



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK  
SUMUT CABANG PEMBANTU SYARIAH  
PANYABUNGAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan*

Oleh

**EVIE ARSYITA SARY**  
NIM. 12 220 0013

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

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

**2016**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK  
SUMUT CABANG PEMBANTU SYARIAH  
PANYABUNGAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan*

Oleh

**EVIE ARSYITA SARY**  
NIM. 12 220 0013

**Pembimbing I**

**ROSNANI SIREGAR, M.Ag**  
NIP. 19740626 200312 2 001

**Pembimbing II**

**AZWAR HAMID, MA**  
NIP. 19860311 201503 1005

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

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

**2016**



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

Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733  
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n.Evie Arsyita Sary  
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidempuan, 13 Desember 2016  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidempuan  
Di-  
Padangsidempuan

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaahdan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Evie Arsyita Sary yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan"**.Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

**Pembimbing I**

**Rosnani Siregar, M.Ag**  
NIP: 19720313 200312 1 002

**Pembimbing II**

**Azwar Hamid, M.A**  
NIP.19860311 201503 1 005

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

PALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Evie Arsyita Sary  
NIM : 12 220 0013  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah.**  
Skripsi

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan kutipan-kutipan bahan buku bacaan, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pada skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 13 Desember 2016  
Saya yang Menyatakan,



*Evie Arsyita Sary*  
Evie Arsyita Sary  
NIM : 12 220 0013

EVIE ARSYITA SARY  
NIM. 12 220 0013

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

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

Nama : Evie Arsyita Sary  
NIM : 12 220 0013  
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 dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, 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 : 13 Desember 2016  
Yang menyatakan,

  
**EVIE ARSYITA SARY**  
NIM. 12 220 0013



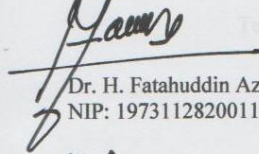


**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**  
**PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jl. H. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI**  
**UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : EVIE ARSYITA SARY  
NIM : 12 220 0013  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SUMUT CABANG PEMBANTU SYARIAH PANYABUNGAN**

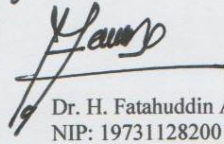
Ketua

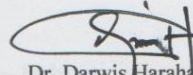
  
Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP: 197311282001121001

Sekretaris

  
Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si  
NIP: 197808182009011015

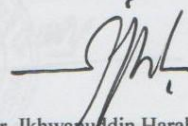
Anggota

  
Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP: 197311282001121001

  
Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si  
NIP: 197808182009011015



Rosnani Siregar, M.Ag  
NIP: 19740626 200312 2 001



Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag  
NIP. 19750103 200212 1 001

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah  
Di : Padangsidimpuan  
Tanggal : 30 Desember 2016  
Pukul : 02.00 s/d 03.30  
Hasil/Nilai : 72,75/B  
Predikat : CUMLAUDE  
IPK : 3,55



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

### PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
PADA PT. BANK SUMUT CABANG PEMBANTU  
SYARIAH PANYABUNGAN**

**NAMA : EVIE ARSYITA SARY  
NIM : 12 220 0013**

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

Padangsidimpuan, 16 Mei 2017

Dekan,



**Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag**  
NIP. 19731128 200112 1 001

## ABSTRAK

**Nama** : Evie Arsyita Sary  
**Nim** : 12 220 0013  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan  
**Kata Kunci** : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

Latar belakang masalah pada penelitian ini mengenai perkembangan jumlah tabungan pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan periode 2011-2015. Dimana dari setiap periode tersebut terjadinya fluktuasi, yaitu kenaikan pada tahun 2011-2012 dan penurunan yang sangat drastis pada tahun 2013-2015. Hal ini disebabkan karena kurangnya tingkat kepuasan dan pelayanan yang belum maksimal pada nasabah dan persaingan antar bank yang semakin meningkat, sehingga pihak bank harus berusaha dengan keras dan maksimal guna meningkatkan nasabah yang loyal tersebut. Dengan cara meningkatkan rasa puas pada nasabah dan kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga nasabah tersebut tidak mudah berpindah ke bank yang lain. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh Terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah dan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel 62 nasabah dari 618 populasi, dengan teknik pengambilan sampel adalah *simple random sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS *versi 22.0*.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara *parsial* kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  sebesar  $(0,183 < 1,671)$ . secara *parsial* kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , sehingga  $(7,496 > 1,671)$ . Berdasarkan hasil uji secara simultan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $(305,044 > 3,15)$ . Dan nilai  $R^2$  sebesar 0,912 hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan variabel *independent* (kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap variabel *dependent* (loyalitas nasabah) sebesar 91,2%. Sedangkan sisanya 8,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.



## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Syukur *Alhamdulillah* penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Kemudian shalawat dan salam penulis hadiahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dimana kelahirannya menjadi anugerah bagi umat manusia serta rahmat bagi seluruh alam, sehingga terciptanya kedamaian dan ketinggian makna ilmu pengetahuan di dunia ini.

Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan”**

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi.

Melalui kesempatan ini pula, dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H.Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidimpuan, Bapak Drs. H.Irwan Saleh Dalimunthe, M.A., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Aswadi Lubis, SE., M.Si., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan serta Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr.H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Darwis Harahap,S.HI M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag.,Wakil Dekan

Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si., Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A sebagai Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah.
4. Ibu Rosnani Siregar, M.Ag sebagai pembimbing I dan Bapak Azwar Hamid, M.A sebagai Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, MA., Kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selama proses perkuliahan dan penyelesaian penulisan skripsi ini.
6. Penghargaan dan terima kasih yang tidak ternilai kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta, Muhammad Yusnan dan Mastika Harahap yang telah banyak melimpahkan pengorbanannya, kasih sayangnya dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah penulis. Terima kasih juga kepada Adinda (Annis Rahmadani, Fitri Sri Surya Ningsih, Muhammad Rahman Nul Hakim, Muhammad Luqman Hakim, Muhammad Fadhil Hakim) yang menjadi motivator terkuat dalam perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabatku tercinta (Evi Maya Sari, Vivi Emelia, Adelia Lubis, Sakinah Darma Hasibuan, Irma Sari Hasibuan, Dewita, Juli, Muhammad Rizqi Suwandana, Ade Kurniawan, Sulaiman Arya, Aski Maysarah Lubis, Siti Aminah, Rosida, Naimatul Wardiah), dan seluruh anak kos Cantik dan juga tidak lupa Rekan-rekan Mahasiswa Perbankan Syariah-1 angkatan 2012 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang selalu memberikan doa, dan motivasi kepada penulis dalam menulis skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang penulis temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap akhir.

Akhirnya penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun sangat penulis butuhkan demi kesempurnaan tulisan ini.

Padangsidempuan,      Februari 2017  
Penulis

Evie Arsyita Sary  
NIM. 12 220 0013

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem *konsonan* bahasa Arab yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ha	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	..’..	apostrof
ي	Ya	Y	ye

## 2. Vokal

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

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	<i>fathah</i>	A	a
— /	<i>Kasrah</i>	I	i
— ُ	<i>dommah</i>	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

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

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

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

## 3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua :

- a. *Ta marbutah* hidup yaitu *tamarbutah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dommah*, transliterasinya adalah /t/.

- b. *Ta marbutah* mati yaitu *ta marbutah* yang mati atau mendapat *harkat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

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

#### 4. *Syaddah (Tasydid)*

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

#### 5. **Kata Sandang**

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

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

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## 6. *Hamzah*

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

## 7. **Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

## 8. **Huruf Kapital**

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

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

## 9. *Tajwid*

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

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



## DAFTAR ISI

Halaman

<b>Halaman Judul/Sampul</b>	
<b>Halaman Pengesahan Pembimbing</b>	
<b>Surat Pernyataan Pembimbing</b>	
<b>Halaman Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri</b>	
<b>Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi</b>	
<b>Berita Acara Ujian Munaqasyah</b>	
<b>Halaman Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam</b>	
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Definisi Operasional Variabel.....	7
E. Rumusan Masalah.....	8
F. Tujuan Penelitian.....	9
G. Kegunaan Penelitian.....	9
H. Sistematika Pembahasan.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Loyalitas Nasabah.....	12
1. Pengertian Loyalitas Nasabah.....	12
2. Karakteristik Loyalitas Nasabah.....	12
3. Mengukur Loyalitas Nasabah.....	13
4. Loyalitas Dalam Islam.....	15
B. Kualitas Pelayanan.....	15
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	15

2. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik .....	16
3. Dasar-Dasar Pelayanan Nasabah.....	18
4. Konsep Kualitas Pelayanan .....	19
5. Karakteristik Kualitas Pelayanan .....	20
6. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan .....	21
7. Mengukur Kualitas Pelayanan .....	21
8. Kualitas Pelayanan dalam Islam .....	27
C. Kepuasan Nasabah.....	28
1. Pengertian Kepuasan Nasabah .....	29
2. Jenis-Jenis Kepuasan Nasabah.....	29
3. Mengukur Kepuasan Nasabah .....	31
4. Kepuasan Nasabah dalam Islam .....	33
D. Nasabah.....	34
1. Pengertian Nasabah .....	34
2. Sifat-Sifat Nasabah.....	34
3. Sikap Melayani Nasabah .....	35
4. Sebab-Sebab Nasabah Kabur .....	37
5. Menarik dan Mempertahankan Nasabah .....	37
6. Memudahkan Nasabah dalam Islam .....	38
E. Penelitian Terdahulu .....	39
F. Kerangka Pikir.....	44
G. Hipotesis.....	45

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47
B. Jenis Penelitian .....	47
C. Sumber data.....	47
D. Populasi dan Sampel .....	48
E. Instrumen dan Pengumpulan Data.....	49
F. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
G. Statistik Deskriptif .....	52
H. Teknik Analisis Data.....	52
1. Asumsi Klasik .....	53
2. Uji Normallitas.....	53
3. Uji Multikolinearitas .....	53
4. Uji Heteroskedastisitas .....	53
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	54

6. Uji Hipotesis .....	55
7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	55

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Bank Sumut .....	57
1. Sejarah Perkembangan bank Sumut .....	57
2. Visi dan Misi.....	61
3. Produk Dana.....	61
4. Produk Pembiayaan.....	63
5. Ruang Lingkup Bidang Usaha .....	64
6. Lokasi Perusahaan.....	65
7. Daerah Pemasaran .....	65
8. Struktur Organisasi Perusahaan .....	66
B. Hasil Analisis Data .....	67
1. Uji Validitas .....	68
2. Uji Reabilitas .....	70
3. Uji Statistik Deskriptif.....	71
4. Asumsi Klasik .....	72
a. Uji Normalitas .....	72
b. Uji Multikolinearitas.....	74
c. Uji Heteroskedastisitas.....	75
5. Analisis Regresi Linear Berganda .....	76
6. Uji Hipotesis .....	77
a. Uji t .....	77
b. Uji F.....	78
7. Uji Koefisien Determinasi .....	79
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
D. Keterbatasan Penelitian.....	82

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	84
B. Saran .....	85

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah Tabungan.....	3
Tabel 1.2 Defenisi Operasional Variabel .....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1 Kuisisioner Penelitian .....	50
Tabel 3.2 Angket Variabel Independen .....	51
Tabel 3.3 Angket Variabel Independen .....	51
Tabel 4.1 Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	68
Tabel 4.2 Uji Validitas Kepuasan Nasabah.....	69
Tabel 4.3 Uji Validitas Loyalitas Nasabah.....	69
Tabel 4.4 Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan.....	70
Tabel 4.5 Uji Realibilitas Produk Kepuasan Nasabah .....	70
Tabel 4.6 Uji Realibilitas Produk Loyalitas Nasabah.....	71
Tabel 4.7 Uji Statistik Deskriptif.....	71
Tabel 4.8 Uji Normalitas.....	72
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas .....	74
Tabel 4.10 Analisis Model Regresi Berganda.....	76
Tabel 4.11 Uji t (Parsial).....	78
Tabel 4.12 Uji f (Simultan) .....	78
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	45
Gambar 4.1 Lokasi Bank Sumut Panyabungan.....	65
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Bank Sumut Panyabungan .....	66
Gambar 4.3 Uji Normalitas .....	73
Gambar 4.4 Heteroskedastisitas .....	75

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Kuesioner
- Lampiran 2 : Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 3 : Hasil Identitas Responden
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 : Hasil Uji Statistik Deskriptif
- Lampiran 7 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 8 : Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 9 : Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 10: Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 11: Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 12: Hasil Uji t
- Lampiran 13: Hasil Uji F
- Lampiran 14: R Tabel
- Lampiran 15: Tabel Fhitung
- Lampiran 16: Tabel t Tabel
- Lampiran 17: Tabel t
- Lampiran 18: Tabel F

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam. Secara operasional bank syariah berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima atau membebankan bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada al-Quran dan hadis. Semua produk dan jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi al-Quran dan hadis Rasulullah SAW.<sup>1</sup>

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat, meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing, menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta berusaha memenuhi harapan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Tujuan dari setiap bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas bagi nasabah.

Pada saat bank syariah muncul, persaingan semakin ketat, baik secara nasional maupun internasional. Karena kondisi semacam ini, para bankir berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menawarkan berbagai jenis produknya. Dampaknya, nasabah memiliki banyak pilihan, kekuatan tawar-menawar nasabah semakin besar, ini semua menjadi bagian penting dalam

---

<sup>1</sup>Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 29

mendorong setiap bank menempatkan orientasinya pada kepuasan nasabah sebagai tujuan utamanya.

Para bankir pun semakin yakin bahwa kunci sukses untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuannya memberikan *total customer value* (nilai pada nasabah) yang dapat memuaskan nasabah melalui penyampaian produk yang berkualitas dengan harga bersaing.<sup>2</sup>

Menurut Herry Sutanto:

Loyalitas (*oliver*) adalah suatu komitmen mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali sebuah produk atau jasa yang disukai pada masa depan, walaupun situasi mempengaruhi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan pengalihan perilaku.<sup>3</sup>

Mengembangkan nasabah supaya lebih setia, berarti meningkatkan penerimaan bank. Akan tetapi, bank harus mengeluarkan lebih banyak biaya untuk membentuk kesetiaan nasabah yang lebih besar, guna untuk mengembangkan hubungan pada nasabah.

Akan tetapi, apabila ditelaah lebih jauh, terlihat bahwa nasabah bank syariah yang terbesar tidaklah selalu memberikan laba yang besar bagi bank syariah. Nasabah terbesar menuntut banyak pelayanan, dan potongan harga yang lebih besar sehingga mengurangi laba bank.<sup>4</sup>

Walaupun pelayanan bank sudah dianggap berkualitas, namun nasabah belum tentu loyal pada suatu bank. Kualitas layanan bank terkadang tidak sejalan dengan tingkat loyalitas nasabah suatu bank. Untuk itu, selain memberikan pelayanan yang

---

<sup>2</sup>Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm, 83

<sup>3</sup>Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 286

<sup>4</sup>*Ibid.*, hlm. 289



langsung dapat dirasakan oleh para nasabah, hal utama yang senantiasa terjaga ialah pihak bank harus mampu memberikan rasa aman pada nasabahnya terkait dana yang disimpan maupun yang dikelola oleh bank tersebut.

Dalam hal penghimpunan dana masyarakat, yang merupakan salah satu sumber dana bank terbesar dalam hal ini adalah tabungan, giro dan deposito. Berikut adalah salah satu dari jumlah dana pihak ketiga yaitu keterangan jumlah nasabah tabungan pada Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah Tabungan pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan**

<b>No.</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
1	2011	58
2	2012	277
3	2013	210
4	2014	52
5	2015	21
	<b>Total</b>	<b>618</b>

Sumber: PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan<sup>5</sup>

Dari tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa dari tahun 2011 sampai tahun 2015 terjadi kenaikan dan penurunan dalam jumlah nasabah pada Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Pada tahun 2011 jumlah nasabah tabungan adalah sebanyak 58 nasabah. Namun pada tahun 2012 nasabah tabungan menjadi 277 nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan mengalami kenaikan sebanyak 219 nasabah. Pada tahun 2013 mengalami penurunan yakni sebesar 67 nasabah dari 210 jumlah nasabah. Pada tahun 2014 jumlah nasabah tabungan tersebut mengalami penurunan drastis

---

<sup>5</sup>Sumber: PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan

sebanyak 158 nasabah dari 52 jumlah nasabah. Jika dilihat pada tahun 2015 jumlah nasabah tabungan mengalami penurunan sebesar 31 nasabah dari 21 nasabah pada tahun 2015 tersebut.

Berdasarkan survei awal di atas dapat disimpulkan bahwa hal tersebut dikarenakan, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan masih kurang maksimal dan profesional. Sehingga menyebabkan kurangnya kepuasan nasabah untuk melakukan kegiatan transaksi terhadap PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Dengan begitu akan sangat sulit untuk mendapatkan nasabah yang loyal.

Berdasarkan data yang penulis dapatkan bahwa perkembangan tabungan, pada Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan selama periode tersebut mengalami perubahan yang berfluktuasi. Dimana terjadinya penurunan jumlah nasabah dari tahun 2013 ke tahun 2015.

Hal tersebut diakibatkan kurangnya tingkat kepuasan dan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank kurang profesional. Dampaknya yang terjadi adalah tabungan yang merupakan dana masyarakat yang akan disalurkan kepada masyarakat melalui pinjaman menjadi tidak seimbang, dengan jumlah bank-bank konvensional yang ada di sekitarnya.

Terjadinya perubahan yang berfluktuasi dari perkembangan tabungan pada Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan pada periode 2013-2015 mengindikasikan bahwa terjadinya penurunan loyalitas nasabah pada bank tersebut. Penulis menduga faktor yang berkemungkinan mempengaruhi loyalitas nasabah pada Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan adalah tingkat kepuasan

dan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan. Dalam hal ini sangat perlu untuk dilakukan kajian penelitian guna mengetahui sebab munculnya permasalahan tersebut. Permasalahan ini terjadi karena menurunnya kepuasan nasabah akibat kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah sehingga sulit mendapatkan nasabah yang loyal.

Merujuk pada penelitian terdahulu yaitu Adi Krismanto, ia menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci yang dijadikan pertimbangan kepuasan nasabah, selanjutnya nasabah yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang atau pengulangan selanjutnya nasabah tersebut akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain.

Pihak perbankan sangat diharapkan adanya nasabah yang memiliki loyalitas yang tinggi terhadap bank. Artinya apabila nasabah memiliki loyalitas yang tinggi tentunya akan melakukan banyak transaksi dengan pihak perbankan sehingga pada gilirannya jumlah nasabah juga mengalami peningkatan. Namun permasalahan yang terjadi adalah nasabah dengan mudah berpindah terhadap bank lain sehingga hal ini mengindikasikan bahwa kurangnya tingkat loyalitas nasabah terhadap bank.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SUMUT CABANG PEMBANTU SYARIAH PANYABUNGAN”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas yang dikemukakan peneliti, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah pokok sebagai berikut:

1. Kurang maksimalnya tingkat kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.
2. Kurang maksimalnya tingkat kepuasan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.
3. Masih Kurangnya tingkat kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.
4. Kurangnya nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

## **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti. Adapun yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melihat pengaruh tingkat kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.
2. Melihat pengaruh tingkat kepuasan nasabah ( $X_2$ ) terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

#### D. Definisi Operasional Variabel

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasional variabel. Variabel yang diteliti dibagi menjadi dua macam variabel, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas terdiri dari dua komponen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Sedangkan variabel terikatnya adalah loyalitas nasabah.

**Tabel 1.2**  
**Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.	1. Kepedulian ( <i>Empathy</i> ) 2. Keandalan ( <i>Reability</i> ) 3. Tepat waktu ( <i>Efisiensi</i> ) 4. Jaminan ( <i>Assurance</i> ) 5. Ketanggapan ( <i>Responsives</i> )	Ordinal
Kepuasan Nasabah ( $X_2$ )	Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.	1. Kebutuhan nasabah 2. Keinginan nasabah 3. Harapan nasabah	Ordinal

Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas nasabah merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan nasabah terhadap suatu produk maupun jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut dan membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang terjadi secara berulang-ulang	1. Transaksi ulang ( <i>retention</i> ) 2. Kepuasan nasabah ( <i>satisfaction</i> ) 3. perpindahan nasabah ( <i>Customer Migration</i> )	Ordinal
-----------------------	---	--	---------

Sumber: [http://supermahasiswa.multiply.com/journal/item/5/Sukses\\_Membuat\\_Proposal\\_Penelitian](http://supermahasiswa.multiply.com/journal/item/5/Sukses_Membuat_Proposal_Penelitian).<sup>6</sup>

### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan ?
2. Apakah terdapat pengaruh kepuasan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan ?
3. Apakah kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan ( $X_2$ ) sama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan?

<sup>6</sup>Sumber: [http://supermahasiswa.multiply.com/journal/item/5/Sukses\\_Membuat\\_Proposal\\_Penelitian](http://supermahasiswa.multiply.com/journal/item/5/Sukses_Membuat_Proposal_Penelitian). Di unduh pada pukul 02.30 WIB

## **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat ditetapkan tujuan dari penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan nasabah ( $X_2$ ) sama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan?

## **G. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh fungsi atau manfaat khususnya bagi peneliti. Adapun kegunaan penelitian ini dilakukan yaitu:

1. Bagi Peneliti
  - a. Sebagai sarana dalam menambah pengetahuan dan wawasan kepada peneliti yang berkaitan dengan masalah yang diteliti secara teori maupun praktik.
  - b. Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang didapatkan di bangku kuliah.
  - c. Dapat memberikan manfaat dari hasil penelitian untuk kedepannya
2. Bagi Bank

Hasil dari penelitian ini diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan membantu perusahaan untuk menilai dan melihat sejauh

mana kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan mempengaruhi terhadap loyalitas pelanggan

### 3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk perbandingan atau referensi dalam melakukan penelitian yang lebih mendalam.

## H. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai hal-hal yang akan dibahas dalam penelitian ini, maka sistematika penulisan akan diuraikan secara jelas. Adapun sistematika pembahasan yang disajikan oleh peneliti sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Dalam bab ini menjelaskan permulaan dilakukannya penelitian dan sebagai acuan dalam penelitian. Bab ini meliputi latar belakang masalah yang memaparkan alasan secara sederhana sebab timbulnya tema penelitian. Selanjutnya rumusan masalah sebagai inti dari penelitian, Kemudian dilanjutkan dengan tujuan dan kegunaan penelitian untuk mengetahui urgensi penelitian. Sebagai penutup dalam bab pertama ini diakhiri dengan sistematika pembahasan untuk mengetahui arah penulisan dalam penelitian ini.

Bab II landasan teori. Bab ini berisi telaah pustaka yang dijadikan sebagai referensi. Selain itu, dalam bab ini juga berisi tentang teori- teori yang mendasari penelitian ini, yaitu mencakup teori mengenai nasabah, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah. Sebagai penutup bab ini diakhiri dengan hipotesis penelitian yang akan diuji.



Bab III Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang gambaran cara atau teknik yang akan digunakan dalam penelitian. Cara atau teknik ini meliputi uraian tentang gambaran kondisi subjek dan objek penelitian, penentuan sampel, peralatan atau perangkat yang digunakan, baik dalam pengumpulan data maupun analisis data.

Bab IV Analisis data dan pembahasan. Bab ini merupakan inti penelitian yang berisi tentang profil perusahaan dan hasil pengolahan data. Data-data tersebut akan diolah kemudian dianalisa dan dilakukan pembahasan sesuai dengan rujukan teori dan metode yang telah ditentukan.

Bab V penutup. Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran atau hasil penelitian yang ditujukan kepada berbagai pihak serta keterbatasan penelitian yang ditujukan kepada berbagai pihak serta keterbatasan peneliti atas penelitian yang dilakukan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Loyalitas Nasabah**

##### **1. Pengertian Loyalitas Nasabah**

Menurut Herry Sutanto:

Loyalitas (kesetiaan) adalah suatu komitmen mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali sebuah produk atau jasa yang disukai pada masa depan, walaupun situasi mempengaruhi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan pengalihan perilaku.<sup>7</sup>

Nasabah adalah seseorang ataupun badan usaha yang mempunyai rekening simpanan dan pinjaman tersebut pada sebuah bank.<sup>8</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang.

##### **2. Karakteristik Loyalitas Nasabah**

Beberapa karakteristik umum yang menunjukkan kecenderungan konsumen loyal yaitu:

- a. Nasabah yang loyal terhadap produk bank akan cenderung lebih percaya diri terhadap pilihannya.
- b. Nasabah yang loyal lebih memungkinkan merasakan tingkat resiko yang lebih tinggi dalam pembeliannya.
- c. Nasabah yang loyal disebabkan oleh kualitas produk yang memuaskan.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup>Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Op. Cit.*, hlm. 284

<sup>8</sup>Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Ibid.*, hlm. 289

<sup>9</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm. 130-131

### 3. Mengukur Loyalitas Nasabah

Loyalitas perbankan dapat diukur dengan pendekatan komprehensif yang mempertimbangkan empat dimensi penting yaitu:

a. *Satisfaction* (kepuasan nasabah)

Pada dasarnya kepuasan nasabah terhadap produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Nasabah yang puas akan memberikan referensi yang baik dan akan membeli produk yang sama. Kepuasan nasabah dalam pandangan islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Menurut Qardhawi ada beberapa tingkatan kepuasan yaitu:

1) Sifat jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh anggota yang terlibat dalam perusahaan tersebut.

2) Sifat amanah

Sifat amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain baik berupa harga ataupun yang lainnya.

3) Sifat benar

Dalam melakukan transaksi, kita harus bersikap benar dan menjelaskan kekurangan produk yang ditawarkan, agar menjadi berkah.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup>M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi, Suatu Pandangan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 121-122

b. *Retention* (transaksi ulang)

Nasabah yang melakukan

transaksi berulang-ulang adalah orang-orang yang telah membeli dari dua kali atau lebih. Transaksi dalam pandangan Islam seperti yang tercantum dalam QS. Ali Imran ayat 76 yaitu: <sup>11</sup>

بَلَىٰ مَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ ۖ وَاتَّقَىٰ فَإِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَّقِينَ ﴿٧٦﴾

“Bukan demikian, sebenarnya siapa yang menepati janji yang dibuatnya dan bertakwa, Maka Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa.”<sup>12</sup>

Istilah *ahdi* dalam al-Quran mengacu kepada pernyataan seseorang untuk mengerjakan sesuatu atau untuk tidak mengerjakan sesuatu dan tidak ada sangkut-pautnya dengan orang lain. Perjanjian yang telah dibuat seseorang tidak memerlukan persetujuan pihak lain, baik setuju maupun tidak, tidak berpengaruh kepada janji yang dibuat oleh orang tersebut.

c. *Customer Migration* (perpindahan nasabah)

Pada fase ini sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui indikasi kepindahan seorang nasabah sehingga pihak bank bisa menyiapkan perlakuan khusus untuk mencegah migrasi.<sup>13</sup> Islam memposisikan nasabah

<sup>11</sup>Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 45

<sup>12</sup>Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta:Toha Putra, 2005), hlm. 59

<sup>13</sup>Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 130-131

sebagai bagian dari aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk mengumpulkan pahala dalam setiap kegiatannya.

#### **4. Loyalitas dalam Islam**

Menunjukkan loyalitas kepada orang lain bisa dilakukan dengan mengakui segala macam kontribusi yang mereka berikan, menjaga kehormatan orang lain dan membicarakan perilaku orang lain dengan semestinya. Ada salah satu cara untuk menunjukkan loyalitas dalam bisnis, yaitu menyambung hubungan baik dengan mantan partner bisnis.

Hal itu bisa disimak dalam ajaran Rasulullah SAW tentang menyambung silaturahmi kepada orang-orang kecintaannya. Islam juga menganjurkan kepada para pebisnis untuk memberikan jaminan kesejahteraan bagi pekerjanya. Selanjutnya loyalitas dari bawahan ke atasan juga dituntut Islam, dengan cara menunjukkan kinerja yang terbaik, talenta yang terbaik dari bawahan ke atasan yang bisa membawa *benefit* (keuntungan) bagi perusahaan. Dalam Islam, kompensasi dari pekerjaan terbaik yang dilakukan bawahan kepada atasan akan digantikan oleh dua pahala dari Allah.<sup>14</sup>

### **B. Kualitas Pelayanan**

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

Pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak

---

<sup>14</sup>Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 182-185

dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>15</sup>

Ramah tamah dimaksudkan bahwa pelayanan dilakukan dengan wajah ceria, wajar, dan dengan etika yang baik serta tidak menyinggung perasaan. Adil artinya pelayanan yang diberikan berdasarkan urutan antrian. Cepat dan tepat dimaksudkan pelayanan yang diberikan tidak bertele-tele dan harus dan benar. Etika adalah suatu sistem moral perilaku yang berdasarkan peraturan dan norma-norma sosial, budaya dan agama yang berlaku dalam suatu masyarakat. Etika ini mutlak penting baik dalam pergaulan antar manusia maupun dalam pemasaran bank. Karena pemasaran bank yang tidak dilandasi pelayanan dan etika yang baik akan menimbulkan persaingan yang tidak sehat. Pemasaran bank harus dilakukan dengan cara-cara yang tidak memburuk-burukkan bank lainnya.<sup>16</sup>

## **2. Ciri –Ciri Pelayanan yang Baik**

Setiap bank selalu ingin dianggap yang terbaik di mata nasabahnya. Nasabah pada intinya ingin diberikan pelayanan yang terbaik. Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik yaitu:

- a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Untuk melayani nasabah, salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank..

---

<sup>15</sup>Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm, 152.

<sup>16</sup>Malayu S.P Hasibuan. *Ibid.*, hlm, 152-153

b. Tersedia karyawan yang baik

Petugas *Customer Service* harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik.

c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah

Petugas *Customer Service* harus mampu melayani nasabah dari awal sampai tuntas atau selesai.

d. Mampu melayani Secara cepat dan tepat

Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan..

e. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Petugas *Customer Service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Agar dapat menghadapi nasabah dengan mudah.

f. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

*Customer Service* harus cepat tanggap apa yang diinginkan nasabah. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

g. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada bank mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan.

h. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas *customer service* harus mampu menjaga rahasia nasabah

terhadap siapa pun. Rahasia bank merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada bank.<sup>17</sup>

### 3. Dasar-Dasar Pelayanan Nasabah

Agar pelayanan yang diberikan *Customer Service* dapat memuaskan nasabah, maka harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang baik yakni:

- a. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih

Artinya petugas *Customer Service* harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik.

- b. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum

Dalam melayani nasabah petugas *Customer Service* tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Selain itu murah senyum dengan raut wajah yang menarik hati serta tidak dibuat-buat.

- c. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika mengenal nasabah

Pada saat nasabah datang petugas *Customer Service* harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyebut namanya.<sup>18</sup>

- d. Bergairah dalam melayani nasabah serta menunjukkan kemampuannya

Ketika melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu, atau kurang semangat.

Tetapi tunjukkan pelayanan yang prima.

---

<sup>17</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 186

<sup>18</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 252



- e. Jangan menyela atau memotong pembicaraan

Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan.

- f. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani

Artinya jika pegawai bank sibuk, maka beritahukan kepada nasabah.

- g. Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan.

Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal.

- h. Jika tak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan

Artinya jika ada pertanyaan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh petugas *customer service*, maka harus meminta bantuan kepada petugas yang mampu.<sup>19</sup>

#### 4. Konsep Kualitas Pelayanan

Pelayanan timbul dari kreativitas para pelaku bisnis yang kemudian diikuti dengan organisasi nirlaba dan instansi pemerintah. Ada lima faktor dalam pelayanan yaitu:<sup>20</sup>

- a. Kemampuan (*ability*)

Yaitu suatu pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima. Artinya seluruh pegawai bank syariah harus memahami apa yang dimaksud dengan bank syariah serta seluruh produk bank syariah tersebut.

---

<sup>19</sup>Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Padangsidempuan: Diktat, 2014), hlm, 94-97

<sup>20</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 215-216

b. Sikap (*attitude*)

Yaitu perilaku, sikap dan perilaku yang harus ditonjolkan oleh pegawai ketika menghadapi pelanggan.

c. Penampilan (*appearance*)

Penampilan seorang pegawai bank baik yang bersifat fisik maupun non fisik mampu merefleksikan kepercayaan diri pada nasabah.

d. Perhatian (*attention*)

Karyawan harus mampu memberikan kepedulian penuh terhadap pelanggan, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan tetapi pemahaman atas saran dan kritiknya.

e. Tindakan (*action*)

Karyawan harus mampu memberikan berbagai kegiatan nyata yang harus diberikan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

## **5. Karakteristik Kualitas Pelayanan**

Berikut ini merupakan karakteristik kualitas pelayanan yakni:

a. Ketepatan waktu pelayanan

yaitu kemampuan untuk menyelesaikan pelayanan dengan waktu proses yang lebih cepat sehingga dapat meminimalkan waktu tunggu bagi nasabah.

b. Akurasi pelayanan

yaitu pelayanan yang berkaitan dengan reliabilitas pelayanan, tanggungjawab dan bebas dari kesalahan.

c. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan

Yaitu pelayanan yang diberikan harus dengan sopan dan santun agar nasabah merasa nyaman akan pelayanan yang diberikan.

d. Kelengkapan

Yaitu ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan *komplementer* lainnya, seperti buku pedoman, denah dan sebagainya.

## 6. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada bank tersebut, ada beberapa strategi guna untuk mencapai harapan-harapan nasabah yaitu:

- a. Pihak bank dapat memasang harga 9-10% lebih mahal untuk produk yang sama baiknya
- b. Tumbuh dua kali lebih cepat dari pesaingnya
- c. Meningkatkan pangsa pasarnya sampai 6% per tahun, sementara perusahaan memiliki pelayanan yang buruk kehilangan pangsa pasar 2% pertahun.
- d. Memperoleh keuntungan penjualan 12% lebih tinggi dari perusahaan yang memiliki pelayanan buruk.<sup>21</sup>

## 7. Mengukur Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima kriteria pokok yaitu:

a. Kepedulian (*empathy*)

Kepedulian yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah. Bentuk perhatian terhadap nasabah bermacam-macam sesuai dengan kondisi nasabah dan situasi keadaan yang ada kalanya

---

<sup>21</sup>Ali Hasan. *Op. Cit.*, hlm. 135

seorang yang datang dengan perasaan yang kalut, marah-marah. Atau stres. Seorang karyawan perlu memahami perasaan yang seperti itu agar dapat melakukan tindakan yang sesuai dengan kondisi psikologis nasabah.

Dalam surah al-Baqarah ayat 177 Allah berfirman:

لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُوَلُّوا وُجُوهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ  
 مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ  
 وَءَاتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ  
 وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى  
 الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي  
 الْبَأْسَاءِ وَالصَّرَآءِ وَحِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَأُولَئِكَ  
 هُمُ الْمُتَّقُونَ

“Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan (memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa.”<sup>22</sup>

<sup>22</sup>Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta:Toha Putra, 2005), hlm. 27

Dari keterangan ayat di atas dapat dijelaskan dan disimpulkan bahwa segala perbuatan ibadah apapun itu yang disebut sebagai kebajikan atau amal shaleh juga harus diikuti dengan pengahayatan dan perasaan saling mengasihi sesama manusia, peduli pada orang lain itulah yang disebut kebajikan, dan orang yang berbuat demikian adalah orang yang bertakwa.

b. Keandalan (*reability*)

Keandalan yaitu Kemampuan perusahaan (bank) untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, tepat dan terpercaya. Kualitas pelayanan ini umumnya terlihat dalam kerja sehari-hari, misalnya jika pada waktu tertentu terdapat kesalahan, hal ini akan memberikan indikasi kualitas pelayanan yang menurun, contohnya adalah ketepatan waktu dan kecepatan dalam melayani nasabah. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umatnya untuk menepati janji yang telah dibuat. Keandalan dalam al-Quran surah An-Nahl ayat 91

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ  
تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا

تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

“Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpahmu itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.”<sup>23</sup>

<sup>23</sup>Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta:Toha Putra, 2005), hlm.

Tafsir ayat di atas adalah mengenai pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa.

c. Tepat waktu (*efisiensi*)

Tepat waktu yaitu kecepatan dalam menangani transaksi nasabah dan dalam hal layanan yang lain. Artinya pegawai bank harus memberikan pelayanan secara tepat waktu tanpa mengulur-ulur waktunya kepada nasabah. Seperti firman Allah SWT dalam surah al-Asr ayat 1:3 yaitu:

إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَّاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَّاصَوْا  
بِالصَّبْرِ

“Kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran.<sup>24</sup>

Ayat di atas menjelaskan kepada kita bahwa manusia itu akan rugi, jika ia lalai terhadap waktu. Ayat ini secara tegas menjelaskan bahwa bagi manusia yang tidak menghargai waktu untuk hal-hal yang bermanfaat niscaya manusia itu akan rugi.

<sup>24</sup>Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta:Toha Putra, 2005), hlm.

d. Jaminan (*assurance*)

Jaminan yaitu kemampuan pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan para nasabah pada bank. Baik itu dari segi pengetahuan, sopan santun, rasa aman, bebas dari bahaya dan resiko yang dapat diberikan pegawai kepada pelanggannya. Dalam al-Quran jaminan tercantum pada QS. Yusuf ayat 66 yaitu:

قَالَ لَنْ أُرْسِلَهُ مَعَكُمْ حَتَّى تُؤْتُونِ مَوْثِقًا مِّنَ اللَّهِ لَتَأْتِنِي  
بِهِ إِلَّا أَنْ تُحَاطَ بِكُمْ ط فَلَمَّا آتَوْهُ مَوْثِقَهُمْ قَالَ اللَّهُ عَلَىٰ مَا نَقُولُ  
وَكَيلٌ

“Ya'qub berkata: "Aku sekali-kali tidak akan melepaskannya (pergi) bersama-sama kamu, sebelum kamu memberikan kepadaku janji yang teguh atas nama Allah, bahwa kamu pasti akan membawanya kepadaku kembali, kecuali jika kamu dikepung musuh". tatkala mereka memberikan janji mereka, Maka Ya'qub berkata: "Allah adalah saksi terhadap apa yang kita ucapkan (ini)".<sup>25</sup>

Dari keterangan ayat diatas, dapat dijelaskan bahwa mengambil janji yang kuat untuk menciptakan kepercayaan untuk melaksanakan tugas yang penting, merupakan metode yang telah dicontohkan di dalam al-Quran. Dalam melaksanakan urusan-urusan sosial dan membuat kontrak, seharusnya seorang muslim melakukannya dengan baik dan hati-hati. Akan tetapi hal itu jangan sampai melalaikan kita dari tawakkal kepada Allah SWT.

<sup>25</sup>Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta:Toha Putra, 2005), hlm.

Pendapat ulama tentang asuransi yaitu Abdul Wahab Khalaf, Mustafa Ahmad Zarqa, Muhammad Yusuf Musa yakni:

- 1) Tidak ada nash al-Quran maupun nash al-Hadis yang melarang asuransi
- 2) Kedua pihak yang berjanji dengan penuh kerelaan menerima operasi ini dilakukan dengan memikul tanggung jawab masing-masing.
- 3) Asuransi tidak merugikan salah satu atau kedua belah pihak dan bahkan asuransi menguntungkan kedua belah pihak.<sup>26</sup>

e. Ketanggapan (*responsiveness*)

Ketanggapan yaitu kemampuan pegawai bank untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik. Tingkat kepekaan yang tinggi terhadap nasabah perlu diikuti dengan tindakan yang tepat sesuai dengan kebutuhan tersebut.<sup>27</sup> Ketanggapan dalam islam tertera pada firman Allah SWT dalam QS. al-Insyiqaaq ayat 7 yakni:

فَأَمَّا مَنْ أَوْتِيَ كِتَابَهُ بِيَمِينِهِ ۖ

“Adapun orang yang diberikan kitabnya dari sebelah kanannya”<sup>28</sup>

Penjelasan ayat di atas adalah sesungguhnya Allah memerintahkan setiap muslim untuk bertindak sungguh-sungguh serta profesional dalam setiap pekerjaannya, agar tidak ada yang terdzalimi.

<sup>26</sup>Hendi Suhendi. *Ibid.*, hlm. 310-311

<sup>27</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.*, hlm. 221.

<sup>28</sup>Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta:Toha Putra, 2005), hlm.



## 8. Kualitas Pelayanan dalam Islam

Konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tercantum dalam Al-Quran surat Ali Imran ayat 159 yakni:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا  
 مِنْ حَوْلِكَ<sup>ط</sup> فَاعْفُ عَنْهُمْ<sup>ط</sup> وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ<sup>ط</sup> فَإِذَا  
 عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ<sup>ج</sup> إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”Maksudnya: urusan peperangan dan hal-hal duniawiyah lainnya, seperti urusan politik, ekonomi, kemasyarakatan dan lain-lainnya.”<sup>29</sup>

Berdasarkan ayat di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahlebutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh-jauh sikap keras

<sup>29</sup> Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta:Toha Putra, 2005), hlm. 71

hati dan haus memiliki sifat pemaaf kepada konsumen agar konsumen terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

## C. Kepuasan Nasabah

### 1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Dalam buku Manajemen Pemasaran Terjemahan Benyamin Molan.

Philip Kotler mengatakan bahwa:

“Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan”.<sup>30</sup>

Sedangkan Husein Umar mengatakan bahwa:

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Jika seorang nasabah merasa puas dengan nilai yang diberikan, sangat besar kemungkinannya menjadi nasabah dalam waktu yang lama.<sup>31</sup>

Penjelasan dari definisi di atas yaitu menyangkut komponen kepuasan nasabah (harapan kinerja/hasil yang dirasakan). Umumnya harapan nasabah merupakan perkiraan atau keyakinan nasabah tentang apa yang akan diterimanya apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik itu berupa barang atau jasa.

Sehingga sebelum nasabah membeli suatu produk ia sudah mempunyai harapan atas kualitas produk yang akan di dapat. Sedangkan kinerja yang

---

<sup>30</sup>Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), hlm, 36. Lih. Terjemahan. Philip Kotler dan Keller Lane, *Marketing Management*, (New Jersey: Upper Saddle River, 2001).

<sup>31</sup>Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis, Teknik Menganalisis Rencana Bisnis Secara Komprehensif*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), hlm. 6

dirasakan oleh nasabah adalah persepsi nasabah terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang di beli.

## **2. Jenis-Jenis Kepuasan Nasabah**

Ada tiga jenis kepuasan nasabah yaitu:

- a. Puas dengan produk atau jasa bank karena kualitasnya tinggi serta jangkauannya yang luas
- b. Puas dengan cara menjualnya yaitu dengan cara:
  - 1) Ramah, sopan, akrab
  - 2) Murah senyum
  - 3) Menyenangkan
  - 4) Tanggap, cepat, dan cermat
- c. Puas dengan harganya:
  - 1) Murah atau mahal sesuai harapan
  - 2) Bersaing<sup>32</sup>

Jadi dapat disimpulkan Kepuasan karyawan akan mendorong bangkitnya loyalitas karyawan pada perusahaan. Selanjutnya loyalitas karyawan akan berdampak pada peningkatan produktivitas. Produktivitas karyawan akan menciptakan dan menentukan kepuasan pelanggan atau nasabah.

## **3. Mengukur Kepuasan Nasabah**

Agar kita tahu bahwa nasabah puas atau tidak puas berhubungan dengan bank, maka perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan nasabah. Dalam menentukan seberapa besar kepuasan nasabah terhadap suatu bank dapat

---

<sup>32</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.*, hlm. 199-200

dilakukan berbagai cara. Adapun Pengukuran kepuasan nasabah yang dapat dilakukan yaitu:

a. Kebutuhan nasabah

Yaitu segala sesuatu baik itu berupa barang atau jasa yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan tertentu. Kebutuhan yang paling mendasar adalah kebutuhan pokok yaitu sandang (pakaian), pangan (makanan) dan papan (rumah). Mengacu pada pemikiran as-Syatibi, bahwa kebutuhan dasar manusia harus mencakup lima hal, yaitu terjaganya kehidupan beragama (*ad-din*), terpeliharanya jiwa (*an-nafs*), terjaminnya berkreasi dan berfikir (*al-aql*), terpenuhinya kebutuhan materi (*al-mal*) dan berkelangsungan meneruskan keturunan (*an-nasl*). Maka orientasi yang dibangun dalam melakukan produksi adalah tindakan yang seharusnya dilakukan oleh setiap ekonomi muslim dalam mengarahkan kegiatan produksinya untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia yang lima tersebut. Hal ini tercantum dalam QS. al-Baqarah ayat 261 yaitu:<sup>33</sup>

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ  
سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ ۗ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ ۗ وَاللَّهُ  
وَاسِعٌ عَلِيمٌ

“Perumpamaan nafkah yang dikeluarkan oleh orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah

<sup>33</sup> M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia. *Op. Cit.*, hlm. 103-104

melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui.”<sup>34</sup>

Keterangan ayat diatas dapat dijelaskan bahwa ajaran islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut maka martabat manusia bisa meningkat, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang atau jasa yang halal dan baik saja secara wajar serta tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan dibolehkan selama hal itu mampu menambah *masalahah* ataupun tidak mendatangkan *kemudharatan*.

b. Keinginan nasabah

Yaitu sesuatu tambahan atas kebutuhan yang diharapkan dapat dipenuhi sehingga manusia dapat merasa lebih baik. Namun bila keinginan tersebut tidak terpenuhi maka sebenarnya kesejahteraannya tidak berkurang. Keinginan dalam islam tercantum pada QS. al-Baqarah ; 261 yaitu:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ  
سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ  
وَاسِعٌ عَلِيمٌ

“Perumpamaan nafkah yang dikeluarkan oleh orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui.”<sup>35</sup>

<sup>34</sup>Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta:Toha Putra, 2005), hlm. 44

<sup>35</sup>Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta:Toha Putra, 2005), hlm. 44

Ajaran islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut maka martabat manusia bisa meningkat, namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang dan jasa yang halal dan baik saja secara wajar serta tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan dibolehkan selama hal itu mampu menambah *maslahah* ataupun tidak mendatangkan *kemudaratan*.

c. Harapan nasabah

Yaitu bentuk dasar dari kepercayaan akan sesuatu yang diinginkan akan didapatkan atau suatu kejadian akan berbuah kebaikan di waktu yang akan datang. Pada umumnya harapan berbentuk abstrak, tidak tampak, namun diyakini bahwa apa yang diharapkan akan terwujud.<sup>36</sup> Islam menganjurkan manusia untuk selalu berharap, namun dalam islam yang dimaksud berharap yaitu berharap pada kemurahan Allah SWT adalah tuhan yang maha kuasa atas segalanya. Allah SWT berfirman dalam surat al-Insyiqaaq ayat 8 yaitu:

فَسَوْفَ تُحَاسَبُ حِسَابًا يَسِيرًا

“Maka Dia akan diperiksa dengan pemeriksaan yang mudah”.<sup>37</sup>

Berdasarkan firman Allah SWT diatas dapat kita tarik kesimpulan bahwa islam menganjurkan manusia untuk selalu berharap pada Allah SWT.

---

<sup>36</sup>Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm. 45

<sup>37</sup>Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta:Toha Putra, 2005), hlm. 589

Allah memerintahkan kita agar hanya kepada Allah saja hendaknya kita berharap. Oleh karena itu, Imam Baihaqi menyebutkan bahwa berharap pada Allah merupakan iman seorang muslim. Jadi kalau kita tidak berharap atau sedikit harapan kita pada Allah berarti tidak sempurna imannya.

#### 4. Kepuasan Nasabah dalam Islam

Adapun kepuasan nasabah dalam perspektif islam yakni:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ نَفَّسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَّسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ { رواه مسلم }

“Dari Abu Hurairah r.a berkata, bahwa Rasulullah SAW. Bersabda, “Barang siapa yang membebaskan seorang mukmin dari himpitan kehidupan di dunia, Allah akan membebaskannya kelak dari himpitan di hari akhir. Dan barang siapa yang memudahkan orang yang sedang dalam kesulitan, Allah akan memudahkan kesulitannya di dunia dan di akhirat. Dan barang siapa yang menutupi aib seorang muslim, Allah pun akan menutupi aibnya di dunia dan di akhirat. Dan Allah akan selalu menolong seorang hamba, selagi hamba tersebut selalu menolong saudaranya”.(H.R. Muslim)<sup>38</sup>

Penjelasan kata “yassara” dalam hadis diatas diterjemahkan oleh Ibnu Hajar Al-Atsqalani dalam *Fathul Bari-nya*. Kata yassara secara bahasa memiliki arti longgar, toleransi, membuat orang lain senang, dan memperbolehkan. Dengan demikian, seorang pebisnis yang baik akan memudahkan, toleransi, dan menyenangkan orang lain ketika bertransaksi dengannya sehingga siapa pun

<sup>38</sup>Razak dan Rais Lathief, *Terjemahan Hadis Shahih Muslim*, (Jakarta: Pustaka Al-Husna, 1988), hlm. 398

“betah dan puas” bermuamalah dengannya, baik ketika jual beli maupun ketika menagih pembayaran (utang).

## **D. Nasabah**

### **1. Pengertian Nasabah**

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.<sup>39</sup> Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa nasabah adalah individu (perorangan) yang melakukan kegiatan transaksi pada suatu instansi atau pada perusahaan tertentu.

### **2. Sifat-Sifat Nasabah**

Dalam melayani nasabah sebaiknya seorang *customer service* mampu memahami dan mengerti akan sifat-sifat masing-masing nasabahnya. Hal ini disebabkan masing-masing nasabah memiliki sifat-sifat yang berbeda, misalnya daerah asal, agama, pendidikan, pengalaman, dan budaya. Berikut ini sifat-sifat nasabah yang harus dikenal yaitu:

#### **a. Nasabah dianggap sebagai raja**

Petugas *customer service* harus menganggap nasabah sebagai raja, artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral.

#### **b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya**

---

<sup>39</sup>M. Nur Rianto Al Arif, , *Op. Cit.*, hlm. 189



Kedatangan nasabah ke bank adalah agar hasrat atau keinginannya terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi, atau keluhan-keluhan.

- c. Tidak mau berdebat dan tidak mau disinggung

Usaha setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks. Pandai-pandailah mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

- d. Nasabah mau diperhatikan

Nasabah yang datang ke bank pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Jangan sekali-sekali menyepelekan atau membiarkan nasabah, berikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.

- e. Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

Pendapatan utama bank adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya.

### **3. Sikap Melayani Nasabah**

Berikut ini beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani nasabah:

- a. Beri kesempatan nasabah berbicara

Artinya, petugas *customer service* memberikan kesempatan kepada nasabah untuk mengemukakan keinginannya dan berusaha memahami kebutuhan nasabah.

- b. Dengarkan baik-baik

*customer service* harus mendengar dan menyimak baik-baik tanpa membuat gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan.

c. Jangan menyela pembicaraan

Sebelum nasabah selesai bicara petugas *customer service* dilarang memotong atau menyela pembicaraan.

d. Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai bicara

Mengajukan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik dan jelas.

e. Jangan marah dan mudah tersinggung

Cara bicara, sikap atau nada bicara jangan sekali-sekali menyinggung nasabah. Usahakan tetap sabar dalam melayaninya.

f. Jangan mendebat nasabah

Jangan sekali-sekali berdebat atau memberikan argumen yang tidak dapat diterima oleh nasabah.

g. Jaga sikap sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang

Melayani nasabah harus sopan santun, ramah tamah selalu dijaga dan emosi harus tetap terkendali.

h. Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya

*Customer Service* sebaiknya tidak menangani tugas-tugas yang bukan menjadi wewenangnya. Serahkan kepada petugas yang berhak sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank, Op. Cit.*, hlm. 183-186

#### 4. Sebab-Sebab Nasabah Kabur

Berikut ini beberapa sebab nasabah meninggalkan bank, yaitu:

a. Pelayanan yang tidak memuaskan

Nasabah merasa tidak dilayani dengan baik, merasa disepelekan dan tidak diperhatikan sehingga nasabah tersinggung.

b. Produk yang tidak baik

Produk yang ditawarkan tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dibandingkan dengan produk yang ditawarkan pesaing.

c. Ingkar janji dan tidak tepat waktu

Petugas *Customer Service* tidak menepati janji seperti waktu pelayanan. Begitu juga dengan penyelesaian pekerjaan yang tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

d. Biaya yang relatif mahal

Biaya yang dibebankan pada nasabah relatif mahal seperti, biaya administrasi dan lainnya jika dibandingkan dari bank pesaing. Hal ini dapat menyebabkan nasabah lari dari bank yang bersangkutan ke bank lain.<sup>41</sup>

#### 5. Menarik dan Mempertahankan Nasabah

Kunci untuk mempertahankan nasabah adalah kepuasan nasabah yakni:

a. Karena pada dasarnya penambahan nasabah suatu bank dalam setiap periodenya berasal dari 2 kelompok yaitu nasabah baru dan nasabah lama.

---

<sup>41</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank, Ibid.*, hlm. 188-189

Akan tetapi, lebih mahal upaya untuk menarik nasabah baru daripada mempertahankan nasabah saat ini. Oleh sebab itu mempertahankan nasabah lebih kritis daripada menarik nasabah baru.

- b. Biaya untuk menarik nasabah baru diperkirakan lima kali dari biaya memuaskan nasabah lama.
- c. Karena biaya untuk menarik nasabah baru lebih tinggi daripada nilai seumur hidup nasabah lama, bank harus mengeluarkan biaya yang lebih banyak daripada nilai nasabah baru tersebut.
- d. Menentukan dan mengukur tingkat bertahannya nasabah bank.
- e. Membedakan berbagai penyebab hilang atau kaburnya nasabah. Misalnya, disebabkan karena buruknya pelayanan atau produknya tidak bagus.
- f. Menciptakan hambatan beralih pemasok yang besar. Artinya nasabah cenderung tidak akan beralih pemasok jika biaya modalnya tinggi, biaya pencairannya tinggi, potongan sebagai nasabah setia hilang.
- g. Memberikan kepuasan nasabah yang tinggi, akibatnya nasabah akan loyal.<sup>42</sup>

## 6. Memudahkan Nasabah dalam Islam

Memudahkan nasabah dalam perspektif islam, dapat dilihat dari firman Allah SWT yakni:

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ ۚ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ ۖ  
 إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

<sup>42</sup>Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Op. Cit.*, hlm. 283-284

“Dan jika (orang yang berhutang itu) dalam kesukaran, Maka berilah tangguh sampai Dia berkelapangan. dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui”.<sup>43</sup>

Maksud penjelasan ayat diatas adalah tetap memberikan kelapangan pada pihak yang berhutang, khususnya jika ia sedang dalam kondisi kesulitan. Dengan begitu dapat disimpulkan, jika seseorang dalam kesukaran dalam menyelesaikan hutang, maka kita harus memberikan keringanan pada orang tersebut sampai kapan ia mampu untuk menyelesaikannya.

#### E. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi minat menjadi nasabah pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu, sehingga dalam hal ini peneliti bukan satusatunya peneliti yang pernah membahas hal tersebut. maksud dikemukakannya hasil penelitian terdahulu adalah untuk mendukung isi dari penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Gina Nadiya Suary, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan di Perbankan	Metode yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda.	Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel independen yaitu: promosi, nisbah bagi hasil, citra perusahaan,

<sup>43</sup>Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta:Toha Putra, 2005), hlm. 47

	(2014). <sup>44</sup> (Skripsi)	Syariah Yogyakarta (Studi Kasus pada BNI Syariah Cabang Yogyakarta).		kualitas pelayanan, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta dan variabel produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.
2	Didik Kurniawan (2013). <sup>45</sup> (Skripsi).	Pengaruh Kualitas Pelayanan, kualitas produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank BPD DIY Syariah). (Skripsi).	Metode yang digunakan adalah Regresi Berganda	hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, Nilai Nasabah dan Kepuasan Nasabah secara bersama- sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.
3	Adi Krismanto, Universitas Diponegoro, Semarang (2009). <sup>46</sup> (Skripsi)	Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah.	Metode yang digunakan adalah dengan teknik SEM ( <i>Structural Equation Model</i> )	Hasil penelitian ini menunjukkan diantaranya kualitas pelayanan berdampak positif terhadap kepuasan nasabah. Penanganan komplain berdampak secara positif terhadap kepuasan nasabah.

<sup>44</sup>D:My Downloads/Documents/skripsi/Gina. Pdf. Diunduh pada pukul: 02:05 PM, 24 November 2016

<sup>45</sup>D:My Downloads/Documents/skripsi/BAB I,V, DAFTAR PUSTAKA. Pdf. Diunduh pada pukul 02:12PM, 04 Oktober 2016

<sup>46</sup>D:My Downloads/Documents/skripsi/Adi Krismanto 3. Pdf. Diunduh pada pukul 03:32 PM, 25 Oktober 2016

				Pengembangan citra terhadap loyalitas nasabah adalah berdampak positif.
4	Fitri Wardani Harahap. IAIN PSP. 2016. <sup>47</sup> (Skripsi)	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan iB Muamalat (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Rantauprapat).	Metode yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat, secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat, secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat, secara simultan Bagi hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat.

---

<sup>47</sup>D:/My Documents/File/skripsi/ Fitri Wardani Harahap. IAIN PSP. Pdf. Diunduh pada pukul 02:00 PM, 15 Oktober 2016

Perbedaan penelitian Gina Nadiya Suary dengan penelitian ini yaitu: perbedaannya, penelitian pertama dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan di Perbankan Syariah Yogyakarta (Studi Kasus pada BNI Syariah Cabang Yogyakarta). Sedangkan penelitian ini dengan judul Analisis Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Panyabungan. Variabel yang dipakai adalah variabel promosi, nisbah bagi hasil, citra perusahaan, kualitas pelayanan, kepuasan. Sedangkan pada penelitian ini variabel yang digunakan hanya tingkat kepuasan dan kualitas pelayanan. Persamaannya, penelitian pertama dengan penelitian yang saya lakukan dapat dilihat dari metode yang digunakan sama-sama menggunakan metode regresi linear berganda.

Perbedaan penelitian Didik Kurniawan dengan penelitian ini yaitu: perbedaannya, penelitian kedua dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, kualitas produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank BPD DIY Syariah). Sedangkan pada penelitian ini adalah Analisis Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Panyabungan. Variabel yang digunakan pada penelitian kedua adalah variabel Kualitas Pelayanan, kualitas produk dan Nilai Nasabah, kepuasan, sedangkan penelitian ini variabelnya yaitu tingkat kepuasan dan tingkat kualitas pelayanan. Metode yang digunakan pada penelitian kedua dengan penelitian ini adalah sama-sama regresi linear berganda.

Perbedaan dan persamaan penelitian Adi Krismanto dengan penelitian ini yaitu: penelitian ketiga dengan judul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah, sedangkan pada penelitian ini juga Analisis loyalitas nasabah



pada PT. Bank Sumut Capem Syariah Panyabungan. Metode yang digunakan penelitian ketiga adalah metode SEM (*Structural Equation Model*). Sedangkan pada penelitian ini dengan metode regresi linear berganda. Variabel penelitian ketiga adalah kualitas pelayanan, penanganan komplain dan citra. Sedangkan pada penelitian ini variabel yang dipakai hanya kepuasan dan kualitas pelayanan saja.

Perbedaan pada penelitian Fitri Wardani Harahap dengan penelitian ini yaitu yang berjudul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan iB Muamalat (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Rantauprapat). Sedangkan peneliti sendiri berjudul Analisis Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Persamaan penelitian terdahulu dengan peneliti ini adalah sama-sama berpengaruh negatif pada variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

## **F. Kerangka Pikir**

Menurut Abdul Hamid kerangka pemikiran adalah “sintesa dari serangkaian yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternative dan serangkaian masalah yang ditetapkan”.<sup>48</sup>

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang dilakukan Bank Sumut Capem Syariah Panyabungan harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada

---

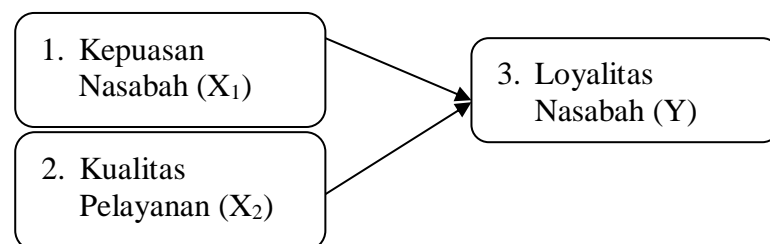
<sup>48</sup>Abdul Hamid, *Metode Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm, 26.

nasabah baik dari segi sarana maupun prasarana, agar nasabah merasa nyaman dan tetap betah dalam melakukan berbagai transaksi dalam bank tersebut.

Kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Artinya Bank Sumut Capem Syariah Panyabungan harus mampu memberikan dan memikirkan kepuasan nasabah baik dari segi produk, jasa maupun fasilitas lainnya. Apabila nasabah merasa puas setelah melakukan transaksi maka akan menimbulkan keinginan nasabah untuk menggunakan layanan tersebut.

Loyalitas nasabah merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan nasabah terhadap suatu produk maupun jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut dan membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang terjadi secara berulang-ulang. Oleh karena itu, Bank Sumut Capem Syariah Panyabungan harus mampu memberikan peluang yang baik bagi nasabah guna mementingkan kepuasan nasabah dan pelayanannya agar nasabah menjadi loyal atau setia kepada bank tersebut. Kerangka penelitian dalam penelitian ini dapat dilihat dalam bagan sebagai berikut:

**Bagan 2.1**  
**Kerangka Pikir**



## G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani, yang terdiri atas kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dari dan tesis berarti pendapat. Dengan kata lain, hipotesis dapat didefinisikan sebagai pendapat, jawaban atau dugaan yang bersifat sementara dari suatu persoalan yang diajukan, yang kebenarannya masih perlu dibuktikan lebih lanjut.<sup>49</sup>

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh serta hubungan yang positif antara dua variabel atau lebih perlu dirumuskan suatu hipotesis. Penelitian ini bermaksud memperoleh gambaran objektif tentang pengaruh kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Capem Syariah Panyabungan. Adapun yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

- H<sub>o1</sub> : Tidak ada pengaruh antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Capem Syariah Panyabungan
- H<sub>a1</sub> : Ada pengaruh antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Capem Syariah Panyabungan.
- H<sub>o2</sub> : Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Capem Syariah Panyabungan.
- H<sub>a2</sub> : Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Capem Syariah Panyabungan.<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup>Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999), hlm, 58.

<sup>50</sup>*Ibid.*, hlm, 63-64

Dari survei sementara yang peneliti telah lakukan di PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan ditetapkan suatu hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut: adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Sedangkan waktu pelaksanaan penelitian diperkirakan mulai dari 31 Mei 2016 sampai dengan 14 Desember 2016.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang bersifat objektif, mencakup pengumpulan data dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.<sup>51</sup> Penelitian ini menggambarkan dan menjelaskan variabel independen (kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan) sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah).

#### **C. Sumber Data**

Sumber data dilihat dari cara mengambil atau memperoleh data. Adapun sumbernya berupa data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi. Metode

---

<sup>51</sup>Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2009), hlm, 19.

pengumpulan data dapat diperoleh dari sejumlah nasabah, karyawan dan pihak perbankan.<sup>52</sup> Sedangkan data sekunder peneliti ambil dari buku-buku yang berkenaan dengan penelitian ini.

## **D. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian dan sampel adalah sebagian objek yang mewakili populasi yang dipilih dengan cara tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah nasabah tabungan yang ada di Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Dimana populasi yang digunakan adalah jumlah nasabah tabungan dari tahun 2011 sampai 2015 yaitu sebanyak 618 populasi.

### **2. Sampel**

Sampel merupakan suatu bagian (*subset*) dari populasi. Hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel. Dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi.<sup>53</sup>

Menurut Suharsimi Arikunto mengatakan bahwa

sampel adalah “sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Suharsimi Arikunto, jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih tergantung kemampuan peneliti dari berbagai macam segi.”<sup>54</sup>

---

<sup>52</sup>Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi, Op.Cit.*, hlm, 121

<sup>53</sup>Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif, Op. Cit.*, hlm, 145-147.

<sup>54</sup>Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), hlm, 107

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka metode yang digunakan adalah *simple random sampling*. Metode penarikan sampel secara acak sederhana merupakan suatu prosedur yang memungkinkan setiap elemen dalam populasi akan memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel.

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Suharsimi Arikunto yaitu pengambilan sampelnya sebesar 10% dari 618 populasi maka sampelnya adalah 61,8 responden atau dibulatkan menjadi 62 responden. Berdasarkan keterangan diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 62 responden.

## **E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data**

Instrumen adalah alat untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka peneliti menggunakan beberapa instrumen yaitu:

### **1. Kuesioner/Angket**

Angket merupakan suatu instrumen yang digunakan untuk penyempurnaan pengumpulan data. Proses pengumpulan data dengan menggunakan angket ini adalah dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan dapat bersifat terbuka, yaitu jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Daftar pertanyaan juga dapat bersifat tertutup, yaitu alternatif jawaban telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti.

Adapun kuesioner yang digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* dengan rumusan sebagai berikut:<sup>55</sup>

**Tabel 3.1**  
**Kuesiner Penelitian**

<b>Keterangan</b>	SS	S	AS	KS	STS
<b>Nilai Positif</b>	5	4	3	2	1
<b>Nilai Negatif</b>	1	2	3	4	5

Keterangan :

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. AS : Agak Setuju
4. KS : Kurang Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Setiap menyusun pertanyaan-pertanyaan kuisisioner tentang variabel-variabel penelitian ini, penulis berpedoman pada kisi-kisi yang sudah ditetapkan berdasarkan teori yaitu:

**Tabel 3.2**  
**Angket Variabel Independen**

<b>No</b>	<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Nomor soal</b>
1	Kualitas Pelayanan	1. Kepedulian 2. Kemampuan	1 dan 2, 3 dan 4

<sup>55</sup>Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 162



		3. Tepat waktu 4. Jaminan 5. Kemauan	5 dan 6 7 dan 8 9 dan 10
2	Kepuasan Nasabah	1. Kebutuhan nasabah 2. Keinginan nasabah 3. Harapan nasabah	1,2, dan 3 4,5,6 dan 7 8,9, dan 10

**Tabel 3.3**  
**Angket Variabel Dependen**

No	Variabel	Indikator	Nomor soal
1	Loyalitas Nasabah	1. Pembelian ulang 2. Rekomendasi kepada lain orang 3. Menambah frekuensi konsumsi 4. Menceritakan hal-hal positif tentang produk	1, 2 dan 3 4,dan 5 6,7, dan 8 9 dan 10

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk melihat apakah variabel atau pertanyaan yang diajukan mewakili segala informasi yang seharusnya diukur atau validitas menyangkut kemampuan suatu pertanyaan dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{\text{hasil}} \text{ positif}$ , serta  $r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$ , maka hal ini berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut valid.
- b. Jika  $r_{\text{hasil}} \text{ negatif}$ , dan  $r_{\text{hasil}} < r_{\text{tabel}}$ , maka hal itu berarti bahwa butir atau item pertanyaan tersebut tidak valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *one shot methode* atau Pengukuran sekali saja. Untuk mengukur reliabilitas dengan melihat *cronbach alpha*. Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$ . Jika nilai *cronbach alpha*  $< 0,60$  maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk variabel tersebut tidak *reliable*.<sup>56</sup>

## **G. Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan statistik data berupa *man, sum, standar deviasi, variance, range*, dan lain-lain, dan untuk mengukur distribusi data apakah normal atau tidak dengan ukuran *skewness* dan *kurtosis*.

## **H. Teknik Analisis Data**

Analisis penelitian ini menggunakan asumsi klasik yaitu pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah model penelitian ini adalah model yang baik jika memenuhi beberapa asumsi, diantaranya:

### **1. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normallitas**

---

<sup>56</sup>Toha Anggoro, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Universitas Terbuka, 2007), hlm. 36-38

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independent atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov*. Jika nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogrov-Smirnov* 0,05, maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.<sup>57</sup>

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji *multikolinearitas* bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem *multikolinearitas*. model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Untuk mendeteksi adanya *multikolinearitas* dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).<sup>58</sup>

#### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi diragukan. Heteroskedastisitas diartikan sebagai ketidaksamaan variasi-variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas.<sup>59</sup>

---

<sup>57</sup>Nur Asnawi dan Masyhuri. *Op. Cit.*, hlm178-179

<sup>58</sup>*Ibid.*, hlm. 176

<sup>59</sup>Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2010), hlm. 103

## I. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda mempunyai langkah yang sama dengan analisis regresi linear sederhana. Hanya di sisni analisisnya agak kompleks, karena melibatkan banyak variabel bebas. Disamping itu, analisis ini lebih banyak didasarkan pada asumsi, karena pengujian tentang terpenuhi tidaknya asumsi masih sukar dilakukan.<sup>60</sup> Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Capem Syariah Panyabungan. Dapat dihitung dengan cara menggunakan persamaan garis regresi berganda yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai prediksi variabel dependen (Loyalitas Nasabah)

a = Konstanta, yaitu nilai Y' jika  $X_1, X_2 = 0$

b = Koefisien regresi

$X_1$  = Tingkat Kepuasan Nasabah

$X_2$  = Tingkat Kualitas Pelayanan<sup>61</sup>

e = Error.

## J. Uji Hipotesis

### 1. Uji t (t-test)

---

<sup>60</sup>Agus Irianto, *Statistik, Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm, 193

<sup>61</sup>*Ibid.*, hlm, 193-194

Uji t (t-test) adalah analisis untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi secara parsial yang diperoleh dengan metode statistik uji t (t test). Rumus umum untuk mencari nilai t hitung dari masing-masing koefisien regresi adalah: Nilai  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan  $t_{tabel}$ . Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## 2. Uji F

Uji F adalah analisis varian dalam regresi berganda pada hakikatnya diperlukan untuk menunjukkan sumber-sumber variasi yang menjadi komponen dari variasi total model regresi. Dengan analisis varian ini akan dapat diperoleh pengertian tentang bagaimana pengaruh sekelompok variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas. Hipotesis yang di ajukan untuk uji F ini adalah jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sebaliknya jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.<sup>62</sup>

## 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah mengukur tingkat ketepatan atau kecocokan dari variabel- variabel bebas yang tercakup dalam persamaan regresi linear berganda. Semakin banyak variabel yang tercakup dalam model, dan fungsi semakin naik artinya makin besar nilai  $R^2$  tersebut.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup>Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hlm. 146-147

<sup>63</sup>*Ibid.*, hlm. 130

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan**

##### **1. Sejarah Perkembangan PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan**

Bank pembangunan daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 04 November 1961 dengan akte notaris Rusli No. 22 dalam bentuk perseroan terbatas. Berdasarkan UU No. 13/1962 tentang ketentuan pokok bank pembangunan daerah, bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) sesuai perda Tk. I Sumatera Utara No. 5/1965, dengan modal dan saham yang dimiliki perda Tk. I dan perda Tk II Sumatera Utara.

Salah satunya yang merupakan bank umum milik daerah seperti Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) yang sekarang dikenal dengan Bank SUMUT, yang sigap dalam melihat peluang pasar perbankan syariah. Yang berperan sebagai tempat pelayanan kepada masyarakat dengan tetap memberikan pelayanan terbaik dalam melayani kebutuhan masyarakat Sumatera Utara yang ingin bertransaksi secara Syariah, maka pada tanggal 4 November 2004 PT. Bank Sumut membuka Unit Usaha Syariah yaitu di Medan dan di Padangsidempuan, yang kemudian berkembang dengan dibukanya Kantor Cabang Syariah di Tebing Tinggi, Kantor Cabang Pembantu Syariah Stabat dan 76 unit layanan Syariah diseluruh kantor cabang dan cabang pembantu konvensional PT. Bank Sumut.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari dengan tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapatkan layanan berbasis Syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan Bank Sumut, terutama sejak dikeluarkannya UU. No. Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis moneter pada tahun 1987. Selain Bank umum yang membuka divisi usaha Syariah Bank Konvensional seperti Bank Sumut juga berperan didalamnya untuk membuka unit/divisi usaha Syariah. Dimana pada awal perjalannya kehadiran Bank Syariah yang belum begitu optimal dalam tatanan sector Perbankan Syariah, namun Bank Sumut ikut ambil risiko dalam mengembangkan jasa Perbankan Syariah.

Pendirian Unit Usaha Syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang amat religious, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajaran dalam aspek kehidupan terutama dalam kajian ekonomi. Komitmen untuk mendirikan Unit Usaha Syariah semakin menguat seiring keluarnya Fatwa MUI yang menyatakan bunga Bank haram. Tentunya Fatwa MUI itu akan sangat mendorong masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip Syariah.

Hasil survey yang dilakukan di delapan kota di Sumatera Utara menunjukkan minat masyarakat terhadap pelayanan Bank cukup tinggi yakni 70% untuk tingkat ketertarikan dan lebih dari 50% untuk keinginan mendapatkan pelayanan Perbankan Syariah.

Atas dasar itulah akhirnya pada tanggal 04 November 2004 Bank Sumut membuka Unit Usaha Syariah dengan dua Kantor Cabang Syariah (KCSy), yaitu KCSy Medan dan Padangsidimpuan. Kemudian pada tanggal 26 Desember 2005 juga dibuka KCSy Tebing Tinggi dilanjutkan dengan KCSy Stabat pada tanggal 26 Desember 2006. Selanjutnya pada tahun 2007, Bank Sumut telah membuka layanan Syariah (*officer channelling*) pada 66 unit kantor cabang konvensional yang lain.

PT. Bank Sumut menetapkan sasaran dalam rangka pengembangan Unit Usaha Syariah sebagaimana berikut ini:

- a. Menjadi pemain utama Bank Syariah di Sumatera Utara dengan pangsa pasar terbesar.
- b. Beroperasi secara sehat dan menjadikan sumber andalan profitabilitas bagi PT. Bank Sumut.

Strategi yang dilakukan oleh PT. Bank Sumut dalam rangka pengembangan Unit Usaha Syariah adalah:

- a. Menetapkan Target Pasar

Pasar dijadikan sasaran adalah masyarakat yang usahanya masih mikro yang telah memiliki kesadaran untuk menggunakan jasa perbankan dan mempunyai kesadaran untuk menerapkan ajaran Islam dengan baik. Selain dari masyarakat, pendanaan juga akan digalang dari organisasi-organisasi dan yayasan Islam yang memiliki kegiatan kemasyarakatan dengan perputaran dana yang relative signifikan. Sebagai bank milik pemerintah daerah, target penghimpunan dana juga dari para karyawan PEMDA yang mempunyai



pendapatan relative mapan dan memiliki pengaruh yang signifikan di masyarakat.

b. Melakukan Sosialisasi dan Promosi

Oleh karena jasa perbankan syariah merupakan produk yang relative baru, upaya sosialisasi dan edukasi terhadap nasabah harus senantiasa diupayakan. Untuk mewujudkan upaya ini, PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah telah menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi, organisasi-organisasi keagamaan, sosialisasi tentang produk-produk Perbankan Syariah ini juga menggunakan media komersial seperti media cetak, televisi, radio, dan juga melalui brosur, spanduk, banner, baliho, serta aktif mengikuti pameran dengan membuka standar.

c. Pengembangan Infrastruktur Teknologi Sistem Informasi

Teknologi sitem informasi dan operasi di era system komputerisasi saat ini merupakan hal yang sangat penting untuk diterapkan. Oleh karena itu, PT. Bank Sumut bekerja sama dengan pihak PT. College Inti Pratama sebagai Vendor untuk mengembangkan teknologi informasi yang dapat mendokumentasikan seluruh proses internal layanan produk dan jasa Syariah dengan tingkat keamanan dan akurasi yang tinggi.

d. Pengembangan Produk

Pengembangan produk lebih difokuskan kepada peroduk pembiayaan, produk penghimpunan dana dan produk jasa. Pengembangan dari masing-masing produk akan sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan pasar.

## **2. Visi dan Misi Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan**

Adapun visi yang ditetapkan oleh Bank Sumut adalah menjadi bank untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah disegala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

Misi dari Bank Sumut adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara profesional yang dalam pelaksanaannya dilakukan dengan selalu berpedoman pada prinsip *Good Corporate Governance*. Divisi Usaha Syariah menetapkan visi dan misi sebagai berikut:

- a. Visi Bank Sumut Syariah adalah meningkatkan keunggulan bank sumut dengan memberikan layanan lebih luas berdasarkan prinsip syariah sehingga mendorong partisipasi masyarakat secara luas dalam pembangunan daerah dalam pembangunan daerah dalam rangka mewujudkan masyarakat yang sejahtera.
- b. Misi bank sumut syariah adalah meningkatkan posisi bank sumut melalui prinsip layanan perbankan syariah yang aman, adil dan saling menguntungkan serta dikelola secara profesional dan amanah.

## **3. Produk Penghimpunan Dana Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan**

Adapun produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan adalah:

a. Giro

1) Simpanan Giro *Wadiah*

Simpanan Giro *Wadiah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/I April 2000. Simpanan Giro adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

2) Simpanan Giro *Mudharabah*

Simpanan Giro *Mudharabah* Simpanan Giro *Wadiah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/I April 2000. Simpanan Giro adalah tabungan yang menitipkan dana dengan menggunakan akad *Mudharabah* dan mengelolanya secara profesional.

b. Tabungan *Marhamah*

Tabungan *Marhamah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/I April 2000. Tabungan *Marhamah* berdasarkan *Mudharabah Mutlaqah* yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah dan sebagai pengelola adalah pihak bank.

c. Tabungan *Marwah*

Tabungan *Marwah* berdasarkan Fatwa MUI No. 02/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/I April 2000. Tabungan *Marwah* adalah tabungan yang hanya bersifat titipan saja oleh pihak pengelola dana.

d. Tabungan *Makbul*

Tabungan *Makbul* adalah tabungan yang hanya dikhususkan untuk para nasabah yang ingin menunaikan ibadah haji.

e. Deposito

Deposito menurut Undang-Undang No. 21 tahun 2008 adalah investasi dana berdasarkan *akad mudharabah* yang penarikannya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan *akad* antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/atau UUS.

**4. Produk Penyaluran Dana (Pembiayaan) Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan**

a. Pembiayaan *Murabahah*

1) *Murabahah* KPR iB-Griya

*Murabahah* KPR iB-Griya merupakan pembiayaan yang digunakan oleh nasabah yang ingin membeli rumah baru dengan memohon pembiayaan kepada pihak bank untuk pembayaran dimuka oleh bank yang bersangkutan kemudian nasabah yang akan menyicil kepada pihak perusahaan.

2) *Murabahah* iB Serbaguna

*Murabahah* iB Serbaguna merupakan bentuk pembiayaan yang digunakan untuk keperluan serbaguna yang dibutuhkan oleh nasabah dalam usaha ataupun keperluan lainnya guna mencukupi kebutuhan hidup. *Murabahah* iB Serbaguna terdiri dari *Murabahah* investasi dan *murabahah* konsumsi.

3) Pembiayaan iB Modal Kerja Umum

Pembiayaan iB Modal Kerja Umum menggunakan prinsip bagi hasil yaitu dengan *akad* mudharabah dan *musyarakah*.

#### 4) Gadai Emas

Gadai emas merupakan pembiayaan yang bisa digunakan bilamana nasabah yang memohon mempunyai emas untuk digadaikan. Dimanalah jumlah uang yang dapat dipinjam sesuai dengan berat dan harga emas tersebut.

### 5. Ruang Lingkup Bidang Usaha

Tata cara beroperasi Bank Syariah umumnya dan Bank Sumut Syariah khususnya mengacu pada ketentuan Alquran dan Hadits. Prinsip usaha Syariah ini menjadi panduan dalam menetapkan fitur-fitur produk Bank Sumut Syariah, baik itu produk penghimpunan dana maupun produk pembiayaan. Sejak dimulainya operasional PT. Bank Sumut Syariah cabang Padangsidimpuan pada 04 november 2004 telah didukung oleh system operasional yang disebut OLIBS'S Syariah dalam menjalankan operasional perbankannya sehari-hari.

Pada system operasional Bank Sumut Syariah pemilik dana menanamkan uangnya di bank tidak dengan motif pendapatan uang, tapi dalam rangka mendapatkan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan dana dalam bentuk modal usaha, dengan perjanjian keuntungan yang telah disepakat<sup>1</sup>

### 6. Lokasi Perusahaan

---

<sup>1</sup> PT. Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

Adapun lokasi dimana . PT.Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Panyabungan berdiri yaitu di pusat kota panyabungan.

Alamat : Jl. Willem Iskandar No. 68 Kel. Panyabungan I

Kecamatan : Panyabungan Kota

Kabupaten : Mandailing Natal, Sumatera Utara-22919

Telepon : 0636-20586

**Bagan 4.1**  
**Lokasi PT. Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Panyabungan**



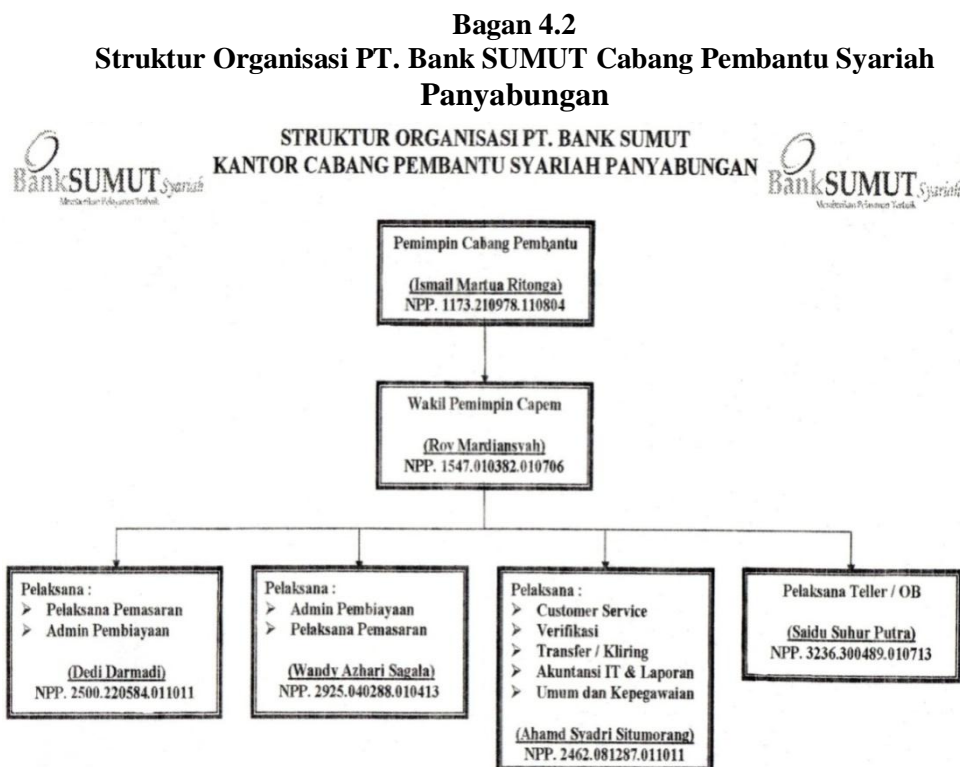
## 7. Daerah Pemasaran

Pasar yang dijadikan sasaran adalah masyarakat yang usahanya masih mikro yang telah memiliki kesadaran untuk menggunakan jasa Perbankan dan mempunyai kesadaran untuk menerapkan ajaran Islam dengan baik. Selain dari masyarakat, pendanaan juga akan digalang dari organisasi-organisasi dan yayasan Islam yang memiliki kegiatan kemasyarakatan dengan perputaran dana yang relative signifikan. Sebagai Bank milik Pemerintah Daerah, target penghimpunan dana juga dari para karyawan PEMDA yang mempunyai

pendapatan relative mapan dan memiliki pengaruh yang signifikan di masyarakat.

## 8. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT. Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Panyabungan senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, sekaligus juga mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan bisnis. Manajemen Bank Sumut Syariah melakukan restruksi organisasi. Tujuannya untuk menjadikan organisasi lebih fokus dan efisien. Adapun struktur organisasi pada PT. Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Panyabungan sebagai berikut:



Keterangan : mengenai garis lurus pada struktur organisasi adalah garis perintah antara pimpinan kepada semua karyawan.

## B. Hasil Analisis Data Penelitian

Dalam rangka menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah, maka dilakukan penyebaran kuesioner terhadap 62 orang nasabah. Tahap pendistribusian dan pengambilan kuesioner dilakukan secara langsung oleh peneliti. Kemudian berdasarkan hasil tabulasi atas data hasil kuesioner karakteristik responden yang diteliti yaitu, karakteristik jenis kelamin, usia, pendidikan dan pendapatan.

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden**

No.	Nama	Keterangan	Jumlah	Persen (%)
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	22	35%
		Perempuan	40	65%
Total				100%
2.	Usia	20 Tahun	9	14,5%
		<30 Tahun	13	20,97%
		>41 Tahun	18	29,03%
		<40 Tahun	22	35,5%
Total				100%
3.	Pendidikan	SMA	19	30,65%
		S1	23	37,09%
		S2	13	20,97%
		S3	7	11,29%
Total				100%
4.	Pendapatan	Rp. 2000.000	15	24,2%
		Rp. 3000.000	23	37,09%
		Rp.<4000.000	13	20,97%
		Rp.>4000.000	11	17,74%
Total				100%

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen



### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk itu pengujian validitas digunakan 62 responden dengan 10 butir pernyataan untuk variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan 10 butir pernyataan untuk variabel Y, dengan tingkat signifikansi 5% sehingga  $r_{tabel}$  diperoleh 0,254. Untuk mengetahui validitas pernyataan- pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai *Correlatd item total* pada output SPSS Versi 22.0 yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

No. Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,795	0,254	Valid
2	0,447	0,254	Valid
3	0,708	0,254	Valid
4	0,806	0,254	Valid
5	0,580	0,254	Valid
6	0,795	0,254	Valid
7	0,708	0,254	Valid
8	0,806	0,254	Valid
9	0,580	0,254	Valid
10	0,795	0,254	Valid

Sumber : Hasil penelitian (data diolah 2016)

Dari tabel diatas terlihat bahwa masing-masing item pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dinyatakan valid, karena memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif 0,254 dan n 62. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) tersebut valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah ( $X_2$ )**

No. Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,800	0,254	Valid
2	0,919	0,254	Valid
3	0,485	0,254	Valid
4	0,664	0,254	Valid
5	0,800	0,254	Valid
6	0,919	0,254	Valid
7	0,919	0,254	Valid
8	0,465	0,254	Valid
9	0,800	0,254	Valid
10	0,919	0,254	Valid

Sumber : Hasil penelitian (data diolah 2016)

Dari tabel diatas terlihat bahwa masing-masing item pertanyaan untuk variabel kepuasan nasabah ( $X_2$ ) dinyatakan valid, karena memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif 0,254. Dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel kepuasan nasabah adalah valid.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y)**

No. Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,557	0,254	Valid
2	0,721	0,254	Valid
3	0,825	0,254	Valid
4	0,406	0,254	Valid
5	0,294	0,254	Valid
6	0,854	0,254	Valid
7	0,557	0,254	Valid
8	0,721	0,254	Valid
9	0,557	0,254	Valid
10	0,721	0,254	Valid

Sumber : Hasil penelitian (data diolah 2016)

Dari tabel diatas dapat terlihat jelas bahwa masing-masing item pertanyaan untuk variabel loyalitas nasabah (Y) dinyatakan valid, karena memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif 0,254. Dapat disimpulkan bahwa semua item pada variabel kepuasan nasabah adalah valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,60 sehingga dapat dikatakan instrumen mempunyai reliabilitas. Nilai reliabilitas dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)**

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
<b>0,902</b>	<b>10</b>

*Sumber : Hasil penelitian (data diolah 2016)*

Dari tabel diatas dapat dilihat *Cronbach's Alpha* > 0,60 yaitu 0,902 > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan tersebut reliabel.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah (X<sub>2</sub>)**

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
<b>0,936</b>	<b>10</b>

*Sumber : Hasil penelitian (data diolah 2016)*

Dari tabel diatas dapat dilihat *Cronbach's Alpha* > 0,60 yaitu 0,936 > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan pada variabel kepuasan nasabah tersebut reliabel.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah (Y)**

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
<b>0,882</b>	<b>10</b>

*Sumber : Hasil penelitian (data diolah 2016)*

Dari tabel diatas dapat dilihat *Cronbach's Alpha* > 0,60 yaitu 0,882 > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan pada variabel loyalitas nasabah tersebut reliabel.

## 2. Uji Statistik Deskriptif

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian dengan mengolah data primer yang diperoleh dari hasil angket yang disebarkan peneliti kepada nasabah PT. Bank Sumut Capem Syariah Panyabungan. Untuk memperoleh nilai rata-rata, minimum, maksimum, dan standar deviasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PL	62	33,00	47,00	37,5968	3,12294
KP	62	37,00	50,00	40,8387	2,97086
LS	62	36,00	50,00	41,0484	2,55707
Valid N (listwise)	62				

*Sumber : Hasil penelitian (data diolah 2016)*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 62 mempunyai nilai rata-rata sebesar 37,59, dengan minimal sebesar 33,00 dan maksimal sebesar 47,00, sedangkan standar deviasinya sebesar 3,12294.

Variabel kepuasan nasabah dengan jumlah data (N) sebanyak 62 mempunyai nilai rata-rata sebesar 40,8387, dengan minimal sebesar 37,00 dan maksimal sebesar 50,00, sedangkan standar deviasinya sebesar 2,97086.

Variabel loyalitas nasabah dengan jumlah data (N) sebanyak 62 mempunyai nilai rata-rata sebesar 41,0484, dengan minimal sebesar 36,00 dan maksimal sebesar 50,00, sedangkan standar deviasinya sebesar 2,55707.

### 3. Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov*. Jika nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogrov-Smirnov* 0,05, maka terdistribusi normal dan sebaliknya terdistribusi tidak normal.

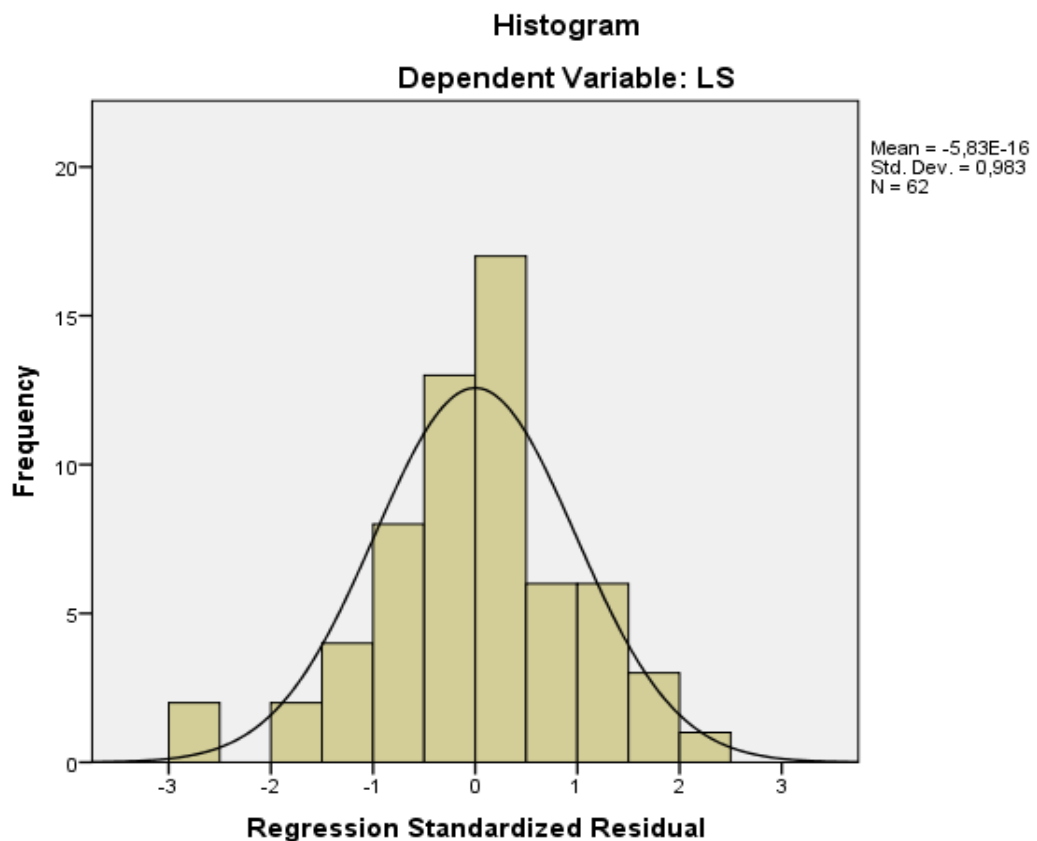
**Tabel 4.8**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		PL	KP	LS
<b>N</b>		62	62	62
<b>Normal Parameters<sup>a,b</sup></b>	<b>Mean</b>	37,5968	40,8387	41,0484
	<b>Std. Deviation</b>	3,12294	2,97086	2,55707
<b>Most Extreme Differences</b>	<b>Absolute</b>	,398	,418	,401
	<b>Positive</b>	,398	,418	,401
	<b>Negative</b>	-,187	-,220	-,293
<b>Test Statistic</b>		,398	,418	,401
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>		,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>

Dari hasil output *SPSS* 22,0 uji kenormalan pada tabel diatas dapat terlihat bahwa nilai p untuk variabel kualitas PL (pelayanan) atau X1 adalah

memiliki nilai absolut 0,398 dan nilai p untuk variabel KP (kepuasan) nasabah atau X2 memiliki nilai sebesar, 418, serta nilai p untuk variabel LS (loyalitas) nasabah atau Y memiliki nilai absolut sebesar 0,401. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai  $p > 0,05$  dengan menggunakan uji kolmogrof-smirnov dinyatakan berdistribusi normal.

**Tabel 4.9**  
**Uji Normalitas**



Berdasarkan gambar grafik diatas dapat dilihat bahwa diagram tersebut membentuk seperti lonceng yang dimana artinya bahwa diagram tersebut

tidak condong kearah manapun berarti data pada diagram tersebut berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji *multikolinearitas* bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem *multikolinearitas*. model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya *multikolinearitas* dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).

**Tabel 4.10**  
**Uji Multikolinearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant 1 )	7,544	1,401				5,384
PL	,019	,102	,023	,183	,855	,096	9,370
KP	,803	,107	,933	7,496	,000	,096	9,370

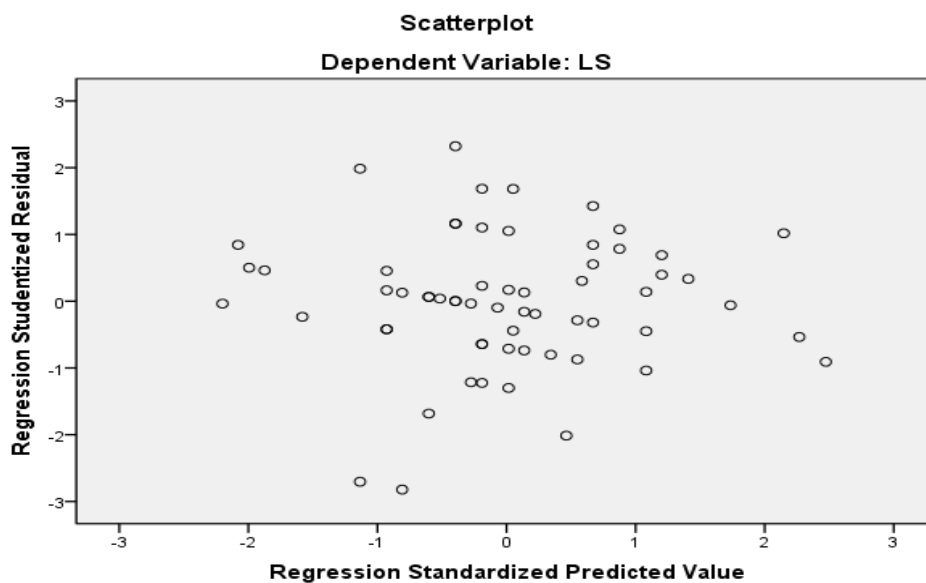
Berdasarkan tabel diatas, bahwa nilai VIF dari variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah masing-masing adalah  $9,370 < 10$  dengan demikian maka tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang

diuji. Dari keterangan tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel bebas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi diragukan. Heteroskedastisitas diartikan sebagai ketidaksamaan variasi-variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas

**Tabel 4.11**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Dari gambar diatas, terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedostisitas pada model regresi dan memenuhi syarat asumsi klasik.



#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Hasil outputnya dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,544	1,401		5,384	,000
PL	,019	,102	,023	,183	,855
KP	,803	,107	,933	7,496	,000

Dari hasil *coefficient* tabel diatas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* dan B menyatakan dan menggambarkan persamaan regresi untuk mengetahui nilai konstanta. Persamaan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$LS = 7,544 + 0,019 + 0,803$$

Keterangan:

LS = Loyalitas nasabah

a = Nilai konstanta

b<sub>1</sub>,b<sub>2</sub> = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Pelayanan

X<sub>2</sub> = Kepuasan

e = eror

Penjelasan dari persamaan diatas adalah:

- a. Konstanta ( $a$ ) = 7,544, artinya bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dianggap konstan atau = 0, maka loyalitas nasabah adalah sebesar 7,544.
- b. Koefisien regresi ( $b_1$ ), menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) nilainya adalah 0,023. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 1% maka loyalitas nasabah ( $Y$ ) akan naik sebesar 1,9 % dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya adalah tetap.
- c. Koefisien regresi kepuasan nasabah ( $X_2$ ) nilainya adalah 0,933. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan kepuasan nasabah ( $X_2$ ) sebesar 1% maka loyalitas nasabah ( $Y$ ) akan naik sebesar 80,3% dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya adalah tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara individual dalam menerangkan variabel loyalitas nasabah dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai probability t lebih besar dari 0,05 maka ada pengaruh dari kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dengan variabel loyalitas nasabah. Dan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**Tabel 4.13**  
**Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>					
Mode	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,544	1,401		5,384	,000
PL	,019	,102	,023	,183	,855
KP	,803	,107	,933	7,496	,000

Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

Berdasarkan hasil output diatas dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,183 sedangkan  $t_{tabel}$  1,671. Hal ini berarti  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,183 < 1,671$  maka dapat  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Sedangkan  $t_{hitung}$  untuk variabel kepuasan nasabah sebesar 7,496 dan untuk  $t_{tabel}$  adalah 1,671. Maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  adalah  $7,496 > 1,671$ . Keterangan tersebut menjelaskan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas nasabah.

#### **b. Uji Simultan (F)**

Dengan analisis varian ini akan dapat diperoleh pengertian tentang bagaimana pengaruh sekelompok variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas. Hipotesis yang di ajukan untuk uji F ini adalah jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sebaliknya jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**Tabel 4.14**  
**Uji Simultan (F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	363,684	2	181,842	305,044	,000 <sup>b</sup>
Residual	35,171	59	,596		
Total	398,855	61			

a. Dependent Variable: LS

b. Predictors: (Constant), KP, PL

Berdasarkan tabel diatas nilai  $F_{hitung}$  sebesar 305,044 sementara  $F_{tabel}$  adalah 3,15. Jadi  $F_{hitung} 305,044 > F_{tabel} 3,15$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah.

### c. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah mengukur tingkat ketepatan atau kecocokan dari variabel- variabel bebas yang tercakup dalam persamaan regresi linear berganda. Semakin banyak variabel yang tercakup dalam model, dan fungsi semakin naik artinya makin besar nilai  $R^2$  tersebut.

**Tabel 4.15**  
**Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,955 <sup>a</sup>	,912	,909	,77209

Berdasarkan hasil output diatas diperoleh nilai  $R^2$  (*R Square*) sebesar 0,912. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variabel bebas kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan  $R^2$  (*R Square*) sebesar 0,912 atau 91,2%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah menunjukkan hubungan yang kuat terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah sebesar 91,2% . sedangkan sisanya 8,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil uji validitas yang telah dilakukan pada variabel kualitas pelayanan dan variabel tingkat kepuasan pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan, bahwa masing-masing item pertanyaan dapat dinyatakan valid karena nilai karena memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif yaitu 0,254.

Hasil uji reliabilitas pada keseluruhan variabel dalam penelitian ini memiliki nilai koefisien *cronbach's alpha*  $> 0,60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel tingkat kepuasan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Hasil penelitian regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil statistik uji  $t_{hitung}$  sebesar 0,183 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,671 dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 ( $sig < 0,05$ ). Hasil ini membuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh

kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu, yaitu skripsi Fitri Wardani yang berjudul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Memilih Tabungan iB Muamalat (Studi Kasus PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. KCP Rantauprapat) dimana pada variabel bebasnya yaitu kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah memilih Tabungan iB Muamalat. Karena hasil dari uji statistik tersebut variabel bebasnya yaitu kualitas pelayanan adalah minim.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan sangat berpengaruh signifikansi terhadap loyalitas nasabah. Dimana hal ini dapat dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  adalah sebesar 7,496 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,671. Dalam hal ini  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , sehingga  $7,496 > 1,671$ . Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.

Hal ini dapat dibuktikan pada penelitian terdahulu yaitu skripsi Gina Nadiya Suary dan skripsi Roesdian Bayu Ardiyanto yang berjudul Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Nasabah Pada Bank BRI Syariah Surakarta memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil uji simultan (uji F) bahwa variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah. Hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 305,044 sementara  $F_{tabel}$  adalah 3,15. Jadi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $305,044 > 3,15$ , maka

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya antar variabel keduanya bersama-sama memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yaitu dari skripsi Didik Kurniawan yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, kualitas produk dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank BPD DIY Syariah). Dimana pada hasil pengujian hipotesis (Uji f) dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, Nilai Nasabah dan Kepuasan Nasabah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi penulis selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini yaitu :

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan penulis yang masih kurang.
2. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana penulis yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.
3. Dalam menyebarkan angket penulis tidak mengetahui kejujuran para responden dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
4. Keterbatasan kemampuan dalam menganalisis data yang sudah ada.

5. Keterbatasan dalam kurangnya referensi buku
6. Penulis tidak mampu mengontrol masyarakat dalam menjawab angket yang diberikan, apakah masyarakat memang menjawab sendiri atau hanya asal jawab saja.
7. Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Hasil pengujian hipotesis antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat dibuktikan melalui hasil uji t yaitu  $t_{hitung}$  sebesar 0,183 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,671 dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 ( $sig < 0,05$ ). Atau artinya  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $0,183 < 1,671$ . Pengaruh kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah bisa dikarenakan nasabah belum merasakan secara optimal adanya perwujudan suatu pelayanan yang baik dalam praktiknya.

Hasil pengujian hipotesis antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil  $t_{hitung}$  adalah sebesar 7,496 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,671. Dalam hal ini  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , sehingga  $7,496 > 1,671$ . Maka dapat disimpulkan bahwa nasabah sudah merasa puas dengan apa yang sudah diberikan oleh pihak PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan. Akan tetapi pihak bank juga harus lebih memperhatikan tingkat kepuasan dari nasabah itu sendiri, baik itu dilihat dari adanya keluhan, saran atau pendapat dari nasabah.

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa bahwa variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah. Hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 305,044 sementara  $F_{tabel}$  adalah 3,15. Jadi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $305,044 > 3,15$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya antar variabel keduanya bersama-sama memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Praktisi**

Untuk menambah kenyamanan dan mengoptimalkan pelayanan kepada nasabah, pihak bank PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan perlu memperhatikan sistem pelayanan seperti fasilitas, penambahan kantor pelayanan, selain sangat efektif penambahan kantor pelayanan dan lebih mengembangkan fasilitas dapat menunjukkan kepada masyarakat luas bahwa PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan semakin maju dan mampu berkompetisi dengan lembaga keuangan lain. Dan dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi para nasabahnya sehingga memunculkan atau memupuk rasa loyalitas pada bank tersebut.

## 2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian ini tentu saja masih mengalami banyak sekali kekurangan, karena adanya keterbatasan dari peneliti, sehingga peneliti berikutnya diharapkan perlu menjelaskan secara lebih lengkap dengan menambah teori yang mendukung.

Dan diharapkan pada peneliti selanjutnya untuk meneliti lebih lanjut mengenai masalah ini secara lebih mendalam. Pendalaman pada penelitian ini akan lebih akurat dan maksimal apabila sampel yang diambil diperluas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hamid, *Metode Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Adi Krismanto, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah*, Universitas Diponegoro, Semarang, 2009.
- Agus Irianto, *Statistik, Konsep Dasar, Aplikasi, dan Pengembangannya*, Jakarta: Kencana, 2004.
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, Jakarta: PT. Grasindo, 2009.
- Benyamin Molan, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, Jakarta: PT. Indeks, 2007.
- Departemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Jakarta: Toha Putra, 2005.
- Hasibuan, Malayu S.P, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.
- \_\_\_\_\_, *Studi Kelayakan Bisnis, Teknik Menganalisis Rencana Bisnis Secara Komprehensif*, Jakarta: Gramedia Pustakan Utama, 1997.
- Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2013.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- \_\_\_\_\_, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.
- M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi, Suatu Pandangan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, Jakarta: Kencana, 2010

- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm, 152.
- Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank*, Padangsidimpuan: Diktat, 2014.
- Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Praktik*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2003.
- Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Philip Kotler dan Keller Lane, *Marketing Management*, New Jersey: Upper Saddle River, 2001.
- Razak dan Rais Lathief, *Terjemahan Hadis Shahih Muslim*, Jakarta: Pustaka Al-Husna, 1988
- Roesdian Bayu Ardiyanto, *Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah yang Dimediasi Oleh Kepercayaan Nasabah Pada Bank BRI Surakarta*, skripsi UMSU 2013.
- Setiawan dan Dwi Endah Kusri, *Ekonometrika*, Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2010.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.
- Toha Anggoro, *Metode Penelitian*, Jakarta: Universitas Terbuka, 2007.
- D:/My Documents/File/skripsi/ Fitri Wardani Harahap. IAIN PSP. Pdf. Diunduh pada pukul 02:00 PM, 15 Oktober 2016
- D:/My Documents/File/skripsi/ Fitri Wardani Harahap. IAIN PSP. Pdf. Diunduh pada pukul 02:00 PM, 15 Oktober 2016
- D:/My Downloads/Documents/skripsi/Adi Krismanto 3. Pdf. Diunduh pada pukul 03:32 PM, 25 Oktober 2016

D:My Downloads/Documents/skripsi/BAB I,V, DAFTAR PUSTAKA. Pdf.  
Diunduh pada pukul 02:12PM, 04 Oktober 2016

D:My Downloads/Documents/skripsi/Gina. Pdf. Diunduh pada pukul: 02:05 PM,  
24 November 2016

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

Nama : Evie Arsyita Sary  
Nim : 12 220 0013  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/Tanggal Lahir : Kota Pinang, 7 November 1992  
Alamat : Sinunukan III Kec. Sinunukan Kab. Mandailing  
Natal  
Agama : Islam  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)/Perbankan  
Syariah-I

### **Nama Orang Tua**

Ayah : Muhammad Yusnan  
Pekerjaan : Petani  
Ibu : Mastika Harahap  
Pekerjaan : Petani  
Alamat : Sinunukan III Kec. Sinunukan Kab. Mandailing  
Natal

### **II. PENDIDIKAN**

SD Negeri Sinunukan III Kab. Mandailing Natal tahun 2004-2005  
SMP Negeri 2 Batahan Kab. Mandailing Natal tahun 2007-2008  
SMK Swasta T. Amir Hamzah Kab. Batubara tahun 2010-2011  
Tahun 2012 melanjutkan Pendidikan Program S-1 di Institut Agama Islam  
Negeri (IAIN) Padangsidempuan Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam (FEBI).

## Lampiran 1

### KATA PENGANTAR UNTUK ANGKET (KUESIONER)

Perihal : Permohonan Pengisian Angket  
Lampiran : Satu berkas

Kepada Yth.  
Bapak / Ibu / Sdr/i Nasabah  
PT. Bank Sumut Capem Syariah Panyabungan  
Ditempat.

Bapak/Ibu/Saudara/i dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan maka saya,

Nama : Evie Arsyita Sary  
Nim : 12 220 0013

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, Dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi daftar pertanyaan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Informasi yang Bapak/Ibu/Sdr/I berikan sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi peneliti dengan judul: **”PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SUMUT CAPEM SYARIAH PANYABUNGAN ”**. Untuk mencapai maksud tersebut, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi kuisisioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuisisioner ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya,  
Peneliti

**Evie Arsyita Sary**





### Angket Variabel X<sub>1</sub> (Kualitas Pelayanan)

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Pihak bank memperlakukan nasabahnya sebagai individu atau memberikan perhatian lebih kepada nasabahnya.					
2	Pihak bank dan karyawannya dengan mudah menjalin keakraban dengan nasabahnya.					
3	Pihak bank selalu memberikan layanan sebagaimana yang dijanjikan secara tepat, akurat, dan pasti.					
4	Pihak bank memiliki pengetahuan untuk menjawab setiap pertanyaan nasabahnya.					
5	Pihak bank dan karyawannya tidak tepat waktu dalam menangani transaksi nasabah dan juga layanan yang lain.					
6	Pihak bank dan karyawannya selalu tepat waktu dalam menangani transaksi nasabah dan layanan yang lain.					
7	Ketika nasabah mengalami masalah, pihak bank cepat tahu dan segera membantu untuk menyelesaikannya.					
8	Ketika nasabah mengalami kesulitan dalam bertransaksi, pihak bank tidak secara cepat dalam menanganinya.					
9	Pihak bank selalu tanggap dalam membantu nasabahnya dalam pemberian layanan.					
10	Pihak bank memberikan motivasi kepada nasabah untuk segera membeli produk yang ditawarkan.					

### Angket Variabel X<sub>2</sub> (Kepuasan Nasabah)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Pihak bank dan karyawannya selalu memberikan kemudahan kepada nasabahnya dalam memperoleh produk bank tersebut.					
2	Karyawan bank selalu siap dan tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi.					
3	Pihak bank mudah menjalin kerjasama dengan nasabah secara terus-menerus					
4	Nasabah merasa puas dan senang dengan pelayanan PT. Bank Sumut Syariah KCP. Panyabungan					
5	Pihak bank memiliki jam operasioanal yang nyaman untuk semua nasabah					
6	Karyawan bank tidak mampu memberikan penjelasan yang jelastentang produk bank kepada nasabah, sehingga sulit untuk di pahami nasabah					
7	Pelayanan yang di berikan secara tepat waktu dan sesuai dengan prosedur yang di berikan					
8	Pihak bank tidak memberitahukan nasabahnya kapan pelayanan akan mereka berikan					
9	Pihak bank memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam melayani nasabahnya					
10	Pihak bank bersikap profesional, ramah, mudah senyum dan sopan terhadap nasabahnya					

### Angket Variabel X<sub>3</sub> (Loyalitas Nasabah)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Nasabah dapat menggunakan jasa lain yang ditawarkan oleh pihak bank					
2	Nasabah akan melakukan transaksi secara terus-menerus pada PT. Bank Sumut Capem Syariah Panyabungan					
3	Nasabah akan melakukan pembelian produk atau jasa pada bank sampai dimasa mendatang					
4	Nasabah merekomendasikan keunggulan produk Bank Sumut Syariah KCP. Panyabungan kepada orang lain atau temannya					
5	Nasabah terus-menerus menambah tabungan dana pihak ketiganya pada bank tersebut secara bertahap					
6	Nasabah tidak terpengaruh atau tergiur dengan tawaran-tawaran produk sejenis dari bank lain					
7	Nasabah merasa puas dengan produk atau jasa yang dibelinya dan mempengaruhi nasabah lain untuk menggunakan produk atau jasa tersebut					
8	pihak bank memberikan cendera mata, hadiah serta kenang-kenangan kepada nasabah yang loyal, dan menceritakan hal tersebut kepada teman dekatnya.					
9	Pihak bank kurang memperhatikan nasabahnya, ketika nasabah mengalami kesulitan atau masalah					
10	Pihak bank tidak memberikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabahnya dan menyampaikannya kepada orang lain.					

## Lampiran 2

### Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Responde n	pernyataan										tota l
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
2	5	4	5	4	3	5	4	5	4	3	42
3	5	4	5	5	3	5	4	5	5	3	44
4	5	3	5	4	4	5	3	5	4	4	42
5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	3	42
6	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	34
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
13	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	36
14	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
18	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
19	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
20	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
21	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
22	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
23	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
24	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
25	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
26	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
27	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	46
28	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
29	3	4	5	4	5	3	4	5	4	5	42
30	4	3	5	5	5	4	3	5	5	5	44
31	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	46

32	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	46
36	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
37	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
38	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
39	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
40	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
41	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	46
42	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	48
43	3	4	5	4	5	3	4	5	4	5	42
44	4	3	5	5	5	4	3	5	5	5	44
45	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	46
46	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	5	4	5	5	3	5	4	5	5	3	44
49	5	3	5	4	4	5	3	5	4	4	42
50	5	4	5	4	3	5	4	5	4	3	42
51	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	34
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
58	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	36
59	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
62	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44



35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
37	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
38	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	41
39	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
40	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	41
41	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	41
42	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	41
43	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	41
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
46	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
47	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
48	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
51	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	41
54	4	5	3	3	4	5	3	3	4	5	39
55	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	43
56	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	45
57	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	43
58	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
59	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	43
60	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
61	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
62	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48







**Lampiran 3****Sampel Penelitian  
Identitas Responden**

<b>No.</b>	<b>Nama</b>	<b>Jenis kelamin</b>	<b>Umur</b>	<b>Pendidikan terakhir</b>	<b>pendapatan</b>
1	Novidawati	P	<30 tahun	S1	Rp. 3000.000
2	Hotnida	P	>41 tahun	S2	Rp. 3000.000
3	Padmawati Siregar	P	>41 tahun	S2	Rp.<4000.000
4	Rama Tama Siregar	L	<40 tahun	S1	Rp. 2000.000
5	Burhanuddin Said	L	<40 tahun	S1	Rp. 2000.000
6	Sumadianto	L	>41 tahun	S1	Rp. 3000.000
7	Aminuddin Rasyid Hsb	L	<30 tahun	SMA	Rp. 2000.000
8	Ali Nafiah Siregar	L	20 tahun	S1	Rp. 3000.000
9	Wallim Harianja	L	<30 tahun	SMA	Rp. 2000.000
10	Irfan Zunaidi	L	<30 tahun	S1	Rp.<4000.000
11	Yenni Rahman Nasution	P	<40 tahun	SMA	Rp. 3000.000
12	Masna Hasibuan	P	<40 tahun	S1	Rp. 2000.000
13	Evawati Harahap	P	20 tahun	SMA	Rp. 2000.000
14	Asiah Irmadani Harahap	P	20 tahun	SMA	Rp. 2000.000
15	Amida Simbolon	P	>41 tahun	S2	Rp.>4000.000
16	Mitha Aulia Nasution	P	<30 tahun	S1	Rp. 3000.000
17	Aman	L	<30 tahun	S1	Rp. 2000.000
18	Darul Mukoddam	L	<30 tahun	S1	Rp. 2000.000
19	Agus Junaidi	L	<30 tahun	SMA	Rp. 2000.000

20	Pande Batubara	L	<40 tahun	SMA	Rp. 2000.000
21	Yesi Safitri	P	20 tahun	S1	Rp.<4000.000
22	Emmi Fitriani	P	>40 tahun	S1	Rp. 3000.000
23	Siti Wahasni Siregar	P	<30 tahun	S1	Rp. 2000.000
24	Rita Fitria	P	<30 tahun	SMA	Rp. 3000.000
25	Marina	P	<40 tahun	S1	Rp. 3000.000
26	Henni Triwati	P	20 tahun	S1	Rp. 3000.000
27	Nurainun	P	<40 tahun	SMA	Rp. 3000.000
28	Evy Khairani Lubis	P	20 tahun	S1	Rp. 2000.000
29	Nurchahaya Lubis	P	<30 tahun	S1	Rp.<4000.000
30	Ermi Fauziah Piliang	P	<40 tahun	S1	Rp. 3000.000
31	Nurhijriyah Nasution	P	<30 tahun	S1	Rp.<4000.000
32	Rahma Minar N Harahap	P	<30 tahun	S1	.<4000.000
33	Ratna Dewi Lubis	P	<30 tahun	S1	Rp. 3000.000
34	Afrini Lubis	P		S1	Rp. 2000.000
35	Nurazizah	P	>41 tahun	S1	Rp. 3000.000
36	Nurhasanah Siregar	P	>41 tahun	S1	Rp. 2000.000
37	Syahrani Tanjung	P	<40 tahun	S1	Rp.<4000.000
38	Riski Arianti	P	<40 tahun	S1	Rp. 3000.000
39	Abidah Tika N Lubis	P	>40 tahun	S1	Rp. 3000.000
40	Connie Idaroyani Shb	P	20 tahun	S1	Rp. 2000.000
41	Isna Marnilam	P	<30 tahun	S1	Rp. 3000.000
42	Wahyuni Mustika Sari	P	20 tahun	S1	Rp. 2000.000

43	Romaito Siregar	P	<30 tahun	S1	Rp.<4000.000
44	Meiliana Sari Hasibuan	P	<40 tahun	S1	Rp. 3000.000
45	Mesrawati	P	20 tahun	S1	Rp. 2000.000
46	Masrahot	P	20 tahun	S1	Rp. 2000.000
47	Nurkholijah	P	<40 tahun	S1	Rp. 2000.000
48	Ali Syahdin Siregar	L	<30 tahun	S1	Rp.<4000.000
49	Anwar Efendi	L	<30 tahun	S1	Rp. 3000.000
50	Akhiruddin	L	<30 tahun	S1	Rp. 3000.000
51	Ishak Mulyani	L		S1	Rp. 2000.000
52	Sahmin	L	>41 tahun	SMA	Rp.<4000.000
53	Fahri Zaman Lubis	L	>41 tahun	S1	Rp.<4000.000
54	Ilham Sentosa	L	<40 tahun	SMA	Rp. 2000.000
55	Surianto	L	<30 tahun	SMA	Rp. 2000.000
56	Samsul Bahri Harahap	L	<40 tahun	S2	Rp. 2000.000
57	Mhd. Faisal Aziz	L	<30 tahun	S1	Rp.<4000.000
58	Pita lina	P	<30 tahun	S1	Rp. 3000.000
59	Syahreni dewi	P	<30 tahun	S1	Rp. 3000.000
60	Fatimah Rambe	P	<40 tahun	S1	Rp. 2000.000
61	Khairul iman	L	>40 tahun	S1	Rp.<4000.000
62	Ina minanti	P	>41 tahun	S1	Rp. 3000.000

## Lampiran 4

### Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PL1	33,5000	8,057	,795	,886
PL2	36,3871	7,782	,447	,917
PL3	33,4355	8,119	,708	,890
PL4	33,4677	8,089	,806	,886
PL5	33,8387	7,744	,580	,900
PL6	33,5000	8,057	,795	,886
PL7	33,4355	8,119	,708	,890
PL8	33,4677	8,089	,806	,886
PL9	33,8387	7,744	,580	,900
PL10	33,5000	8,057	,795	,886

### Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah ( $X_2$ )

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	36,6774	7,107	,800	,927
KP2	36,7097	7,062	,919	,922
KP3	37,0806	7,157	,485	,951
KP4	36,7419	7,441	,664	,933
KP5	36,6774	7,107	,800	,927
KP6	36,7097	7,062	,919	,922
KP7	36,7097	7,062	,919	,922
KP8	36,8548	7,831	,465	,942
KP9	36,6774	7,107	,800	,927
KP10	36,7097	7,062	,919	,922

### Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LS1	37,0645	5,537	,557	,874
LS2	36,8871	5,184	,721	,862
LS3	36,9194	5,157	,825	,856
LS4	36,8871	5,479	,406	,890
LS5	36,8871	5,872	,294	,893
LS6	36,8871	4,987	,854	,852
LS7	37,0645	5,537	,557	,874
LS8	36,8871	5,184	,721	,862
LS9	37,0645	5,537	,557	,874
LS10	36,8871	5,184	,721	,862

## Lampiran 5

### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,902	10

### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah ( $X_2$ )

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,936	10

### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,882	10



## Lampiran 6

### Hasil Uji Statistik Deskriptif

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PL	62	33,00	47,00	37,5968	3,12294
KP	62	37,00	50,00	40,8387	2,97086
LS	62	36,00	50,00	41,0484	2,55707
Valid N (listwise)	62				

## Lampiran 7

### Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

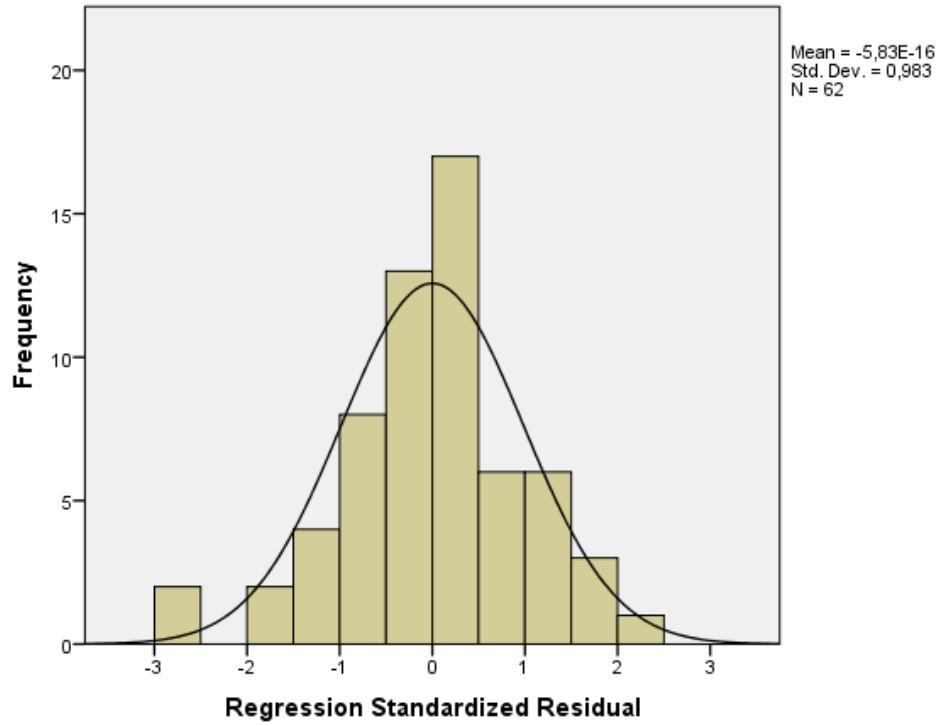
		PL	KP	LS
N		62	62	62
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	37,5968	40,8387	41,0484rrr
	Std. Deviation	3,12294	2,97086	2,55707
Most Extreme Differences	Absolute	,398	,418	,401
	Positive	,398	,418	,401
	Negative	-,187	-,220	-,293
Test Statistic		,398	,418	,401
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Histogram**  
**Dependent Variable: LS**



## Lampiran 8

### Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	7,544	1,401				5,384
PL	,019	,102	,023	,183	,855	,096	10,370
KP	,803	,107	,933	7,496	,000	,096	10,370

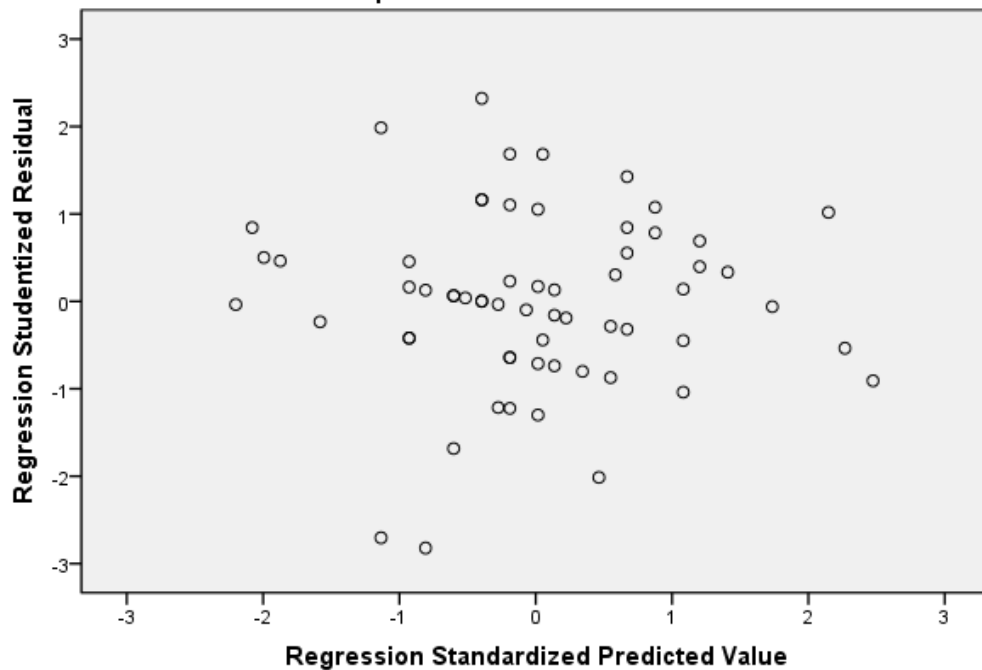
a. Dependent Variable: LS

## Lampiran 9

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: LS



## Lampiran 10

### Hasil Uji Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta		
7,544	1,401		5,384	,000
,019	,102	,023	,183	,855
,803	,107	,933	7,496	,000

## Lampiran 11

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,955 <sup>a</sup>	,912	,909	,77209

a. Predictors: (Constant), KP, PL

b. Dependent Variable: LS

## Lampiran 12

### Hasil Uji t

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,544	1,401		5,384	,000
PL	,019	,102	,023	,183	,855
KP	,803	,107	,933	7,496	,000

## Lampiran 13

### Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	363,684	2	181,842	305,044	,000 <sup>b</sup>
	Residual	35,171	59	,596		
	Total	398,855	61			

a. Dependent Variable: LS

b. Predictors: (Constant), KP, PL

**Lampiran 14**

**TABEL NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT**

N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5 %	1 %		5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,261
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,517	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Lampiran 15

**Tabel F**  
**(Pada Taraf Signifikansi 0,05)**

Df2	Df1														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23

Df2	Df1														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92



Df2	Df1														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83

Df2	Df1														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79

Df2	Df1														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77

Lampiran 16

**Tabel t (Pada Taraf Signifikansi 5%)  
1 Sisi (0,05) dan 2 Sisi (0,025)**

DF	Signifikansi		DF	Signifikansi		DF	Signifikansi	
	0,05	0,025		0,05	0,025		0,05	0,025
1	6,314	12,706	34	1,691	2,032	67	1,668	1,996
2	2,920	4,303	35	1,690	2,030	68	1,668	1,996
3	2,353	3,182	36	1,688	2,028	69	1,667	1,995
4	2,132	2,776	37	1,687	2,026	70	1,667	1,994
5	2,015	2,571	38	1,686	2,024	71	1,667	1,994
6	1,943	2,447	39	1,685	2,023	72	1,666	1,994
7	1,895	2,365	40	1,684	2,021	73	1,666	1,993
8	1,860	2,306	41	1,683	2,020	74	1,666	1,993
9	1,833	2,262	42	1,682	2,018	75	1,665	1,992
10	1,813	2,228	43	1,681	2,017	76	1,665	1,992
11	1,796	2,201	44	1,680	2,015	77	1,665	1,991
12	1,782	2,179	45	1,679	2,014	78	1,665	1,991
13	1,771	2,160	46	1,679	2,013	79	1,664	1,991
14	1,761	2,145	47	1,678	2,012	80	1,664	1,990
15	1,753	2,131	48	1,677	2,011	81	1,664	1,990
16	1,746	2,120	49	1,677	2,010	82	1,664	1,989
17	1,740	2,110	50	1,676	2,009	83	1,663	1,989
18	1,734	2,101	51	1,675	2,008	84	1,663	1,989
19	1,729	2,093	52	1,675	2,007	85	1,663	1,988
20	1,725	2,086	53	1,674	2,006	86	1,663	1,988
21	1,721	2,080	54	1,674	2,005	87	1,663	1,988
22	1,717	2,074	55	1,673	2,004	88	1,662	1,987
23	1,714	2,069	56	1,673	2,003	89	1,662	1,987
24	1,711	2,064	57	1,672	2,003	90	1,662	1,987
25	1,708	2,060	58	1,672	2,002	91	1,662	1,986
26	1,706	2,056	59	1,671	2,001	92	1,662	1,986
27	1,703	2,052	60	1,671	2,000	93	1,661	1,986
28	1,701	2,048	61	1,670	2,000	94	1,661	1,986
29	1,699	2,045	62	1,670	1,999	95	1,661	1,985
30	1,697	2,042	63	1,669	1,998	96	1,661	1,985
31	1,696	2,040	64	1,669	1,998	97	1,661	1,985
32	1,694	2,037	65	1,669	1,997	98	1,661	1,985
33	1,692	2,035	66	1,668	1,997	99	1,660	1,984



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

Nomor : B.24/In.14/G.5a/PP.00.9/10/2016 Padangsidempuan, 29 November 2016  
Lamp : -  
Perihal : **Permohonan Kesediaan  
Menjadi Pembimbing**

Yth  
Bapak/Ibu:  
1. **Rosnani Siregar, M.Ag**  
2. **Azwar Hamid, MA**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul Skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut:

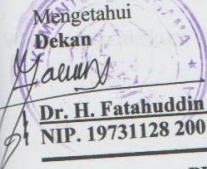
Nama : **EVIE ARSYITA SARY**  
NIM : 12 220 0013  
Sem/Thn. Akademik : VIII / 2015-2016  
Fakultas/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah 1  
Judul : **Analisis Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.**  
Judul Perbaikan : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan.**

Berdasarkan hasil sidang tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, judul tersebut dapat diterima sebagai judul skripsi, untuk itu diharapkan kepada Bapak/Ibu membimbing mahasiswa tersebut dalam penulisan proposal dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

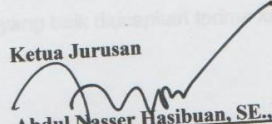
Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikumWr. Wb.*

Mengetahui  
Dekan

  
**Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag**  
NIP. 19731128 200112 1 001


Ketua Jurusan

  
**Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si**  
NIP. 19790525 200604 1 004

**PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING**

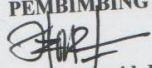
BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA

PEMBIMBING I

  
**Rosnani Siregar, M.Ag**  
NIP. 19740626 200312 2 001

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA

PEMBIMBING II

  
**Azwar Hamid, MA**  
NIP. 19860311 201503 1 005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihatang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-1163 /In.14/G/G.4b/TL.00/08/2016  
Lamp. : -  
Hal : Mohon Izin Riset

12 Agustus 2016

Yth,  
Pimpinan PT. Bank SUMUT  
Cabang Pembantu Syariah Panyabungan  
di-  
Panyabungan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Evie Arsyita Sary  
NIM : 12 220 0013  
Semester : IX (Sembilan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah

Adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul " **Analisis Loyalitas Nasabah pada PT. Bank SUMUT Cabang Pembantu Syariah Panyabungan**".

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

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag &  
NIP.19731128 200112 1 001

**KANTOR PUSAT**

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan  
Phone : (061) 4155100 - 4515100  
Facsimile : (061) 4142937 - 4512652

Medan, 26 Agustus 2016

No. : 165 /DSDM-UTC/L/2016  
Lamp. : --

Kepada :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidempuan  
Jl. T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang  
di -  
Tempat

**Hal : Izin Riset**

Sehubungan dengan Surat Bapak No. B-1163/In.14/G/G.4b/TL.00/08/2016 tanggal 12 Agustus 2016 hal Izin Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Permohonan izin riset atas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padang Sidempuan, dengan data dibawah ini :

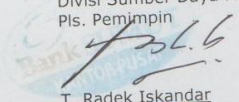
> Nama	: Evie Arsyita Sary
> NIM	: 12.220.0013
> Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam
> Judul Skripsi	: "Analisis Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah Panyabungan"

dijetujui untuk melaksanakan riset di Cabang Pembantu Syariah Panyabungan yang dilaksanakan maksimal 3 (tiga) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.

2. Selama melaksanakan riset mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin Cabang Pembantu Syariah Panyabungan serta menjaga rahasia bank dan diharapkan mensosialisasikan keberadaan PT. Bank Sumut di lingkungannya.
3. Selesai penulisan Skripsi mahasiswa bersangkutan diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Skripsi kepada PT. Bank Sumut Cq. Divisi Sumber Daya Manusia.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Divisi Sumber Daya Manusia  
Pls. Pemimpin

  
T. Radek Iskandar  
NPP. 632.281266.010394

Tembusan :

- Pemimpin Cabang Syariah P. Sidempuan
- Pemimpin Capem Syariah Panyabungan
- Sdri. Evie Arsyita Sary