bapak / Ibu untuk dapat mengisi daftar pertanyaan di bawah ini dengan cara memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia, pada tempat yang menurut Bapak / Ibu / Saudara.

I. Identitas Responden:

Nama :

Jenis Kelamin :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

II. Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda **checkbox** (✓) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:

- Sangat Setuju (SS)
- Setuju (S)
- Kurang Setuju (KS)
- Sangat Tidak Setuju (STS)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
A.	Kepuasan					
1	Produk Tabungan PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan memiliki produk yang bersaing sehingga nasabah tertarik untuk menabung					
2	Nasabah memilih menabung di PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan karena biaya administrasi yang rendah					
3	PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan memiliki jenis-jenis produk Tabungan yang bervariasi sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
4	Produk Tabungan PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan dilengkapi dengan fasilitas ATM yang memberikan kemudahan bertransaksi bagi nasabah					
5	Fitur ATM berupa penarikan uang, transfer, pembelian dan pembayaran sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
6	Produk Tabungan PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan sudah memberikan keuntungan bagi nasabah.					
B.	Kualitas Pelayanan					
1	PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan telah dilengkapi dengan peralatan modern yang mendukung kualitas pelayanan					
2	PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan memiliki ruang tunggu yang nyaman bagi Nasabah					
3	PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan memiliki tempat parkir yang memadai					
4	PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan memiliki fasilitas fisik yang menarik perhatian Nasabah					
5	Karyawan PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan berpenampilan rapi					
6	Karyawan PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan memiliki pengetahuan yang baik dalam memberikan penjelasan kepada Nasabah					
7	PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan bisa menyelesaikan keluhan nasabah dengan baik					
8	PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan menyelesaikan layanan tepat waktu					
9	PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan memenuhi janji sesuai yang dijanjikan					
10	Jam operasional PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan mulai pukul 08.00 – 16.00 WIB sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
11	Karyawan PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan memiliki kemampuan dalam memberikan layanan secara cepat					
12	Karyawan PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan selalu siap sedia dalam memberikan bantuan kepada nasabah					
13	Karyawan PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan memiliki kemampuan dalam memberikan layanan secara tepat					
14	Dengan adanya penjagaan satpam yang ketat Nasabah merasa aman dalam bertransaksi di PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan					

15	Nasabah merasa yakin bahwa karyawan PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidempuan cenderung tidak melakukan kesalahan dalam melaksanakan tugas.					
16	Perilaku karyawan PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidempuan meyakinkan.					
17	Karyawan PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidempuan memahami kebutuhan nasabah secara spesifik terhadap masalah yang dialami nasabah					
18	Karyawan PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidempuan menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah					

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
C.	Loyalitas					
1	Nasabah selalu menabung di PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan					
2	Nasabah menyampaikan informasi yang diketahui tentang PT PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan kepada orang terdekat.					
3	Nasabah akan melakukan transaksi di PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan					
4	Tetap setia menjadi nasabah di PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk. Cabang Padangsidimpuan					

1. Data Kuesioner Validitas

N0	Kualitas Kepuasan (X1)						Total X1	Kualitas Pelayanan (X2)																		Total X2
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16	Q17	Q18	
1	4	5	4	5	4	4	26	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	77
2	3	4	3	4	3	3	20	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	79
3	3	4	4	3	2	4	20	4	4	4	4	2	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	64
4	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	3	5	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	3	4	71
5	4	4	3	2	3	3	19	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	81
6	4	4	4	4	4	3	23	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	81
7	3	4	4	4	4	2	21	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	78
8	4	5	5	4	4	4	26	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	65
9	3	4	3	3	3	4	20	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	5	69
10	4	3	4	4	4	3	22	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	76
11	3	3	3	3	1	2	15	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	65
12	4	3	4	5	4	3	23	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	2	3	62
13	4	3	2	4	4	4	21	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	66
14	5	4	5	5	5	4	28	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	78
15	4	4	4	4	4	3	23	4	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	71
16	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	81
17	3	4	4	3	3	3	20	3	3	4	4	4	4	3	2	2	3	3	4	3	4	3	2	2	3	56
18	3	3	3	4	3	4	20	3	4	5	4	5	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	74
19	4	4	3	4	3	3	21	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	79
20	4	4	5	4	5	4	26	2	2	3	3	2	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	55
21	4	4	3	2	4	4	21	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	71

22	4	4	3	4	4	3	22	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	78	
23	4	4	5	4	5	4	26	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	79

24	4	4	4	4	4	3	23	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	77
25	4	5	5	4	4	4	26	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	80
26	3	4	4	4	5	2	22	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	78
27	4	4	5	4	4	4	25	4	5	4	4	5	3	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	76
28	4	4	3	4	3	3	21	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	3	4	72
29	3	4	4	4	3	4	22	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	74
30	4	4	3	4	4	4	23	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	82

N0	Citra Merek (Y)				Total Y
	Q1	Q2	Q3	Q4	
1	5	4	4	3	16
2	2	4	2	4	12
3	4	4	4	3	15
4	4	4	4	3	15
5	4	4	3	4	15
6	4	4	4	3	15
7	5	5	4	3	17
8	4	3	4	4	15
9	3	5	5	4	17
10	4	4	5	5	18
11	4	3	5	3	15
12	3	2	4	3	12
13	5	4	4	4	17
14	4	4	4	4	16
15	3	4	3	2	12
16	2	3	2	3	10
17	4	4	4	2	14
18	5	4	4	5	18
19	3	4	4	2	13
20	4	4	4	4	16
21	3	4	3	4	14
22	4	3	2	4	13
23	5	5	5	4	19
24	4	5	4	4	17
25	3	3	4	4	14
26	4	3	4	4	15
27	4	4	4	3	15
28	5	5	4	4	18
29	3	4	3	3	13
30	3	3	3	3	12

2. Uji Validitas Kualitas Produk

C
o
r
r
e
l
a
t
i
o
n
s

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	KualitasProduk
Q1	Pearson Correlation	1	.186	.254	.347	.574	.338	.664
	Sig. (1-tailed)		.162	.088	.030	.000	.034	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.186	1	.448	.063	.257	.280	.532
	Sig. (1-tailed)	.162		.006	.370	.085	.067	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.254	.448	1	.352	.476	.189	.728
	Sig. (1-tailed)	.088	.006		.028	.004	.159	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q4	Pearson Correlation	.347	.063	.352	1	.478	.085	.619
	Sig. (1-tailed)	.030	.370	.028		.004	.328	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q5	Pearson Correlation	.574	.257	.476	.478	1	.226	.806
	Sig. (1-tailed)	.000	.085	.004	.004		.115	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Q6	Pearson Correlation	.338	.280	.189	.085	.226	1	.521
	Sig. (1-tailed)	.034	.067	.159	.328	.115		.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
KualitasProduk	Pearson Correlation	.664	.532	.728	.619	.806	.521	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30

4. Uji Validitas Citra Merek

Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Citra Merek
Q1	Pearson Correlation	1	.401	.528	.262	.814
	Sig. (1-tailed)		.014	.001	.081	.000
	N	30	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.401	1	.293	.122	.644
	Sig. (1-tailed)	.014		.058	.261	.000
	N	30	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.528	.293	1	.136	.726
	Sig. (1-tailed)	.001	.058		.237	.000
	N	30	30	30	30	30
Q4	Pearson Correlation	.262	.122	.136	1	.550
	Sig. (1-tailed)	.081	.261	.237		.001
	N	30	30	30	30	30
BrandImage	Pearson Correlation	.814	.644	.726	.550	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30

5. Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.759	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	41.0667	25.926	.605	.737
Q2	40.8667	26.671	.458	.750
Q3	41.0333	23.620	.645	.712

Q4	40.9667	25.206	.529	.734
Q5	41.1000	22.507	.737	.693
Q6	41.3667	26.033	.420	.747
KualitasProduk	22.4000	7.352	1.000	.722

6. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	19

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	142.3000	206.907	.656	.734
Q2	142.3000	205.941	.705	.733
Q3	142.2000	210.993	.526	.740
Q4	142.3667	210.171	.585	.739
Q5	142.3000	206.631	.530	.735
Q6	142.5333	208.602	.537	.737
Q7	142.3667	208.930	.556	.738
Q8	142.2000	207.959	.593	.736
Q9	142.0667	210.547	.540	.740
Q10	142.2667	211.168	.559	.740
Q11	142.0667	211.513	.487	.741
Q12	142.3000	212.079	.434	.742
Q13	142.2000	213.338	.499	.743
Q14	142.3667	210.999	.538	.740
Q15	142.1000	212.024	.470	.742
Q16	142.3000	206.769	.663	.734
Q17	142.4333	199.289	.800	.724
Q18	142.1667	211.592	.476	.741
Kualitas Pelayanan	73.1667	55.247	1.000	.893

7. Uji Reliabilitas Citra Merek

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	26.0667	13.720	.730	.696
Q2	26.0000	15.448	.529	.751
Q3	26.1000	14.507	.617	.726
Q4	26.3667	15.895	.406	.774
BrandImage	14.9333	4.754	1.000	.626

Lampiran 3. Jawaban Responden

1. Data Responden Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek

N0	Kualitas Produk (X1)						Total X1	Kualitas Pelayanan (Y)										
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11
1	4	4	4	4	4	3	23	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	2	2	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
4	5	5	5	5	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	2	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
6	4	4	5	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
7	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4
8	4	4	5	4	4	5	26	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
9	5	5	4	4	5	5	28	2	4	2	4	4	4	3	4	5	5	4
10	4	5	5	5	5	5	29	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5
11	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	3	4	3	2	20	1	1	1	3	4	4	3	3	3	2	2
13	3	3	4	5	4	4	23	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4
14	3	4	4	4	4	3	22	4	4	1	1	1	4	4	1	4	2	4
15	4	4	2	4	4	2	20	4	4	4	2	1	1	4	2	4	2	2
16	5	4	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	2	2	2	2	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	2	3	2	3	4	18	2	4	2	2	2	5	4	4	3	4	3
19	4	4	2	2	2	2	16	3	2	4	3	2	1	5	5	4	5	3
20	4	3	4	2	4	3	20	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
21	4	4	2	3	2	4	19	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
22	4	2	4	4	4	4	22	5	5	5	4	4	3	5	5	3	5	4
23	2	2	2	2	4	4	16	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5	4
24	2	2	2	2	4	4	16	2	2	3	3	4	5	5	5	4	3	4

25	2	2	2	3	4	4	17	2	3	2	4	4	2	2	2	3	3	2
26	2	3	2	4	4	4	19	2	2	2	4	4	5	3	3	4	4	3
27	3	4	3	2	3	2	17	4	4	2	4	2	3	3	2	4	2	2
28	4	4	4	4	4	2	22	3	3	2	2	5	5	5	4	4	2	3
29	4	5	5	4	5	5	28	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4
30	4	5	4	5	5	4	27	3	3	3	4	3	3	2	1	4	5	5
31	5	4	4	4	5	4	26	4	3	4	2	2	4	1	1	4	4	4
32	4	5	5	4	4	4	26	3	2	2	2	3	2	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	4	4	4	4	3	4	23	2	2	2	4	2	4	1	1	4	4	3
35	5	4	4	4	4	4	25	4	3	4	5	1	5	3	3	5	3	3
36	4	2	4	4	5	4	23	3	2	3	3	4	4	4	4	5	4	2
37	5	5	5	5	5	4	29	4	4	2	4	2	2	4	4	4	5	3
38	2	4	4	4	4	3	21	4	3	2	3	4	5	5	3	4	3	4
39	4	4	2	2	4	4	20	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	4
40	4	4	4	4	4	4	24	4	5	2	2	4	3	4	5	4	4	4
41	5	4	3	5	5	2	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	5	4	5	5	4	5	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3
43	5	5	5	5	4	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
44	4	5	5	5	5	5	29	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
45	5	5	5	5	5	5	30	4	4	1	5	4	4	5	5	5	4	4
46	4	5	5	5	4	4	27	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4
47	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4
48	4	4	4	3	3	3	21	4	2	2	2	2	5	4	3	3	3	4
49	4	4	4	4	3	3	22	2	2	2	3	5	4	5	4	3	4	3
50	3	4	3	4	5	4	23	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
51	4	3	4	5	4	5	25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
52	4	4	4	2	3	4	21	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
53	3	5	4	5	5	3	25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	3	5	3	4	4	4	23	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4

85	5	5	5	5	5	4	29	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	5	25	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4
87	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4
88	2	1	2	1	2	4	12	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2
89	2	2	2	2	1	2	11	2	4	4	2	4	2	2	4	4	3	3
90	2	2	2	2	2	2	12	1	2	4	3	2	3	3	2	4	4	3
91	1	1	2	2	4	3	13	2	4	4	4	2	2	4	3	2	3	4
92	2	3	2	2	2	1	12	4	3	4	2	2	2	4	2	4	2	2
93	2	2	2	2	2	4	14	1	2	4	4	2	2	2	4	3	2	2
94	2	1	3	1	4	2	13	2	4	4	4	2	3	4	2	2	3	2
95	2	4	2	2	1	1	12	1	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3
96	4	3	4	3	4	4	22	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4
97	5	4	4	4	5	5	27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	5	5	4	4	5	5	28	3	1	3	4	4	4	2	2	4	4	5
99	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	4

No	Citra Merek (Y)				Total Y	No	Citra Merek (Y)				Total Y	No	Citra Merek (Y)			
	Q1	Q2	Q3	Q4			Q1	Q2	Q3	Q4			Q1	Q2	Q3	Q4
1	4	4	5	4	17	44	5	4	5	4	18	87	3	4	4	4
2	4	4	4	4	16	45	4	5	5	5	19	88	4	4	3	4
3	4	4	4	3	15	46	5	4	5	4	18	89	2	2	3	4
4	5	5	4	5	19	47	4	4	4	5	17	90	2	4	4	4
5	4	4	4	3	15	48	4	4	4	2	14	91	2	1	3	4
6	4	4	4	4	16	49	4	4	4	3	15	92	2	3	2	4
7	4	4	4	4	16	50	5	5	5	4	19	93	2	3	1	4
8	5	4	5	4	18	51	5	4	4	4	17	94	3	2	2	4
9	5	5	5	4	19	52	4	5	4	2	15	95	3	1	2	4
10	5	5	5	5	20	53	4	4	4	4	16	96	5	3	4	4
11	4	4	4	4	16	54	5	4	4	3	16	97	5	5	4	4
12	4	4	4	2	14	55	4	4	4	2	14	98	5	5	5	4
13	5	5	5	4	19	56	4	4	4	5	17	99	4	4	4	4
14	4	4	4	2	14	57	4	4	5	5	18					
15	4	4	2	4	14	58	5	5	5	3	18					
16	4	4	4	5	17	59	4	5	5	5	19					
17	4	4	4	5	17	60	4	5	4	2	15					
18	4	4	4	4	16	61	4	5	4	3	16					
19	4	5	5	3	17	62	4	5	5	4	18					
20	5	5	5	4	19	63	4	4	5	4	17					
21	5	5	5	4	19	64	5	4	3	5	17					
22	5	5	5	5	20	65	3	5	4	3	15					
23	4	4	5	4	17	66	4	4	4	4	16					
24	4	4	4	4	16	67	3	5	3	4	15					
25	4	4	4	3	15	68	4	5	5	4	18					
26	5	5	5	4	19	69	5	4	4	4	17					
27	5	4	2	4	15	70	3	4	5	4	16					
28	3	5	4	2	14	71	4	4	4	5	17					
29	4	5	5	4	18	72	5	5	5	5	20					
30	4	4	4	4	16	73	4	4	4	5	17					
31	4	4	4	4	16	74	4	4	5	5	18					
32	3	5	5	4	17	75	4	4	2	4	14					
33	4	4	5	5	18	76	3	4	4	4	15					
34	5	3	4	4	16	77	4	4	4	4	16					
35	4	3	4	5	16	78	4	5	5	5	19					
36	5	4	4	4	17	79	4	4	3	4	15					
37	4	5	5	5	19	80	4	4	4	4	16					
38	4	4	4	3	15	81	3	4	4	4	15					

39	4	4	4	5	17	82	4	4	3	2	13
40	4	5	4	4	17	83	4	4	4	4	16
41	4	4	4	4	16	84	4	5	4	4	17
42	4	5	4	5	18	85	5	5	5	4	19
43	4	5	5	5	19	86	5	5	5	5	20

Lampiran 4. Output SPSS

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
BrandImage	16.2828	2.27695	99
KualitasProduk	22.6263	4.83099	99
KualitasPelayanan	66.6465	8.88855	99

C o r r e l a t i o n s

		BrandImage	KualitasProduk	KualitasPelayan an
Pearson Correlation	BrandImage	1.000	.713	.825
	KualitasProduk	.713	1.000	.641
	KualitasPelayanan	.825	.641	1.000
Sig. (1-tailed)	BrandImage	.	.000	.000
	KualitasProduk	.000	.	.000
	KualitasPelayanan	.000	.000	.
N	BrandImage	99	99	99
	KualitasProduk	99	99	99
	KualitasPelayanan	99	99	99

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KualitasPelayan an, KualitasProduk ^a		Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 ^a	.738	.732	1.17775

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, KualitasProduk

b. Dependent Variable: BrandImage

Model Summary^b

Model	Change Statistics				
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.738	135.144	2	96	.000

b. Dependent Variable: BrandImage

A
N
O
V
A
b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	374.919	2	187.459	135.144	.000 ^a
	Residual	133.162	96	1.387		
	Total	508.081	98			

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, KualitasProduk

b. Dependent Variable: BrandImage

C
o
e
f
f
i
c
i
e
n
t
s
a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.288	.900		2.542	.013
	KualitasProduk	.147	.032	.313	4.594	.000
	KualitasPelayanan	.160	.017	.624	9.173	.000

a. Dependent Variable: BrandImage

Coefficients^a

Model		95.0% Confidence Interval for B		Correlations		
		Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	.502	4.075			
	KualitasProduk	.084	.211	.713	.425	.240
	KualitasPelayanan	.125	.195	.825	.683	.479

a. Dependent Variable: BrandImage

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KualitasProduk	.589	1.697
	KualitasPelayanan	.589	1.697

a. Dependent Variable: BrandImage

Coefficient Correlations^a

Model			KualitasPelayanan	KualitasProduk
1	Correlations	KualitasPelayanan	1.000	-.641
		KualitasProduk	-.641	1.000
1	Covariances	KualitasPelayanan	.000	.000
		KualitasProduk	.000	.001

a. Dependent Variable: BrandImage

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimens ion	Variance Proportions				
		Eigenvalue	Condition Index	(Constant)	KualitasProduk	KualitasPelayan an
1	1	2.971	1.000	.00	.00	.00
	2	.022	11.569	.31	.67	.01
	3	.007	21.098	.68	.33	.99

a. Dependent Variable: BrandImage

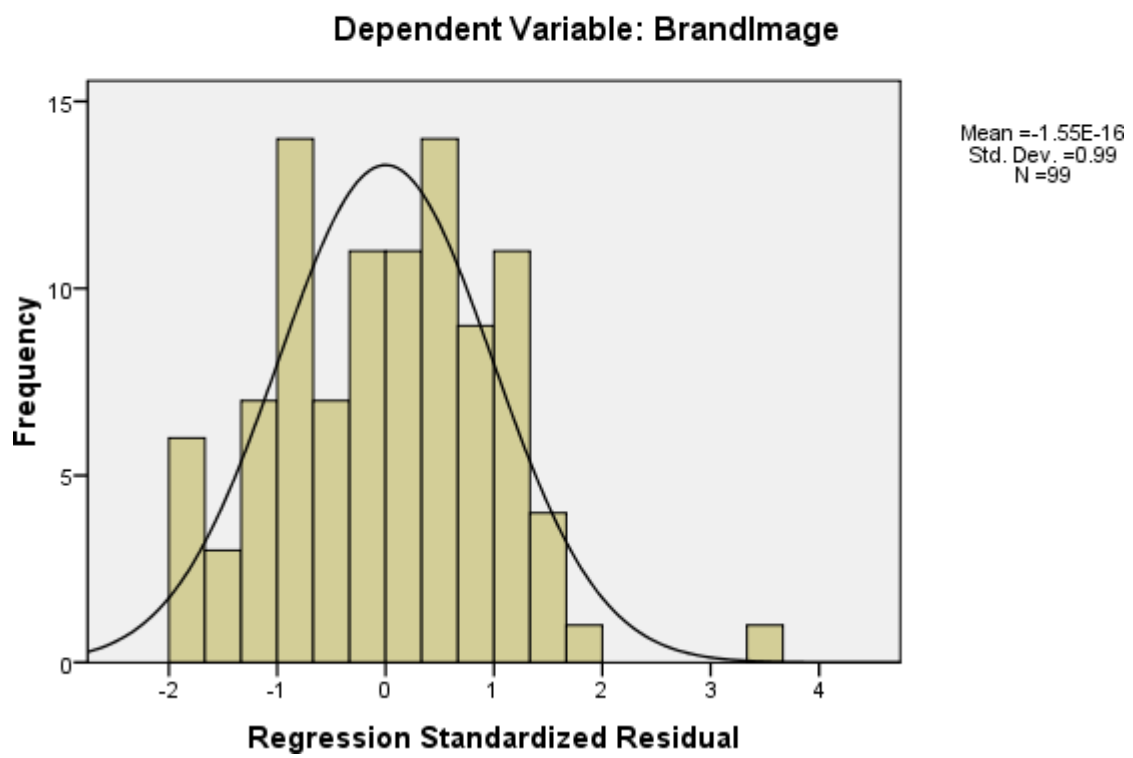
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	11.7342	20.2081	16.2828	1.95594	99
Std. Predicted Value	-2.326	2.007	.000	1.000	99
Standard Error of Predicted Value	.119	.389	.194	.068	99
Adjusted Predicted Value	11.8601	20.4435	16.2830	1.95253	99
Residual	-2.22196	3.99483	.00000	1.16567	99
Std. Residual	-1.887	3.392	.000	.990	99
Stud. Residual	-1.972	3.419	.000	1.008	99
Deleted Residual	-2.44355	4.05929	-.00013	1.20894	99
Stud. Deleted Residual	-2.003	3.629	.001	1.020	99
Mahal. Distance	.006	9.704	1.980	2.209	99
Cook's Distance	.000	.138	.013	.022	99
Centered Leverage Value	.000	.099	.020	.023	99

a. Dependent Variable: BrandImage

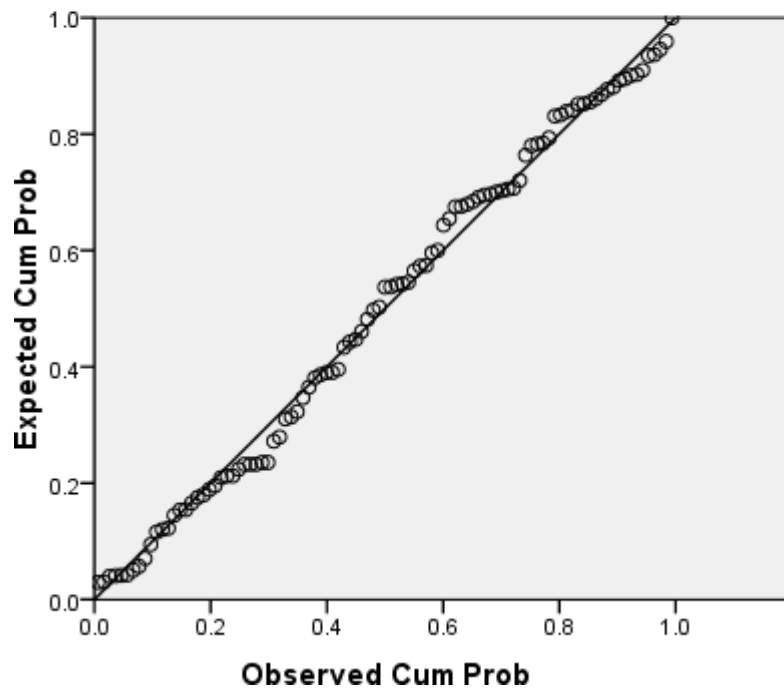
Charts

Histogram



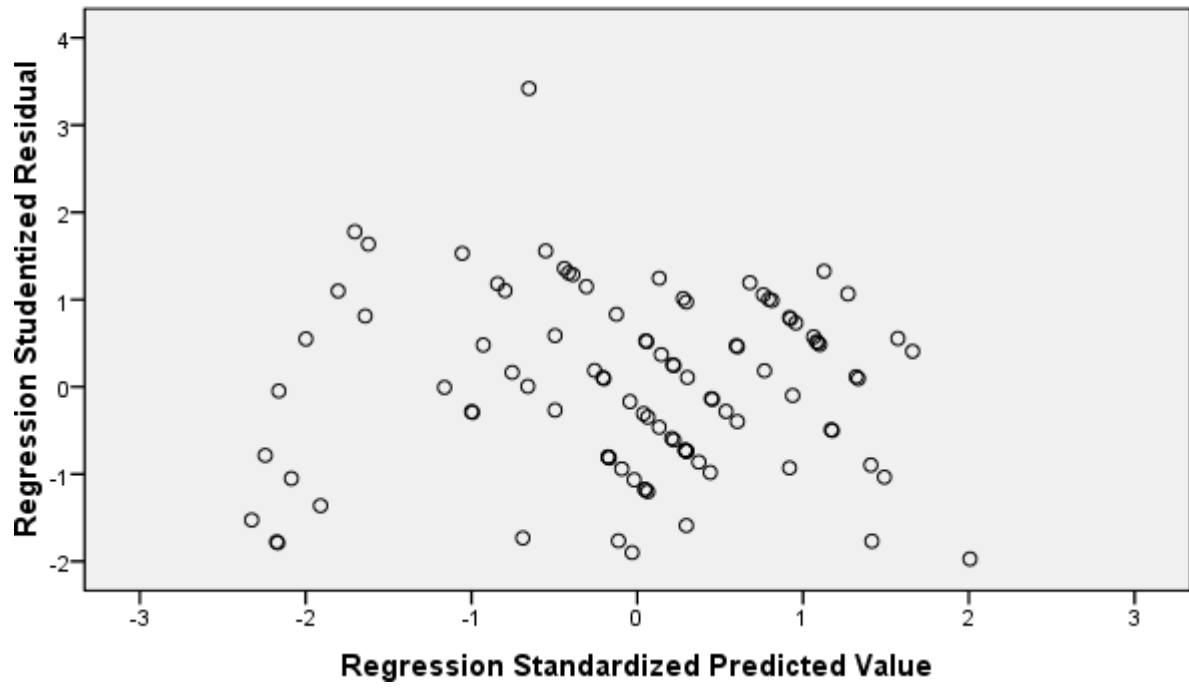
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: BrandImage



Scatterplot

Dependent Variable: BrandImage





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 1413 /In.14/G.1/TL.00/07/2019
Hal : Mohon Izin Riset

Yth; Branch Manager Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidimpuan.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Dedy Rahman Syah Putra
NIM : 132200146
Semester : XII (Dua Belas)
Program Studi : Perbankan Syariah Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

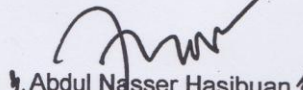
adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul

" Dampak Kualitas Pelayanan ATM (Automatic Teller Machine) dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan ".

Sehubungan dengan itu, atas bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

Muamalat

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

126/B/KC PSP-SRT/VI/2019

ada Yth :
an FEBI IAIN Padangsidimpuan
empat

ihal : Keterangan izin riset

alamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

noga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Aamiin YRA

hubungan dengan telah kami terima surat dari Dekan FEBI IAIN Padangsidimpuan perihal izin riset dengan nomor B-806/In.14/G/TL.00/03/2019 dengan tanggal surat 17 Mei 2019 dan dengan ini menerangkan :

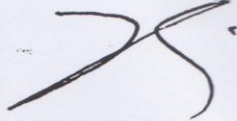
Nama	: Dedy Rahman
NIM	: 13 220 0146
Semester	: XII (Dua belas)
Jurusan	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

dengan judul skripsi "Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM (Automatic Teller Machine) dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Padangsidimpuan" *telah kami berikan izin* untuk melakukan riset serta pengambilan data yang diperlukan untuk selesainya judul skripsi tersebut diatas.

Demikianlah surat ini dikeluarkan untuk dapat dipergunakan seperlunya oleh yang bersangkutan.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk
KCU Padangsidimpuan



Muhammad Helmi
Branch Manager

LEV