



**GARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
DI BANK MUAMALAT INDONESIA TBK KCP PANYABUNGAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh

SULAIMAN NASUTION
NIM. 12 220 0043

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2016



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
DI BANK MUAMALAT INDONESIA TBK KCP PANYABUNGAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh

**SULAIMAN NASUTION
NIM. 12 220 0043**

PEMBIMBING I

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

PEMBIMBING II

Zulanka Matondang, S.Pd., M.Si

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
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, Padangsidimpuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Sulaiman Nasution**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 29 Desember 2016
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Sulaiman Nasution** yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP 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 Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan 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

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

Pembimbing II

Zulaika Matondang, S.Pd., M.Si



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

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

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : SULAIMAN NASUTION
NIM : 12 220 0043
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
JudulSkripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan**

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

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

Padangsidempuan, 29 Desember 2016

Yang Menyatakan,



**Sulaiman Nasution
NIM : 12 220 0043**

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sulaiman Nasution
NIM : 12 220 0043
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.** Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan 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 : Padangsidempuan
Pada Tanggal : 29 Desember 2016
Yang menyatakan,

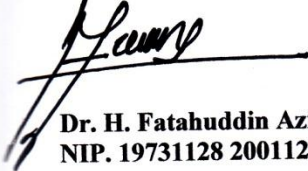


SULAIMAN NASUTION
NIM. 12 220 0043

**DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SARJANA**

NAMA : SULAIMAN NASUTION
NIM : 12 220 0043
**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH DI BANK MUAMALAT
INDONESIA TBK KCP PANYABUNGAN**

Ketua



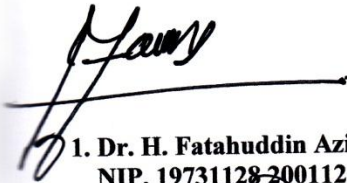
Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Sekretaris



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

Anggota



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



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



3. Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 003



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

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidempuan
Tanggal : 30 Desember 2016
Pukul : 14.00 s/d Selesai
Hasil/Nilai : 74,3
Predikat : Sangat Baik
IPK : 3,26



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 SihitangPadangsidimpuan22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022.

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH DI BANK MUAMALAT
INDONESIA TBK KCP PANYABUNGAN**

NAMA : SULAIMAN NASUTION
NIM : 12 220 0043

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

Padangsidimpuan, 30 Desember 2016

Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : Sulaiman Nasution

NIM : 12 220 0043

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.

Perkembangan Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan berperan sangat penting dalam sektor ekonomi dalam mendukung usaha mikro dan menengah untuk masyarakat, sehingga kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMI KCP Panyabungan harus optimal, sehingga bank tersebut mampu memenangkan persaingan dan menarik nasabah menggunakan produk dan jasanya. Oleh karena itu BMI KCP Panyabungan harus berupaya lebih baik lagi dalam hal meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga terciptanya loyalitas nasabah. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori yang berhubungan dengan manajemen pemasaran bank yang membahas tentang kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan data primer dan sampel dengan menggunakan rumus slovin menjadi sebanyak 93 responden. Proses pengolahan data menggunakan *SPSS versi 20*.

Hasil dari penelitian secara parsial (uji t) untuk variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, dibuktikan dari nilai signifikan $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,218 > 1,986$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Panyabungan. Kemudian nilai koefisien determinasi sebesar 0,164 (16,4%), berarti bahwa variabel loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sebesar 16,4%, sedangkan sisanya 83,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas curahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian shalawat dan salam penulis haturkan 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.

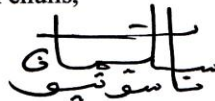
Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan”**. Melalui kesempatan ini pula, dengan kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

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

3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si, sebagai Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan Ibu Nofinawati, SE.I., M.A sebagai Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah, serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang, S.Pd., M.Si selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, MA selaku 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. Terima kasih yang tak ternilai kepada Ayahanda Ahmad Syakir Nst dan Ibunda Nuriana Rangkuti yang telah banyak melimpahkan pengorbanan, kasih sayang dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah penulis. Terima kasih juga kepada abang, kakak dan adik (Mhd Yusuf Nst, Naimah Fitri Nst, S.Pd, Ahmad Yani Nst dan Nur Asiah Nst) yang menjadi motivasi terkuat dalam perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
7. Rekan-rekan Mahasiswa khususnya Perbankan Syariah-1 angkatan 2012 IAIN Padangsidempuan yang selalu memberikan bantuan dalam kegiatan perkuliahan maupun penulisan skripsi ini.

Akhir kata 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, 29 Desember 2016
Penulis,



SULAIMAN NASUTION
NIM. 12 220 0043

DAFTAR ISI

Halaman Judul/Sampul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri	
Berita Acara Ujian Munaqasyah	
Halaman Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii

Bab I Pendahuluan

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah	7
D. Definisi Operasional Variabel.....	8
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	9
G. Kegunaan Penelitian	9
H. Sistematika Pembahasan	10

Bab II Landasan Teori

A. Kerangka Teori.....	12
1. Kualitas Pelayanan.....	12
a) Faktor-faktor Pelayanan	13
b) Dasar-dasar Pelayanan Nasabah.....	15
c) Sikap Melayani Nasabah	17
d) Ciri-ciri Pelayanan yang Baik	19
e) Indikator Kualitas Pelayanan.....	22
2. Pengertian Loyalitas	25
a) Model Konseptual Loyalitas Nasabah.....	27
b) Loyalitas dan Siklus Penggunaan Produk Nasabah	28
c) Terbentuk Loyalitas Nasabah	30
d) Karakteristik Loyalitas Nasabah	31
e) Tingkat Tahapan Loyalitas Nasabah	32
f) Indikator Loyalitas Nasabah	34
g) Tingkat Hubungan dengan Pelanggan.....	34
h) Kesetiaan Pelanggan	35
B. Penelitian Terdahulu.....	38
C. Kerangka Pikir.....	41
D. Hipotesis	42

Bab III Metodologi Penelitian

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
B. Jenis Penelitian.....	43
C. Populasi dan Sampel.....	43
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	45
1. Angket/Kuesioner.....	45
2. Dokumentasi.....	46
E. Analisa Data.....	47
1. Uji validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	47
F. Asumsi Dasar.....	48
1. Uji normalitas.....	48
2. Uji Linieritas.....	49
3. Pengujian Hipotesis.....	49
a. Analisis Deskriptif.....	49
b. Uji Analisis Regresi.....	50
1) Uji t.....	50
2) Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan

A. Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia Tbk.....	52
1. Sejarah Pendirian Bank Muamalat KCP Panyabungan.....	52
2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia.....	54
3. Struktur Organisasi BMI KCP Panyabungan.....	55
B. Gambaran Umum Responden.....	64
C. Analisis Data.....	68
1. Variabel Kualitas Pelayanan.....	69
2. Variabel Loyalitas Nasabah.....	73
3. Uji Validitas.....	74
4. Uji Reliabilitas.....	75
D. Uji Asumsi Dasar.....	76
1. Uji Normalitas.....	76
2. Uji Linearitas.....	77
3. Pengujian Hipotesis.....	78
a. Analisis Deskriptif.....	78
b. Uji Analisis Regresi.....	79
1) Uji t.....	80
2) Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	81
E. Pembahasan.....	83

Bab V Penutup

A. Kesimpulan.....	86
B. Saran.....	86

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan.....	6
Tabel 1.2 Definisi Operasional Variabel.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1 Skala Likert	46
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	65
Tabel 4.2 Usia Responden.....	65
Tabel 4.3 Pendidikan Responden	66
Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan Responden	67
Tabel 4.5 Pendapatan Perbulan	67
Tabel 4.6 Lama Menjadi Nasabah Di BMI.....	68
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan	71
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Nasabah	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	74
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 4.11 Uji Normalitas	77
Tabel 4.12 Uji Linearitas.....	78
Tabel 4.13 Uji Analisis Deskriptif	79
Tabel 4.14 Uji Analisis Regresi	79
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BMI KCP Panyabungan.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Nilai Angka Angket

Lampiran 2 Laporan Hasil Output SPSS 20

Lampiran 3 Surat Balasan Peneliti Dari Bank Muamalat

Lampiran 4 t Tabel

Lampiran 5 r Tabel

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai lembaga keuangan bank memiliki tugas memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang, peminjaman uang (pembiayaan), serta jasa-jasa keuangan lainnya. Oleh sebab itu, sebuah bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya karena tanpa adanya kepercayaan dari masyarakat mustahil sebuah usaha perbankan dapat berkembang dengan baik.

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya maka bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Dalam hal ini, bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu melayani, menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya.¹

Keberadaan perbankan syariah tidak terlepas dari sistem perbankan Indonesia secara umum. Perbankan syariah mulai dikenal pada tahun 1992 setelah diberlakukannya Undang-undang No. 7 tahun 1992 yang memungkinkan bank konvensional menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah. Secara perlahan, bank syariah mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang menginginkan sistem perbankan berlandaskan pada syariat Islam. Namun demikian, perbankan syariah belum mendapatkan landasan hukum yang kuat, karena masih harus tunduk pada peraturan bank konvensional. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang kuat untuk

¹ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 249.

mempercepat pertumbuhan dan perkembangan perbankan syariah. Maka pada tahun 2008, pemerintah mengeluarkan Undang-undang No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Berdasarkan Undang-undang tersebut, perbankan syariah memiliki ruang lingkup kerja dan kegiatan yang jelas.

Diberlakukannya Undang-undang NO. 21 tahun 2008 lalu semakin memperkuat basis perbankan syariah di Indonesia.² Perbankan syariah mulai berkembang secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir, Hal tersebut dibuktikan dengan lahirnya beberapa bank, baik yang menyatakan diri sebagai bank umum syariah maupun bank konvensional yang membentuk unit-unit syariah, sehingga pada akhir tahun 2015 terdapat sejumlah 12 Bank Umum Syariah (BUS) dan 22 Unit Usaha Syariah (UUS). Diantara 12 Bank Umum Syariah (BUS) tersebut, termasuk salah satunya Bank Muamalat Indonesia Tbk.

Di negara maju, bank menjadi lembaga yang sangat strategis dan memiliki peran penting. Di negara berkembang, kebutuhan masyarakat terhadap bank tidak hanya terbatas pada penyimpanan dan penyaluran dana saja, akan tetapi juga pelayanan terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan oleh bank dengan harapan memberikan kepuasan kepada nasabahnya.

Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan. Produk yang ditawarkan kepada nasabahnya

² Khaerul Umam, *Manajemen Organisasi* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), hlm. 228.

menjadi lebih cepat dan efisien. Dalam melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.³

Dengan kata lain kemajuan suatu bank di suatu negara dapat pula dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan. Keberhasilan lembaga keuangan sering tergantung kepada kemampuan pemasaran dan pelayanan. Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat, sedangkan pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki akan tetapi manfaatnya dapat dirasakan, dimana tujuan dari pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen.

Untuk dapat memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan nasabah, seorang *frontliner* harus dapat membaca karakter tiap masing-masing nasabah dan berusaha memberikan pelayanan yang lebih kepada nasabah, minimal sesuai dengan harapannya. Layaknya bank-bank lainnya, Bank Muamalat KCP Panyabungan juga mempunyai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga nasabah lama menjadi loyal terhadap bank tersebut.

³ Kasmir, *Manajemen Perbankan, Op. Cit.*, hlm. 170-171.

Dalam hal ini kendala yang dihadapi dalam pelayanan perbankan adalah perilaku nasabahnya. Berdasarkan survey awal dilapangan ketika magang yang dilakukan peneliti pada salah satu nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan tentang tingkat kepuasan yang diperoleh dari pelayanan, mereka puas dengan layanan yang diberikan oleh karyawan bank tersebut, akan tetapi mereka tetap mau pindah jika bank lain mengeluarkan kualitas produk yang mereka butuhkan serta memberikan kinerja yang sesuai dengan yang diharapkan, dan diduga masih banyaknya nasabah yang mau pindah ke bank lain walaupun pihak bank memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan yang diharapkan nasabah terlebih lagi bila nasabah berada pada kelas ekonomi menengah keatas yang makin potensial menjadi nasabah yang membuka rekening tabungan atau pembiayaan lebih dari satu bank. Dalam hal ini, tingkat kepuasan yang diinginkan nasabah bukan kepuasan pada tingkat puas saja tetapi kepuasan pada tingkat sangat puas supaya nasabahnya tidak berpaling ke bank lain. Oleh karena itu, Bank Muamalat Indonesia KCP Panyabungan harus berupaya lebih baik lagi dalam peningkatan kualitas pelayanannya kepada nasabahnya, guna membangun kepuasan nasabah sehingga terciptanya loyalitas nasabah.

Pada tingkat loyalitasnya sangat sulit untuk mengidentifikasi nasabah yang dikatakan loyal, karena nasabah yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCP Panyabungan memiliki pemikiran yang berbeda-beda dalam memahami dunia perbankan misalnya saja ada nasabah cuma sekali transaksi dengan

menabungkan dananya dengan jumlah yang sangat besar sampai ratusan atau milyaran rupiah dengan jangka waktu yang cukup lama setelah berbulan-bulan bahkan bertahun-tahun tidak pernah bertransaksi lagi, dan adapula nasabah yang sering bertransaksi tiap bulannya tetapi masih kurang dari 3 tahun, bahkan ada nasabah yang bertransaksi setiap harinya.

Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan merupakan salah satu lembaga keuangan yang turut serta meramaikan dunia persaingan antar perbankan yang ada di kota Panyabungan. Dalam persaingan yang ketat antara Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan dengan bank-bank lainnya, maka Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan perlu meningkatkan kualitas pelayanannya dengan mempertahankan nasabah yang sudah ada, karena untuk mempertahankan nasabah lama lebih sulit daripada menarik pelanggan baru dan juga tidak mengeluarkan biaya yang banyak lagi.

Sementara sebagian masyarakat ingin menabungkan dananya karena faktor kualitas pelayanannya, kepuasan nasabah, nisbah bagi hasilnya, dan produk yang beragam. Hal tersebut merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam menentukan keputusan nasabah.

Berikut perkembangan data jumlah nasabah loyal di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan pada kurun waktu 2013-2015.

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Nasabah yang Loyal
di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan

No.	Tahun	Jumlah Nasabah Aktif
1	2013	2.873
2	2014	2.656
3	2015	2.598

Sumber: PT. Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan

Berdasarkan tabel jumlah nasabah loyal di atas terlihat adanya penurunan jumlah nasabah loyal yang menggunakan jasa Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan yang signifikan setiap tahunnya. Nasabah yang menggunakan jasa Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan pada tahun 2013 berjumlah 2.873 nasabah, kemudian pada tahun 2014 jumlah nasabah turun sebanyak 217 nasabah atau turun sebesar 2,17 persen menjadi sebanyak 2.656 nasabah, dan pada tahun berikutnya juga yaitu tahun 2015 mengalami penurunan sebanyak 58 nasabah atau turun sebesar 0,58 persen menjadi sebanyak 2.598 nasabah.

Data di atas terlihat adanya penurunan nasabah dari tahun ke tahun dengan persentase rata-rata 1,37 persen, kondisi ini disebabkan produk/jasa yang ditawarkan tidak mampu bersaing dengan bank-bank lain. Ketika produk yang ditawarkan oleh bank tidak beragam, tidak menarik, citra/reputasi bank buruk, dan kualitas pelayanannya masih kurang maka kemungkinan besar masyarakat tidak berminat untuk menggunakan produk/jasa yang ditawarkan oleh bank, bahkan nasabah akan berpindah ke bank lain. Oleh karena itu, setiap bank baik bank syariah maupun bank konvensional harus menawarkan produk/jasa sesuai dengan kinerja dan apa yang diharapkan oleh nasabah dan dapat membuat nasabah berminat atau tertarik untuk menggunakan produk/jasa bank tersebut. Selain itu, untuk menarik pelanggan baru Bank Muamalat Indonesia KCP Panyabungan menargetkan 20 persen calon nasabah pertahunnya dan menargetkan Rp15 Miliar pertahunnya untuk dana *funding*. Dalam hal ini perlu dilakukan kajian

penelitian guna mengetahui permasalahan sebab terjadinya penurunan yang signifikan setiap tahunnya.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti terdorong untuk mengadakan pengamatan atau penelitian agar mengetahui lebih jelas. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **”Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan peneliti diatas. Maka, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.
2. Tingkat kepuasan yang diharapkan nasabah bukan saja pada tingkat puas akan tetapi pada tingkat sangat puas.
3. Adanya penurunan jumlah nasabah tiap tahunnya di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.

C. Batasan Masalah

Supaya penelitian ini tidak meluas dan lebih fokus dalam membahas topik penelitian maka penelitian ini dibatasi hanya berfokus pada pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi yang ditentukan dalam penelitian ini untuk menjelaskan masing-masing keterangan variabel yang sudah ditentukan. Dalam penelitian ini ditentukan dua variabel yaitu kualitas pelayanan adalah variabel (X) merupakan variabel independen dan loyalitas nasabah adalah variabel (Y) sebagai variabel dependen.

Untuk menghindari kesalahpahaman istilah yang digunakan dalam penelitian ini, maka dibuatlah definisi operasional variabel untuk menerangkan beberapa istilah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Variabel penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai hasil persepsi dari perbandingan antara harapan pelanggan/penerima layanan dan kinerja aktual pemberi layanan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangible</i> (Berwujud) 2. <i>Empathy</i> (Empati) 3. <i>Responsiveness</i> (Cepat tanggap) 4. <i>Reliability</i> (Keandalan) 5. <i>Assurance</i> (Kepastian) 	Ordinal
Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas adalah komitmen yang mendalam untuk berlangganan suatu produk atau jasa yang dipilih di masa mendatang, meskipun pengaruh dan usaha-usaha pemasaran potensial menyebabkan tingkah laku untuk berpindah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebiasaan Transaksi 2. Pembelian Ulang 3. Rekomendasi 4. Komitmen 5. Kepuasan Nasabah 	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan?

F. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian yang peneliti lakukan di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan adalah:

1. Bagi pihak Bank

Hasil ini dapat dijadikan sebagai masukan dan juga bahan pertimbangan dalam mengembangkan kualitas pelayanan. Dan juga sebagai masukan dalam perbaikan pelayanan kepada nasabah untuk kemajuan perusahaan ini dikemudian hari.

2. Bagi peneliti

Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan. Dan juga

sebagai sarana untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti dan mengimplementasikan teori-teori yang diperoleh selama kuliah.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan berguna bagi IAIN Padangsidimpuan pada umumnya sebagai pengembangan keilmuan, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya dan sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penelitian ini sesuai dengan permasalahan yang ada maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan menjadi lima bab, masing-masing bab terdiri dari beberapa sub-sub bab dengan rincian sebagai berikut:

Bab I pendahuluan yang di dalamnya berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II landasan teori, yang didalamnya berisikan kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis.

Bab III metodologi penelitian yang di dalamnya berisikan ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel, jenis penelitian, instrumen pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV hasil penelitian yang di dalamnya berisikan deskripsi data penelitian, hasil analisis penelitian, dan pembahasan penelitian.

Bab V penutup yang di dalamnya berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah jawaban masalah yang dirumuskan dalam pendahuluan. Pada bagian saran dimuat hal-hal yang perlu direkomendasikan dan ditindak lanjuti dari hasil penelitian ini bila dianggap perlu.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.¹

Definisi pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah “usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang),”² dan menurut Moenir pelayanan adalah “proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung,”³ dan menurut Kotler pelayanan (*Service*) ialah “sebagai suatu tindakan ataupun kinerja yang bisa diberikan pada orang lain,”⁴ sedangkan menurut Ismail definisi pelayanan adalah produk/jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk/jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya.⁵

Dengan demikian, kualitas pelayanan didefinisikan sebagai hasil persepsi dari perbandingan antara harapan pelanggan (nasabah) dan kinerja aktual pemberi layanan. Dari pengertian ini terdapat dua unsur utama dalam kualitas layanan, yaitu *expected service* (layanan yang diinginkan) dan *perceived service* (layanan yang dirasakan). Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas layanan yang dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika layanan

¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 143.

² <http://kbbi.web.id/pelayanan> diakses pada tanggal 17 Desember 2016 pukul 22.43 wib

³ Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 1992), hlm. 16.

⁴ Amstrong dan Kotler, *Dasar-dasar pemasaran jilid 1 edisi kesembilan* (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2003), hlm. 464.

⁵ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 193.

yang diterima melampaui harapan pelanggan, kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya, jika yang diterima lebih rendah, kualitas layanan akan dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan.⁶

a. Faktor-faktor Pelayanan

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan/jasa, ada sepuluh faktor yang harus dipersiapkan, yaitu:⁷

- 1) Kesiapan sarana layanan/jasa (*access*), faktor ini mencakup letak bank yang strategis, mudah dijangkau, kemampuan untuk mencapai pasar sasaran, dan kemampuan yang mampu memberikan pelayanan dengan cepat.
- 2) Komunikasi yang baik (*communication*), petugas *frontliner* di bank mampu berkomunikasi dengan nasabah dan mutu komunikasi itu sendiri menentukan mutu pelayanan yang diberikan kepada nasabah.
- 3) Karyawan yang terampil, tingkat keterampilan mitra internal menyelesaikan pekerjaan dan kemampuan untuk meyakinkan nasabah tanpa harus berbohong dan dicampur sumpah.
- 4) Hubungan baik dengan konsumen/nasabah, sikap dan perasaan senang membantu nasabah dalam membuat keputusan untuk membeli, bersahabat, dan sopan ketika melayani nasabah.

⁶ Khaerul Umam, *Manajemen Organisasi, Op. Cit.*, hlm. 269-270

⁷ Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), hlm. 106-107.

- 5) Karyawan yang berorientasi pada konsumen/nasabah, persepsi nasabah tentang tingkat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya dan kualitas yang dipersepsikan nasabah tentang citra, reputasi dan tanggung jawab bank terhadap nasabah.
- 6) Nyata, kehandalan produk bank dalam mewujudkan komitmen sesuai dengan promosi tahap awal transaksi dan konsistensi layanan dari waktu ke waktu.
- 7) Cepat tanggap, merupakan kemampuan untuk meningkatkan kecepatan karyawan yang bertugas menanggapi permintaan pelanggan, selalu siap dan bersedia membantu kesulitan pelanggan, kemampuan menyelesaikan keluhan pelanggan dengan tepat, serta memberikan informasi dengan jelas sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- 8) Keamanan konsumen/nasabah, segi kenyamanan dan keamanan bagi nasabah baik fisik maupun proses *delivery* serta legalitas nasional dan global yang memberikan jaminan terhadap kehalalan operasional perbankan itu sendiri.
- 9) Dapat dilihat, memperlihatkan wujud fisik, seperti gedung, tempat parkir, peralatan dan semua fasilitas yang menunjang pekerjaan dan layanan serta kualitas mitra internal terlibat di dalamnya merupakan cerminan kualitas bank itu sendiri misalnya menjaga penampilan dan keterampilan pegawai.

- 10) Memahami keinginan konsumen/nasabah, tingkat pemahaman kebutuhan, keinginan nasabah, dan kemampuan mitra internal untuk berbicara dengan bahasa nasabah.

b. Dasar-dasar Pelayanan Nasabah

Agar pelayanan yang diberikan pegawai bank dapat memuaskan nasabah, maka ia harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti oleh pegawai bank.⁸

- 1) Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih, artinya petugas harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik, petugas juga harus berpakaian bagus/rapi dan tidak kumal dan baju lengan panjang dan jangan digulung biasanya petugas diberikan pakaian seragam agar pakaian yang dikenakan terkesan memikat konsumen.
- 2) Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum, dalam melayani nasabah petugas tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi, petugas juga harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama dan murah senyum dengan raut muka yang menarik hati serta tidak dibuat-buat.
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika mengenal nasabah, pada saat nasabah datang petugas *frontliner* harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya

⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan, Op. Cit.*, hlm. 252-254.

usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun, jika belum kenal dapat menyapa dengan menyebut Bapak/Ibu, apa yang dapat kami bantu untuk selanjutnya berusaha menghafal nama dan mengenali suara nasabah.

- 4) Tenang, sopan, hormat serta tekun mendengarkan pembicaraan, usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap dan tata krama, menghormati tamu serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan nasabah.
- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar, artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula dan suara harus jelas dan mudah dipahami serta jangan memakai istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.
- 6) Bergairah dalam melayani nasabah serta menunjukkan kemampuannya, dalam melayani nasabah jangan terlihat loyo, lesu, atau kurang semangat, tunjukkan pelayanan yang prima seolah-olah memang anda sangat tertarik dengan keinginan dan kemauan nasabah.
- 7) Jangan menyela atau memotong pembicaraan, pada saat nasabah berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan dan hindari kalimat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah.

- 8) Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan, setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal, petugas juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.
- 9) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan, artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh petugas CS, maka harus meminta bantuan kepada petugas yang mampu.
- 10) Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani, artinya jika pada saat tertentu petugas CS atau *teller* sibuk dan tidak dapat melayani salah satu nasabah, maka beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani dengan simpatik.

c. Sikap Melayani Nasabah

Setelah pegawai bank mengerti sifat-sifat nasabah secara umum, maka langkah atau sikap melayani nasabahnya harus diperhatikan. Sikap yang kurang baik akan berpengaruh terhadap hasil pelayanan yang diberikan. Berikut ini beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani nasabah:⁹

- 1) Beri kesempatan nasabah berbicara

Petugas *customer service* harus memberikan kesempatan kepada nasabah untuk mengemukakan keinginannya dalam arti dapat

⁹ *Ibid.*, hlm. 256.

menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

2) Dengarkan baik-baik

Selama nasabah mengemukakan pendapatnya seorang petugas CS harus mendengarkan dan menyimak dengan baik-baik tanpa melakukan gerakan yang menyinggung nasabah dalam arti melakukan gerakan yang tidak perlu.

3) Jangan menyela pembicaraan

Sebelum nasabah selesai bicara maka petugas CS dilarang memotong atau menyela pembicaraan.

4) Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai bicara

Pengajuan pertanyaan kepada nasabah baru dilakukan apabila nasabah sudah selesai bicara, pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang sopan, baik, singkat, jelas dan mudah dipahami.

5) Jangan marah dan jangan mudah tersinggung

Usahakan sabar dan selalu mengontrol cara bicara, sikap atau nada bicara apabila berhadapan dengan nasabah yang mudah marah dan jangan sekali-kali menyinggung nasabah.

6) Jangan mendebat nasabah

Jika ada hal-hal yang kurang disetujui usahakan memberikan penjelasan dengan sopan dan jangan sekali-kali berdebat atau memberikan argumen yang tidak dapat diterima nasabah.

- 7) Jaga sikap, sopan, dan selalu berlaku tenang
Emosi harus tetap terkendali dan selalu berlaku tenang menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan.
- 8) Jangan menangani hal-hal yang bukan merupakan pekerjaannya, tugas-tugas yang bukan wewenang seorang CS harus diserahkan kepada yang berhak, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.
- 9) Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu
Nasabah yang datang ke bank pada prinsipnya ingin dibantu, berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa memang kita ingin membantu nasabah.

d. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Setiap bank selalu ingin dianggap yang memberikan pelayanan terbaik di mata nasabahnya. Berikut ini adalah ciri-ciri pelayanan yang baik dan harus dipenuhi oleh bank, yaitu:

- 1) Tersedia sarana yang baik dan lengkap
Nasabah ingin dilayani secara prima, artinya untuk melayani nasabah hal yang perlu diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank misalnya kursi dan meja harus nyaman untuk diduduki, udara dalam ruangan juga harus sejuk, tenang dan tidak berisik dengan kenyamanan ini mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan bank.

- 2) Tersedia karyawan yang terampil, ramah, cepat dan tepat
Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas yang melayaninya, petugas harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu petugas juga harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan, pintar dan petugas harus mampu memikat dan mengambil nasabah sehingga nasabah semakin tertarik, begitu juga cara kerja harus cepat dan cekatan. Untuk memperoleh ini semua sebelum menjadi CS, harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.
- 3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai pelayanan, dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas CS harus mamapu melayani dari awal sampai selesai, nasabah akan merasa puas jika bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu, maka segera petugas yang dari semula mengerjakannya mengambil alih tanggung jawabnya.
- 4) Adanya komunikasi yang efektif, artinya petugas CS harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti dan jangan menggunakan istilah yang sulit dipahami.
- 5) Menjaga kerahasiaan bank
Menjaga rahasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah, oleh karena itu petugas bank harus mampu menjaga

rahasia nasabah terhadap siapapun. Rahasia bank merupakan taruhan kepercayaan nasabah kepada bank.

6) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi CS harus memiliki kemampuan dan pengetahuan tertentu, karena tugas CS selalu berhubungan dengan nasabah yang bermasalah/komplain. Maka CS perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

7) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.

Kepercayaan calon nasabah kepada bank diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah bank yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama agar tidak lari perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan petugas CS khususnya dan seluruh karyawan bank umumnya.¹⁰

Untuk memahami konsumen/nasabah dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat harus dipahami apa yang dipikirkan, dirasakan (pengaruh), dilakukan (perilaku), dan apa serta dimana (kejadian di sekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh nasabah. Dengan pemahaman terhadap perilaku nasabah yang salah dapat menyebabkan ketidaktepatan strategi pemasaran yang digunakan, sehingga maksud promosi produk suatu perusahaan tidak sampai kepada nasabah.

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 257-259.

e. Indikator Kualitas Pelayanan

Ada lima faktor dominan atau penentu kualitas jasa disingkat dengan *TERRA*, yaitu:¹¹

- 1) *Tangible* (Berwujud), Jasa yang dapat dilihat oleh nasabah berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat. Misalkan *lay out* gedung bank syariah yang modern dan tertata rapi mampu memberikan atau menampakkan kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu teknologi yang digunakan oleh bank menjadi pertimbangan nasabah dalam menentukan kualitas jasa perbankan yang dinikmati.
- 2) *Empathy* (empati), kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan/nasabah loyal. Setiap lapisan karyawan dari level manajemen atas (*top management*) sampai dengan level terbawah (*staf*) harus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen/nasabah. Setiap elemen dalam perusahaan mempunyai kewajiban memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Setiap karyawan terutama customer service harus mampu memberikan pelayanan yang tulus

¹¹ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: CV. Alfabeta, 2012), hlm. 197.

kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman dalam berinteraksi dengan perusahaan.

- 3) *Responsiveness* (cepat tanggap), kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu nasabah dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari nasabah. Setiap keluhan dari nasabah harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan nasabah. Misalkan, ada nasabah yang kesulitan dalam menulis slip transaksi, maka petugas pelayanan harus langsung tanggap dan membantu dalam menuliskan slip tersebut. Atau misalkan slip transaksi yang habis, maka petugas pelayanan harus langsung menyediakan kembali slip transaksi yang habis tersebut, harus dihindari nasabah kecewa karena ketiadaan slip transaksi.
- 4) *Reliability* (keandalan), kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten. Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan melalui promosi akan memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen/nasabah. Misalkan, salah satu bank syariah menjanjikan kemudahan dalam bertransaksi di ATM bank lain tanpa dikenakan biaya tambahan, maka janji itu harus

terbukti bahwasanya transaksi melalui ATM bank lain tanpa dikenakan biaya tambahan.

- 5) *Assurance* (kepastian), berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen/nasabah. Karyawan harus mampu menunjukkan kepada nasabah bahwasanya perusahaan mampu merealisasikan setiap janji yang telah ditawarkan kepada konsumen/nasabah.¹²

Apabila kelima elemen TERRA diatas diperhatikan, diharapkan akan memberi kepuasan kepada konsumen. Kepuasan adalah fungsi dari kinerja dan ekspektasi/harapan.

Menurut Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo¹³ pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Pelayanan berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya pun akan mengenai hati nasabah dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam diri nasabah. Adiwarmarman Karim¹⁴ menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses gagalnya bisnis yang dijalankan. Al-Quran surat *ali-Imran* ayat 159 menjelaskan:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَوَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا
مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَوَشَاوُوهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا
عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

¹² *Ibid.*, hlm. 198.

¹³ Thorik G. dan Utus H.S, *Marketing Muhammad SAW: Strategi Handal dan Jitu Praktik Bisnis Muhammad SAW* (Jakarta: Gema Insani Press, 2006), hlm. 77.

¹⁴ Adiwarmarman Karim, *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer* (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), hlm. 73.

Artinya: 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 maafkanlah 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.¹⁵

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntutkan 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 kelemah lembutannya maka konsumen bisa saja akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh-jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat pemaaf dan penyabar kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan-perasaan yang tidak menyenangkan dari pelayanan yang diterima nasabah. Oleh karena itu pelaku bisnis harus berupaya lebih baik lagi dalam hal meningkatkan kualitas pelayanannya kepada para nasabahnya guna membangun kepuasan nasabah sehingga terciptanya loyalitas nasabah.

2. Pengertian Loyalitas

Menurut Kasmir Loyalitas adalah “nasabah yang kecil kemungkinan untuk pindah ke bank lain dan akan setia menjadi nasabah yang bersangkutan”.¹⁶

¹⁵ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Bandung: CV. Diponegoro, 2008), hlm. 71.

¹⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank, Op. Cit.*, hlm. 162.

Menurut Dwi Suwiknyo pengertian nasabah dibagi menjadi dua, yaitu “Nasabah debitur merupakan nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan sedangkan nasabah penyimpan merupakan nasabah yang menempatkan dananya di bank dengan nasabah yang bersangkutan.”¹⁷

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah tidak hanya berperan menciptakan kepuasan nasabah tetapi juga membangun kesetiaan nasabah dan hubungan yang berkesinambungan dengan nasabah, sehingga melakukan pembelian ulang atau tidak pindah pada produk lainnya.

Kesetiaan pelanggan tidak dapat dibeli, kesetiaan tidak dapat dipaksakan, kesetiaan diperoleh melalui kepuasan yang diterima seiring berjalannya waktu dan usaha, kesetiaan terwujud bukan karena hal berupa uang saja, kesetiaan tidak dapat diperjual belikan, karena kesetiaan datangnya dari lubuk hati dari ketulusan hati nurani yang terjadi karena akibat adanya rasa puas yang diterima dan dirasakan pelanggan, karena pelayanan yang diterima sangat baik dan itu terus dilakukan tanpa ada batas waktu.

Loyalitas adalah tentang persentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama. Loyalitas adalah bukti pelanggan yang selalu menjadi pelanggan yang memiliki kekuatan dan sikap positif atas perusahaan itu. Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa masing-

¹⁷ Dwi Suwiknyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Total Media, 2009), hlm. 184.

masing pelanggan mempunyai dasar loyalitas yang berbeda-beda, hal ini tergantung dari obyektifitas mereka masing-masing.

a. Model Konseptual Loyalitas Pelanggan

Paradigma kecocokan harapan berpendapat bahwa kesetiaan pelanggan (misalnya intensitas pembelian ulang, kesediaan menyebarkan citra positif dari mulut ke mulut) merupakan fungsi kepuasan pelanggan dan fungsi perbandingan kognitif dari harapan sebelum menggunakan dengan pengalaman aktual. Adapun model konseptual loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

1) Kualitas dan *value* yang dirasakan

Kualitas jasa yang dirasakan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan mengenai superioritas atau keunggulan menyeluruh dari suatu produk. *Value* merupakan pertimbangan rasio antara manfaat yang dirasakan terhadap harga. *Value* yang dirasakan adalah penilaian menyeluruh terhadap kegunaan produk yang diterima dibandingkan pengorbanan yang dikeluarkan.

2) Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah dikenal dan banyak digunakan dalam berbagai riset pelanggan (menganggap bahwa pelanggan dapat menilai kinerja pelayanan, dibandingkan dengan harapan sebelum membeli atau mengkonsumsi).

3) Citra perusahaan

Literatur pemasaran menunjukkan bahwa reputasi merek didefinisikan sebagai persepsi kualitas berasosiasi dengan *brand name* dan pada tingkat perusahaan, citra didefinisikan sebagai persepsi organisasi yang direfleksikan dalam memori pelanggan. Citra merupakan persepsi *customer* terhadap produk yang ditawarkan.

4) Kesetiaan Pelanggan

Kesetiaan pelanggan merupakan perilaku yang terkait dengan merek, produk jasa, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek di masa yang akan datang.¹⁸

b. Loyalitas dan Siklus Penggunaan Produk Nasabah

Setiap kali nasabah menggunakan produk, ia bergerak melalui siklus penggunaan nasabah. Penggunaan pertama kali akan bergerak melalui lima langkah yaitu sebagai berikut:

1) Kesadaran

Langkah pertama menemukan loyalitas dimulai dengan kesadaran nasabah akan produk. Pada tahap inilah mulai membentuk pangsa pikiran yang dibutuhkan untuk memosisikan kedalam pikiran calon nasabah bahwa produk bank tersebut lebih unggul dari produk pesaing.

¹⁸ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 99-104.

2) Penggunaan Produk Awal

Penggunaan produk pertama kali merupakan langkah penting dalam memelihara loyalitas. Penggunaan produk bank pertama kali merupakan percobaan. Bank dapat menanamkan kesan positif atau negatif kepada nasabah dengan produk atau jasa yang diberikan, mudahnya transaksi penggunaan aktual, hubungan dengan karyawan, lingkungan fisik bank, dan cara pelayanannya. Setelah penggunaan produk pertama ini dilakukan bank berkesempatan untuk memulai menumbuhkan nasabah yang loyal.

3) Evaluasi Pasca Penggunaan Produk

Setelah penggunaan produk dilakukan, nasabah secara sadar atau tidak sadar akan mengevaluasi manfaat atau keuntungan produk tersebut. Bila nasabah merasa tidak puas atau ketidak puasannya tidak terlalu mengecewakan sampai dapat dijadikan dasar pertimbangan beralih ke pesaing.

4) Keputusan Menggunakan Kembali Produk

Komitmen untuk menggunakan produk kembali merupakan sikap yang paling penting bagi loyalitas, bahkan lebih penting dari kepuasan. Singkatnya, tanpa pembelian berulang tidak ada loyalitas. Motivasi untuk membeli kembali berasal dari lebih tingginya sikap positif yang ditunjukkan

terhadap produk dan jasa tertentu, dibanding sikap positif terhadap produk atau jasa alternatif yang potensial.

5) Penggunaan Produk Kembali

Langkah akhir dalam siklus penggunaan produk adalah penggunaan produk kembali yang aktual. Dapat dianggap benar-benar loyal, nasabah harus terus menggunakan produk tersebut. Mengulangi langkah ketiga sampai langkah kelima (langkah penggunaan produk) berkali-kali. Hambatan terhadap peralihan dapat mendukung nasabah untuk menggunakan produk kembali. Nasabah yang benar-benar loyal akan menolak produk dari pesaing dan terus menggunakan produk dari bank tersebut.¹⁹

c. Terbentuk Loyalitas Nasabah

Upaya mempertahankan nasabah saat ini sangat penting untuk eksistensi masa depan bank. Kepuasan nasabah dan citra bank adalah dua aspek yang teruji mempertahankan nasabah. Dari sudut pandang manajerial, memahami faktor pendorong terbentuknya loyalitas nasabah secara keseluruhan dapat dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Kualitas dirasakan memiliki pengaruh positif *value*. *Value* memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa evaluasi kepuasan produk merupakan fungsi langsung dari kinerja atribut produk.

¹⁹ *Ibid.*, hlm. 18.

- 2) Persepsi kualitas memiliki efek lebih kuat daripada *value* kepuasan nasabah untuk nasabah dengan tingkat keahlian pelayanan yang tinggi.
- 3) Citra bank memiliki pengaruh terhadap persepsi kualitas, kepuasan dan loyalitas nasabah, tetapi tidak memiliki efek signifikan terhadap *value*. Meskipun citra perusahaan tidak memiliki efek langsung pada *value*, tetapi *value* citra memiliki efek melalui persepsi kualitas.
- 4) Citra bank memiliki efek lebih kuat terhadap loyalitas nasabah dibanding kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah tidak memiliki efek pada loyalitas.²⁰

d. Karakteristik Loyalitas Nasabah

Karakteristik loyalitas nasabah dapat diukur dengan cara antara lain:

- 1) Transaksi berulang

Adanya sebuah tindak lanjut untuk melakukan transaksi berulang atau rutin di tempat yang sama.

- 2) Merekomendasikan pada orang lain

Adanya kenyamanan dan kepuasan tersendiri yang dapat dirasakan maka seseorang akan merekomendasikan pemberitaan tentang apa yang dirasakannya tersebut kepada orang lain.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 105.

3) Menggunakan jasa lain yang ditawarkan

Kepuasan yang dirasakannya pada suatu jasa, maka akan ada dorongan untuk mencoba tawaran jasa lain yang tersedia di tempat tersebut.

4) Tidak terpengaruh tawaran dari pesaing

Tidak akan mudah tergiur oleh tawaran dari produk sejenis pesaing, karena sudah terbentuk kenyamanan dalam diri selama mengkonsumsi jasa di tempat tersebut.²¹

e. Tingkat Tahapan Loyalitas Nasabah

Proses seorang nasabah menjadi nasabah yang loyal terhadap perusahaan/bank terbentuk melalui beberapa tahapan. Adapun beberapa tahapan loyalitas adalah sebagai berikut:

1) *Suspect*

Meliputi semua orang yang ia yakini akan membeli atau membutuhkan barang/jasa tetapi belum memiliki informasi tentang barang dan jasa perusahaan/bank.

2) *Prospek*

Adalah orang-orang yang memiliki kebutuhan akan jasa tertentu, dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Pada tahap ini meskipun mereka belum melakukan pembelian tetapi telah mengetahui keberadaan perusahaan/bank dan jasa yang ditawarkan melalui rekomendasi pihak lain.

²¹ Philip Kotler dan A.B. Sutanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 54.

3) *Customer*

Pada tahap ini pelanggan sudah melakukan hubungan transaksi dengan perusahaan/bank. Tetapi tidak mempunyai perasaan positif terhadap perusahaan/bank, loyalitas pada tahap ini belum terlihat.

4) *Client*

Meliputi semua pelanggan yang telah membeli barang/jasa yang dibutuhkan dan ditawarkan perusahaan secara teratur hubungan ini berlangsung lama dan mereka telah memiliki sifat *retention*.

5) *Advocates*

Pada tahap ini, *clients* secara aktif mendukung perusahaan dengan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau membeli barang/jasa di perusahaan/bank tersebut.

6) *Partners*

Pada tahap ini, telah terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara perusahaan/bank dengan nasabah, pada tahap ini pula nasabah berani menolak produk/jasa dari perusahaan/bank lain.²² Loyalitas nasabah harus melalui beberapa tahapan, karena setiap tahap mempunyai kebutuhan yang berbeda. Dengan memperhatikan masing-masing tahap dan memenuhi kebutuhan dalam setiap tahap tersebut, bank

²² Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 53.

memiliki peluang yang lebih besar untuk membentuk calon pembeli menjadi nasabah yang loyal.

f. Indikator Loyalitas Nasabah

- 1) Kebiasaan transaksi adalah seberapa sering nasabah melakukan transaksi.
- 2) Pembelian ulang adalah kemauan nasabah untuk melakukan transaksi dengan memanfaatkan berbagai layanan lainnya yang disediakan oleh operator.
- 3) Rekomendasi adalah pengkomunikasian secara lisan mengenai pengalaman nasabah kepada orang lain dengan harapan orang tersebut mau untuk mengikutinya.
- 4) Komitmen adalah kemauan nasabah untuk tetap memanfaatkan pelayanan yang disediakan oleh operator dimasa datang dan enggan untuk berhenti sebagai pelanggan/nasabah tersebut.
- 5) Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang menyatakan hasil persepsi dari perbandingan antara harapan dan kinerja.²³

g. Tingkat Hubungan dengan Pelanggan

Terdapat lima tingkat hubungan dengan pelanggan atau nasabah, yaitu:²⁴

²³ *Ibid.*, hlm. 31.

²⁴ Philip Kotler dan A.B. Sutanto, *Op. Cit.*, hlm. 62.

- 1) Biasa, perusahaan menjual produk namun tidak menghubungi pelanggan atau nasabah lagi.
- 2) Reaktif, perusahaan atau bank menjual produk dan meminta pelanggan atau nasabah menghubunginya lagi.
- 3) Bertanggung jawab, perusahaan atau pihak bank menghubungi pelanggan atau nasabah segera setelah penjualan untuk menanyakan apakah produk atau jasa memenuhi harapan nasabah atau tidak.
- 4) Proaktif, perusahaan menghubungi pelanggan atau nasabah dari waktu ke waktu dengan saran untuk peningkatan penggunaan produk.
- 5) Kemitraan, perusahaan terus bekerja sama dengan pelanggan atau nasabah untuk mencapai penghematan bagi pelanggan atau membantu pelanggan atau nasabah bekerja lebih baik.

h. Kesetiaan Pelanggan

Kesetiaan pelanggan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek, tetapi keunggulan bersaing berkelanjutan karena kesetiaan pelanggan memiliki nilai strategis. Dalam berbagai literatur pemasaran menyebutkan bahwa kesetiaan pelanggan atau nasabah memiliki nilai strategis bagi perusahaan, antara lain:²⁵

²⁵ Ali Hasan, *Op.Cit*, hlm. 103.

1) Mengurangi biaya pemasaran

Pelanggan setia dapat mengurangi biaya pemasaran. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa biaya untuk mendapatkan pelanggan baru enam kali lebih besar dibandingkan dengan biaya mempertahankan yang ada.

2) *Tradeleverage*

Sebuah produk yang memiliki pelanggan setia akan menarik para distributor untuk memberikan ruang yang lebih besar dibandingkan dengan produk lain.

3) Menarik pelanggan baru

Pelanggan yang puas dengan produk yang digunakannya dapat mempengaruhi konsumen lain.

4) Waktu untuk merespons ancaman dari pesaing

Kesetiaan terhadap produk memungkinkan perusahaan memiliki waktu untuk merespons tindakan-tindakan yang dilakukan pesaing.

Loyalitas dalam bermuamalah tidak hanya memperhatikan siapa saja yang memberi keuntungan bagi perusahaan, akan tetapi harus memperhatikan perkara-perkara syar'i sesuai tuntunan ajaran agama Islam. Selain itu, sekarang sudah mulai meluasnya lembaga keuangan yang berbasis syariah yang mempermudah pemilihan pemberian loyalitas kepada sesuatu

yang menguntungkan dan terbebas dari unsur riba. Al-Quran surat al-Maidah ayat 54-55 menjelaskan:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ آمَنُوا مِنْ يَرَّتَا مِنْكُمْ عَنْ دِينِهِ فَسَوْفَ يَأْتِي اللَّهُ
بِقَوْمٍ يُحِبُّهُمْ وَيُحِبُّونَهُمْ أَذِلَّةٍ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ أَعِزَّةٍ عَلَى الْكَافِرِينَ
يُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَوَأَخَانٍ لَوْ كُنَّا لِلْإِثْمِ كُنَّا لَكُنَّا فَضْلَ اللَّهِ
يُؤْتِي مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ﴿٥٤﴾ إِنَّمَا وَلِيُّكُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ
الَّذِينَ آمَنُوا الَّذِينَ يُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَرَأَوْا زَكَاةً وَهُمْ رَاكِعُونَ



Artinya: Hai orang-orang yang beriman, barangsiapa di antara kamu yang murtad dari agamanya, maka kelak Allah akan mendatangkan suatu kaum yang Allah mencintainya dan merekapun mencintainya, yang bersikap lemah lembut terhadap orang yang mukmin, yang bersikap keras terhadap orang-orang kafir, yang berjihad dijalan Allah, dan yang tidak takut kepada celaan orang yang suka mencela. Itulah karunia Allah, diberikan-Nya kepada siapa yang dikehendaki-Nya, dan Allah Maha Luas (pemberian-Nya), lagi Maha Mengetahui. Sesungguhnya penolong kamu hanyalah Allah, Rasul-Nya, dan orang-orang yang beriman, yang mendirikan shalat dan menunaikan zakat, seraya mereka tunduk (kepada Allah).²⁶

Di sisi lain, seorang Mukmin tidak boleh loyal dan cinta terhadap musuh-musuh Islam. Dalam kategori hubungan sesama manusia (*hablum minannas*), ini berarti kita tidak diperbolehkan bekerjasama apalagi menjual loyalitas Muslim kepada hal-hal yang berbau riba. Oleh karena itu, dalam firman-Nya Allah SWT mengingatkan orang-orang beriman tentang hal ini dalam surat Ali Imran ayat 28:

²⁶ Departemen Agama Republik Indonesia, *Op.Cit.*, hlm. 117.

لَا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ وَمَنْ يَفْعَلْ
ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ إِنَّ تَتَّقُوا مِنْهُ تُقَاتُوا وَيُحَذِّرْكُمْ
اللَّهُ نَفْسَهُ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ ﴿٢٨﴾

Artinya: Janganlah orang-orang mukmin mengambil orang-orang kafir menjadi wali dengan meninggalkan orang-orang mukmin. Barang siapa berbuat demikian, niscaya lepaslah ia dari pertolongan Allah, kecuali karena (siasat) memelihara diri dari sesuatu yang ditakuti dari mereka. Dan Allah memperingatkan kamu terhadap diri (siksa)-Nya. Dan hanya kepada Allah kembali(mu).²⁷

B. Penelitian Terdahulu

Maksud dikemukakan hasil penelitian terdahulu adalah untuk mendukung hipotesis dalam penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu dan hasil-hasilnya yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Skripsi	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Rita Purnama Sari Daulay (2015)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Oloan Ummah Sidempuan (Skripsi, IAIN Padang sidempuan)	Independen: Kualitas Pelayanan (X) Dependen: loyalitas nasabah (Y)	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan dengan tingkat hubungan yang agak rendah dimana nilai $r = 0,453$. Koefisien determinasi diperoleh sebesar $0,205 = 20,5\%$ yang artinya loyalitas nasabah sebanyak 20,5% dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sedangkan 79,5%

²⁷ *Ibid.*, hlm. 53.

				dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 19,671 + 0,420$ (kualitas pelayanan).
2.	Teguh Mei yanto (2012)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Bank Syariah Cabang Surakarta) (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta)	Independen: Kualitas Pelayanan (X_1), Kepuasan Nasabah (X_2) Dependen: Loyalitas Nasabah(Y)	Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh variabel kualitas pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah atau karena t.sig (0,000) lebih kecil dari 0,05 (α) maka secara signifikan kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dan variabel kepuasan nasabah (X_2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah atau karena t.sig (0,000) lebih kecil dari 0,05 (α) maka secara signifikan kepuasan nasabah (X_2) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hasil uji F diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($16,446 > 4,08$), maka H_0 ditolak, Berarti secara bersama-sama variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh R square (R^2) sebesar 0,539, berarti variasi perubahan variabel loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah

				berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 53,9%. Sedangkan sisanya sebesar 46,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.
--	--	--	--	--

Persamaan penelitian ini dengan peneliti yang pertama adalah terdapat persamaan pada pemilihan variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan variabel dependennya yaitu loyalitas nasabah. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan peneliti yang pertama adalah peneliti pertama melakukan objek penelitian pada PT. BPRS Oloan Ummah Sidempuan tahun 2015. Sedangkan penelitian ini objek penelitiannya pada Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.

Adapun persamaan penelitian ini dengan peneliti kedua adalah sama-sama menggunakan variabel dependen yang sama yaitu Loyalitas Nasabah. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti kedua menggunakan metode regresi linier berganda sedangkan penelitian ini menggunakan metode regresi sederhana. Perbedaan lainnya terdapat pada variabel independennya peneliti yang kedua pemilihan variabel independennya ada dua yaitu variabel independen yang pertama/variabel X1 adalah Kualitas Pelayanan dan variabel independen yang kedua/variabel X2 adalah Kepuasan Nasabah, sedangkan penelitian ini pemilihan variabel independennya hanya satu yaitu Kualitas Pelayanan. Objek penelitiannya juga berbeda dengan peneliti kedua dengan penelitian ini yaitu peneliti kedua objek penelitiannya pada Bank syariah

cabang Surakarta, sementara penelitian ini objek penelitiannya pada Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.

C. Kerangka Pikir

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) variabel yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Dalam variabel bebas yang dibahas adalah kualitas pelayanan, sedangkan variabel terikatnya yang dibahas adalah loyalitas nasabah.

Setiap bank tentunya mempunyai produk yang berbeda-beda. Produk yang dihasilkan haruslah berkualitas dan mempunyai manfaat atau keuntungan bagi nasabah, agar nasabah tersebut berminat untuk menggunakan jasa keuangannya pada bank tersebut nantinya bisa menimbulkan rasa setia atau loyalitas pada nasabah. Loyalitas nasabah adalah rasa kesetiaan nasabah terhadap suatu produk sehingga melakukan penggunaan ulang atau tidak pindah pada produk lainnya. Apabila sudah ada pada diri nasabah itu sifat yang loyal, maka kecil kemungkinan nasabah menggunakan jasa perbankan lain.

Banyak faktor yang membuat nasabah loyal semakin meningkat, salah satunya adalah dengan melakukan pelayanan berkualitas. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang perlu diperhatikan dalam memenuhi kebutuhan nasabah bank. Nasabah tentunya akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan dapat terpenuhi.

Persepsi kinerja perbankan didasarkan pada pengetahuan, keyakinan dan penilaian terhadap merek, kinerja produk, citra, dan pelayanan bank yang diterima oleh nasabah. Apabila memuaskan, maka kesetiaan nasabah akan terbentuk dan menggunakannya secara berulang-ulang untuk jangka panjang.

Gambar 2.1
Kerangka pikir



D. Hipotesis

Secara etimologi hipotesis dibentuk dari dua kata *hypo* dan kata *thesis*, *hypo* berarti kurang dan *thesis* adalah pendapat, hipotesis adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna.²⁸

Berdasarkan landasan teoritis dan kerangka pikir yang dikemukakan di atas, maka dapat diambil suatu hipotesis, bahwa:

1. H_0 = tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.
2. H_a = terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.

²⁸ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 75.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan, yang beralamat di Jalan Willem Iskandar Pasar kota Panyabungan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai September 2016.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.¹ Adapun sumber data dalam penelitian ini memakai data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukur atau alat pengambil data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Adapun cara untuk mendapatkan data primer, yaitu dengan cara meninjau langsung yang menjadi objek penelitiannya dengan cara membuat angket/kuesioner.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian.²

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 13.

²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Bandung: Alfabeta,2005), hlm. 13.

Populasi adalah seluruh kumpulan dari elemen-elemen yang akan dibuat kesimpulan.³ Keseluruhan jumlah populasi nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan tahun 2015 sebanyak 1197 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi.⁴ Selain itu, sampel juga biasa disebut sebagian dari objek yang akan diteliti yang dipilih sedemikian rupa sehingga mewakili keseluruhan objek (populasi) yang ingin diteliti.

Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka teknik yang digunakan adalah *simple random sampling*, karena pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan serta yang ada dalam populasi itu.⁵

Berdasarkan jumlah nasabah tabungan yang akan dijadikan sampel di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan sebanyak 93 nasabah, sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin.⁶

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

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : populasi

³ Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 36.

⁴ *Ibid.*, hlm.118.

⁵ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta,2006), hlm. 57-58.

⁶ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 105.

d : tingkat presisi yang diinginkan ($10\% = 0,1$)

$$n = \frac{1197}{1197 \cdot (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{1197}{12,97}$$

$n = 92,289$ dan dibulatkan menjadi 93

Dengan demikian yang akan menjadi sampel pada penelitian ini adalah 93 responden yang akan menjadi sampel penelitian.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Angket (Kuesioner)

Menurut sugiyono “kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.⁷

Pertanyaan tentang fakta, pendapat (*opinion*) dan tentang persepsi sendiri.⁸ Untuk teknik pengolahan data menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur, dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2001), hlm. 135.

⁸ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm.203.

skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif, sampai sangat negatif, yang berupa kata-kata dan keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Likert

Keterangan	SS	S	KS	TS	STS
Nilai	5	4	3	2	1

Keterangan:

SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 KS : Kurang Setuju
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju

Instrumen yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda.⁹

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.¹⁰ Instrumen sebagai pegangan para petugas lapangan merupakan pedoman satu-satunya yang sengaja disiapkan dalam bentuk yang dikehendaki untuk dipakai secara serentak dalam waktu yang ditentukan.¹¹

⁹ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Cetakan Sembilan, 2006), hlm.57-58.

¹⁰ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 152.

¹¹ Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), hlm. 37.

E. Analisa Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan bantuan metode SPSS Versi 20 sebagai alat hitung.

1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Validitas faktor yang diukur bila item yang disusun menggunakan lebih dari satu faktor (antara faktor yang satu dengan yang lain ada kesamaan). Pengukuran validitas faktor ini dengan cara mengorelasikan antara skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor), sedangkan pengukuran validitas item dengan cara mengorelasikan antara skor item dengan skor total item.¹² Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel Product moment pada program SPSS versi 20.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal dapat dilakukan dengan test-retest (*stability*), equivalen, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu.¹³

¹² Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Media Kom, 2008), hlm.16.

¹³ Sugiyono, *Op.Cit.*, hlm. 120.

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Reliabel menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.¹⁴ Suatu kuesioner dianggap reliabel apabila cronbach's alpha $> 0,600$.

F. Uji Asumsi Dasar

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi, uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residunya.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal, maka metode yang digunakan adalah statistik non parametrik. Dalam pembahasan ini akan digunakan uji *one sample kolmogrov-smirnov* dengan menggunakan

¹⁴ Suharsimi Arikunto. *Op.Cit.*, hlm. 154.

taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi > dari 0,05.¹⁵

2. Uji linieritas

Uji linieritas merupakan suatu upaya untuk memenuhi salah satu asumsi analisis regresi linier yang mensyaratkan adanya hubungan variabel bebas dan variabel terikat yang saling membentuk kurva linier.

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan untuk sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier.

Pengujian pada program SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05, dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi lebih dari 0,05.¹⁶

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data berupa tabel, maupun grafik yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.

¹⁵ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS, Op. Cit.*, hlm.28.

¹⁶ *Ibid.*, 36.

b. Uji Analisis Regresi

Analisis regresi sederhana adalah dimana variabel yang terlibat di dalamnya adalah hanya dua yaitu variabel bebas X (independen) dan variabel terikat Y (dependen), lalu akan dihitung atau dicari nilai-nilai Y yang lain berdasarkan nilai X yang diketahui, langkah penyelesaiannya dijelaskan dibawah ini.

Rumus:¹⁷

$$Y = a + b X$$

Keterangan:

Y : Loyalitas nasabah

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

X : Kualitas Pelayanan

e : Error

1) Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_1) sama dengan nol atau $H_0 : b_1 = 0$, artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a), parameter suatu variabel

¹⁷ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 114.

tidak sama dengan nol, atau $H_a : b_1 \neq 0$, artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.¹⁸ Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (kualitas pelayanan) berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah). Setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

- a. jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima.
- b. jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak.

2) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.¹⁹

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 238.

¹⁹ Mudrajad Kuncoro, *Op.Cit.*, hlm. 240-241.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia Tbk

1. Sejarah Pendirian Bank Muamalat KCP Panyabungan

Bank Muamalat Indonesia Tbk merupakan bank syariah pertama di Indonesia, pendirian Bank Muamalat Indonesia Tbk merupakan prakarsa majelis ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah, yang muncul pada tanggal 19-22 agustus 1990 di Bogor. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada tanggal 24 Rabiul-Tsani tahun 1412 H bertepatan pada tanggal 01 November tahun 1991, dan melalui kegiatan operasinya pada tanggal 27 syawal 1412 H bertepatan pada tanggal 1 Mei 1992, dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendikiawan Muslim Se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. Pendirian Bank Muamalat Indonesia Tbk juga menerima dukungan dari masyarakat, terbukti dari komitmen pembeli saham Perseroan senilai Rp.84 Miliar, pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan. Selanjutnya pada acara silaturahmi di Istana Bogor diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp. 106 Miliar.¹

Pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan berawal pada saat penduduk atau masyarakat di Panyabungan mengusulkan pembangunan bank yang berbasis Islami. Hal itu dikarenakan penduduk Panyabungan mayoritas memeluk agama Islam. Dengan kepercayaannya para

¹*Annual Report Laporan Tahun 2009*. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, hlm. 4.

penduduk mengusulkan agar Bank yang berbasis Islami didirikan di daerah mereka.

Pada awal tahun 2004 direncanakanlah pembangunan Bank Muamalat di daerah Panyabungan, Lalu diadakanlah sosialisasi kepada masyarakat. Dari sosialisasi tersebut dihasilkan persetujuan antara pihak Bank Muamalat dengan masyarakat, bahwa Bank Muamalat harus ditopang oleh masyarakat sekitar. Pada saat yang bersamaan pula pendirian Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan mendapat kendala. Bank Indonesia (BI) menyatakan bahwa di daerah Panyabungan sudah layak ada penambahan bank. Sehingga hal itu membuat pendirian Bank Muamalat di daerah ini bisa berjalan sesuai prosedur. Sekitar pada akhir 2004 tepatnya tanggal 22 Desember 2004 Bank Muamalat Indonesia Tbk resmi dibuka di Kota Panyabungan. Pendirian Bank Muamalat ini diresmikan oleh Bapak Ir. Fauzi selaku *Branch Manager* Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Padangsidempuan.

Pada awal pendiriannya Bank Muamalat Indonesia KCP Panyabungan ini merupakan kantor kas Muamalat yang di ketuai oleh Bapak Rafles Purba, yang setiap minggunya kantor kas ini didatangi oleh pengawas dari Kantor Cabang Padangsidempuan. kantor kas Panyabungan ini hanya berfungsi sebagai pengumpul dana dari masyarakat. Pada saat itu kantor kas hanya menerima tabungan dari masyarakat tanpa adanya pembiayaan yang disalurkan.

Kantor kas Panyabungan berubah menjadi KCP pada tahun itu juga tepatnya pada tahun 2004 yang pada saat itu dipimpin oleh Bapak Dzul

Fadhli H. Dalimunthe yang menyanggah jabatan sebagai Sub *Branch Manager* (SBM). Pada saat perubahan dari kantor kas menjadi Kantor Cabang Pembantu (KCP) ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi, yaitu:

- a. Meningkatkan Dana Pihak ke-3
- b. Meningkatkan kesehatan bank yang pada saat itu *Non Performing Finance* nya maksimal mencapai 3
- c. Meningkatkan *Out Standing*.

Saat perubahan dari kantor kas menjadi KCP ini maka fungsinya pun berubah. Tidak hanya mengumpulkan dana dari masyarakat melainkan menyalurkan pembiayaan kepada masyarakat dan juga memberikan jasa-jasa lainnya.

2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia

Sebagai lembaga keuangan perbankan yang berbasis syariah, maka visi dan misi PT Bank Muamalat Indonesia adalah sebagai berikut :

Visi Bank Muamalat Indonesia:

“Menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.”

Misi Bank Muamalat Indonesia:

“Menjadi **ROLE MODEL** Lembaga Keuangan Syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi stakeholder.”

a. Strategi Mencapai Visi Dan Misi

Bank Muamalat Indonesia merumuskan suatu strategi dasar untuk mencapai visi dan misi tersebut, yaitu :

1. Meningkatkan pendapatan melalui ekspansi secara selektif dan *prudent* dengan penekanan pada usaha kecil melalui pemanfaatan jaringan lembaga keuangan syariah, tanpa mengabaikan pembiayaan kepada usaha menengah dan besar dengan penekanan pada perusahaan yang mempunyai kepedulian terhadap upaya pengembangan usaha kecil.
2. Meningkatkan kualitas profesionalisme sumber daya insani.
3. Meningkatkan mutu pelayanan dan pengembangan produk-produk andalan.
4. Meningkatkan intensitas pengawasan dan meningkatkan budaya patuh pada peraturan.
5. Mengembangkan teknologi pelayanan dan teknologi informasi.

3. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia KCP Panyabungan

Struktur Organisasi yang diterapkan di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Panyabungan adalah struktur organisasi lini, struktur organisasi ini menerapkan aliran wewenang langsung dari top manajemen kepada manajemen di bawahnya. Struktur organisasi ini dapat dibuat cepat karena pimpinan perusahaan memiliki kewenangan langsung dalam mengawasi bawahannya.²

² *Annual Report Laporan Tahun 2009*. PT. Bank Muamalat Indonesia, hlm. 4

a) Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab Struktur Organisasi

1) Pimpinan Cabang Pembantu (*Sub Branch Manajer*)

Pimpinan cabang pembantu ialah seorang pemimpin dan pengawasan kegiatan Bank Muamalat Indonesia sehari-hari sesuai dengan kebijaksanaan umum yang telah disetujui dewan komisaris dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Tugas dan tanggung jawab pimpinan cabang pembantu:

- (a) Bertanggung jawab secara keseluruhan terhadap operasional perkembangan cabang pembantu Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Panyabungan.
- (b) Sebagai koordinator seluruh *crew* Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Panyabungan.
- (c) Sebagai pelaksana kebijakan-kebijakan direksi terkait dengan operasional cabang.
- (d) Mempunyai wewenang tertinggi di cabang, dan pemegang limit pengeluaran biaya dan pembiayaan.

2) Supervisi Operasional (*Supervisi Operational*)

Fungsi Supervisi Operasional sebagai pejabat manajemen yang ditugaskan untuk membantu pimpinan pembantu cabang dalam melakukan tugas-tugas di bidang operasional bank. Fungsi tersebut meliputi aspek-aspek kuantitatif dan kualitatif secara efektif dan efisien dalam rangka pelaksanaan dan pengamanan jasa-jasa perbankan berdasarkan sistem dan prosedur operasional perusahaan

yang telah ditetapkan seta sesuai dengan kebijaksanaan manajemen serta peraturan-peraturan Bank Indonesia. Di samping itu juga melaksanakan supervisi dan pekerjaan lain yang sesuai dengan *policy* manajemen.

Tugas-tugas pokok *Supervisi Operational* :

- (a) Bertanggung jawab terhadap operasional sehari-hari cabang dengan melaksanakan *supervisor* terhadap setiap pelayanan jasa-jasa perbankan dari setiap unit/bagian yang berada di bawah tanggung jawabnya;
- (b) Sebagai koordinator *crew* operasional sebagai *checker* harian operasional cabang yang melakukan *monitoring*, evaluasi, *review*, dan kondisi terhadap pelaksanaan tugas-tugas pelayanan di cabang operasional;
- (c) Sebagai koordinator bagian layanan yang turut membantu pelayanan secara aktif atas tugas-tugas harian setiap unit/bagian yang berada di bawah tanggung jawabnya;
- (d) Turut memelihara dan membina hubungan baik intern antar unit/bagian maupun bidang lingkungan perusahaan dalam rangka menjaga mutu pelayanan kepada nasabah sehingga berada ke tingkat yang memuaskan serta terciptanya suasana kerja yang sehat di lingkungan perusahaan; dan

(e) Sebagai *checker* harian operasional cabang yang berkewajiban meningkatkan mutu pengetahuan dan keterampilan, baik pribadi maupun bawahannya untuk kelancaran pelaksanaan tugasnya.

3) *Koordinator Account manager (AM/Marketing)*

Fungsi *Account Manager* ialah sebagai pejabat manajemen yang ditugaskan membantu pimpinan cabang dalam menangani tugas-tugas khususnya yang menyangkut bidang *marketing* dan pembiayaan di samping itu berfungsi sebagai supervisi dan pekerjaan lain sesuai dengan ketentuan/*policy management*.

Tugas dan tanggungjawab AM/Marketing:

- (a) Melakukan koordinasi setiap pelaksanaan tugas-tugas *marketing* dan pembiayaan dari unit/bagian yang berada di bawah supervisinya, hingga dapat memberikan pelayanan kebutuhan perbankan bagi nasabah secara efektif dan efisien yang dapat merumuskan dan menguntungkan baik bagi nasabah maupun Bank Muamalat Indonesia;
- (b) Melakukana *monitoring*, evaluasi, *riview* dan supervisi terhadap pelaksana tungan dan fungsi *marketing* pada unit atau bagian yang ada di bawah supervisi;
- (c) Bertindak sebagai komite pembiayaan dalam upaya pengambilan keputusan;
- (d) Melakukan *monitoring* dan evaluasi terhadap kualitas portofolio pembiayaan yang telah diberikan;

- (e) Melayani dan menerima calon nasabah atau nasabah secara aktif yang memerlukan pelayanan jasa perbankan khususnya mengenai masalah pembiayaan;
 - (f) Memelihara dan membina hubungan baik dengan pihak nasabah serta antara *intern* unit kerja yang ada di bawah serta lingkungan perusahaan;
 - (g) Menyusun strategi *planing* selaku *Accaunt Manager* nasabah baik dalam rangka penghimpunan sumber dana maupun penanaman dana/pembiayaan secara efektif dan terarah;
 - (h) Berkewajiban untuk meningkatkan mutu pelayanan perbankan terhadap nasabah maupun calon nasabah; dan
 - (i) Berkewajiban untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan untuk membantu kelancaran tugas sehari-hari.
- 4) *Back Office*

Fungsi *Back Ofiice* adalah sebagai staf/ karyawan bank yang bertugas untuk membantu penyediaan sarana kebutuhan karyawan atau perusahaan agar dapat menjalankan tugasnya dengan baik. Di samping itu, bagian umum juga melaksanakan tugas-tugas terkait dengan urusan personalia/kepegawaian.

Tugas-tugas pokok *Back Office* :

- (a) Menginventariskan persediaan gudang, ATK dan barang gerak untuk kebutuhan-kebutuhan karyawan dan atau perusahaan yang berlaku;

- (b) Pembebanan biaya-biaya operasional, pencadangan dan *amortisasi* dengan cara melakukan pengadaan/ pembelian serta pembukaan dan melakukan penyusutan atas setiap harta/investasi kantor dengan memperhatikan pengendalian biaya;
 - (c) Memelihara dan menjaga harta/investasi kantor agar tetap dalam kondisi yang baik dan bertanggung jawab atas keamanan harta/peralatan tersebut;
 - (d) Berkewajiban melakukan *rekrutmen* Sumber Daya Insani serta menyiapkan pembayaran gaji karyawan sesuai dengan ketentuan direksi;
 - (e) Berkewajiban untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan baik untuk diri sendiri maupun penyiapan program peningkatan/pendidikan bagi karyawan lain; dan
 - (f) Melakukan tugas lain seperti menjadi humas di perusahaan tersebut.
- 5) *Support dan Legal*

Pembiayaan support dan legal bersama dengan account manager penanaman dana mengadakan penilaian permohonan pembiayaan sehingga memenuhi kriteria dan persyaratannya. Support dan legal memproses calon debitur dalam kelayakan dan keabsahan untuk mendapatkan pembiayaan, seperti kebenaran lampiran, usaha

maupun penggunaan pembiayaan, taksasi jaminan, keabsahan jaminan dan lain-lain.

Tugas-tugas pokok *support* dan *legal* :

- (a) Sebagai pelaksana taksasi jaminan perusahaan;
 - (b) Sebagai pelaksana pengecekan informasi nasabah dan data-data antara bank;
 - (c) Sebagai koordinator pengikatan pembiayaan; dan
 - (d) Sebagai pembuat analisa yuridis.
- 6) *Costumer Service*

Customer service bertugas untuk melayani nasabah secara langsung yang datang ke *counter* Muamalat.

Tugas-tugas pokok *customer service* :

- (a) Media penyampaian informasi dan penjualan produk DPK;
 - (b) Memberikan layanan kepada nasabah untuk pembukaan dan penutupan rekening;
 - (c) Media pemeliharaan hubungan dengan nasabah; dan
 - (d) Menginput data nasabah *funding*.
- 7) *Kas dan Teller*

Kas dan *teller* selaku bank untuk melaksanakan pekerjaan yang berkaitan dengan penerimaan dan penarikan pembayaran uang.

Tugas-tugas pokok kas dan *teller* :

- (a) Mengatur dan memelihara saldo/posisi uang kas yang ada dalam tempat *khasanah* bank;

- (b) Pelaksanaan transaksi keuangan tunai : setoran dan pembayaran;
 - (c) Pelaksana mutasi uang tunai antar *teller* kantor kas; dan
 - (d) Berkewajiban membuat laporan kas harian.
- 8) *Non Staff Bank*

Non bank staff bertugas dalam mengamankan kekayaan kantor serta pemeliharaan dan urusan rumah tangga lainnya.

Bagian-bagian dan tugas-tugas pokok *non bank staff* :

- (a) Satpam bertugas untuk siap siaga terhadap situasi kantor, memantau keluar masuk nasabah ke kantor, *menfull* (mengeluarkan dan memasukan uang dari *khasanah* bersama *teller* dan pejabat bank), pengawalan penyeteroran uang ke Bank Indonesia, serta membantu *customer service* dalam penjualan *shar-e*;
- (b) *Office boy* bertugas memelihara kekayaan kantor dan membantu kegiatan kru yang lain; dan
- (c) *Driver* bertugas dalam bagian transportasi dan memelihara kendaraan kantor.

Jumlah karyawan pada Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Panyabungan sebanyak 18 orang karyawan. Sedangkan jumlah karyawan Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu (KCP) seluruhnya sebanyak 72 orang karyawan. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Panyabungan yang berada di Jl. Willem

Iskandar Pasar Lama kota Panyabungan yang dulunya hanya Ruko biasa dan tahun ketahun terus direnopasi dan akhirnya seperti saat ini.

Bank Muamalat beroperasi melakukan pendanaan ke Batang Natal, Kotanopan dan ke Siabu. Lokasi Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan dapat ditempuh selama kurang lebih 2 jam dari Padangsidempuan. Adapun rute yang dilewati adalah Padangsidempuan - Sayur Matinggi - Siabu - Malintang - Mompang - Panyabungan. Apabila menempuh jalan ini maka bank Muamalat Panyabungan berada disebelah kanan.

B. Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini, pihak yang menjadi responden adalah nasabah Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*, karena pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan serta yang ada dalam populasi itu.³Penggambaran mengenai responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan, gaji/pendapatan perbulan, dan lama menjadi nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Panyabungan dapat dilihat melalui tabel-tabel yang disajikan berikut ini :

1. Jenis Kelamin Responden

Jumlah Responden dalam penelitian ini adalah 93 nasabah. Berikut ini merupakan data responden berdasarkan atas jenis kelamin.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit.*, hlm. 77.

Tabel 4.1
Jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	50	53,76%
Wanita	43	46,24%
Jumlah	93	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan data di atas, dapat diperhatikan bahwa responden jenis kelamin pria sebanyak 50 orang atau 53,76%. Sedangkan responden jenis kelamin wanita sebanyak 43 orang atau 46,23%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jumlah responden pria lebih banyak daripada jumlah responden wanita.

2. Usia Responden

Usia sering menjadi pertimbangan seseorang dalam melakukan aktivitas sehingga usia memungkinkan memberikan kontribusi terhadap tipe nasabah. Untuk menentukan banyaknya kelas usia responden maka dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini :

Tabel 4.2
Usia Responden

Umur	Jumlah	Persentase (%)
18-25	23	24,73%
26-35	32	34,41%
36-45	18	19,35%
46-55	15	16,13%
56-65	5	5,38%
Jumlah	93	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak menurut usia yaitu usia 26-35 tahun sebanyak 32 orang atau 34,41%, sedangkan jumlah responden terkecil berada pada usia 56-65 tahun.

Dapat diartikan bahwa nasabah yang memakai jasa Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan sebagian besar berusia 26-35 tahun.

3. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan dapat menunjukkan status sosial dan pengetahuan seseorang. Pada tabel 4.3 akan ditampilkan komposisi tingkat pendidikan responden.

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SD	11	11,83%
SMP/Madrasah Tsanawiyah	17	18,28%
SMA/Madrasah Aliyah	30	32,26%
Sarjana (D3, S1, S2, S3)	35	37,63%
Jumlah	93	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar dari responden berpendidikan Sarjana sebesar 35 orang atau 37,63% sedangkan responden terkecil memiliki tingkat pendidikan SD sebesar 11 orang atau 11,83%. Hal ini berarti persentase pemakaian jasa Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan kebanyakan adalah responden dengan tingkat pendidikan Sarjana.

4. Jenis Pekerjaan Responden

Jenis pekerjaan menentukan kegiatan seseorang sehari-hari sehingga akan mempengaruhi dalam pengambilan suatu keputusan. Jenis pekerjaan responden yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4.4 sebagai berikut :

Tabel 4.4
Jenis Pekerjaan Responden

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
PNS/TNI/POLRI	20	21,51%
Wiraswasta	30	32,26%
Pegawai Swasta/Karyawan	33	35,48%
Lainnya	10	10,75%
Jumlah	93	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar dari responden bekerja sebagai karyawan swasta yaitu dengan jumlah sebanyak 33 orang atau 35,48% sedangkan jumlah responden terkecil bekerja sebagai buruh sebanyak 10 orang atau 10,75%. Hal ini dapat diartikan bahwa yang memakai jasa Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan lebih banyak berprofesi sebagai karyawan swasta.

5. Pendapatan/Penghasilan Perbulan

Setiap penghasilan dapat memungkinkan seseorang untuk bertransaksi di bank setiap bulan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5
Pendapatan Perbulan (Gaji dan Lain-lain)

Pendapatan Perbulan	Jumlah	Persentase (%)
< Rp 1 Juta	14	15,05%
Rp 1 Juta-Rp 3 Juta	37	39,79%
Rp 3 Juta-Rp 5 Juta	24	25,81%
> Rp 5 Juta	18	19,35%
Jumlah	93	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak menurut pendapatan yaitu pendapatan perbulannya Rp 1 Juta–Rp 3 Juta sebanyak 37 orang atau 39,79%, sedangkan jumlah responden terkecil berada pada < Rp 1Juta atau 15,05%. Dapat diartikan bahwa nasabah

yang memakai jasa Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan sebagian besar pendapatannya berkisar Rp 1 Juta-Rp 3Juta.

6. Lama Menjadi Nasabah di Bank Muamalat KCP Panyabungan

Lamanya nasabah menabung di bank dapat mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah. Jangka waktu yang ditentukan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6
Lama Menjadi Nasabah di Bank Muamalat KCP Panyabungan

Lama Menabung	Jumlah	Persentase (%)
< 1 Tahun	8	8,60%
1 Tahun - 2 Tahun	20	21,51%
2 Tahun – 5 Tahun	38	40,86%
> 5 Tahun	27	29,03%
Jumlah	93	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden terbanyak menurut lamanya menjadi nasabah yaitu 2 tahun - 5 tahun dengan jumlah sebanyak 38 orang atau 40,86% sedangkan jumlah responden terkecil kurang dari setahun sebanyak 8 orang atau 8,60%. Hal ini dapat diartikan bahwa yang memakai jasa Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan lebih banyak selama kurang lebih 2-5 tahun.

C. Analisis Data

Untuk menggambarkan tanggapan dan menguraikan secara rinci jawaban responden data dikelompokkan dalam suatu kategori skor dengan menggunakan rentang skala.

Perhitungan skor tiap item pertanyaan adalah sebagai berikut:⁴

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op.Cit.*, hlm.89.

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan : RS = rentang skala

n = jumlah sampel

m = jumlah jawaban tiap item

Sehingga : $RS = \frac{93(5-1)}{5} = 74,4$ dibulatkan menjadi 75

Skor terendah = $1 \times 93 = 93$

Skor tertinggi = $5 \times 93 = 465$

Jadi, kategori yang didapat yaitu :

- a. 93 - 168 = sangat tidak baik
- b. 169 - 243 = tidak baik
- c. 244 - 318 = cukup
- d. 319 - 393 = baik
- e. 394 - 468 = sangat baik

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Untuk mengetahui pendapat responden mengenai kualitas pelayanan dari Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan maka diajukan beberapa pernyataan mengenai indikator kualitas pelayanan (variabel X):

- a. *Tangible*/Berwujud (X^1)
 - 1) Brosur yang tersedia menarik dan memuat informasi secara lengkap.
 - 2) Karyawan bank berpenampilan bersih, rapi, tidak berlebihan dan menggunakan pakaian kerja.

- 3) Ruang bersih dan nyaman.
 - 4) Lokasi Bank Muamalat KCP Panyabungan mudah dijangkau.
 - 5) Bank Muamalat memiliki ATM yang tersebar luas.
- b. Empati (X^2)
- 6) Karyawan memahami kebutuhan nasabah.
 - 7) Ketersediaan karyawan berkomunikasi dengan nasabah.
 - 8) Tersedianya *call center* 24 jam untuk melayani nasabah secara *online*.
 - 9) Layanan *e-banking* dan *sms banking* memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi.
 - 10) Apabila nasabah mengalami kendala/keluhan, karyawan siap membantu.
- c. *Responsiveness*/Cepat Tanggap (X^3)
- 11) Nasabah tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan pelayanan.
 - 12) *Customer Service* sedia selalu terhadap masalah nasabah.
 - 13) *Teller* melakukan transaksi dalam waktu 1 – 5 menit.
 - 14) *Teller* dan *Customer Service* memberikan pelayanan kepada nasabah hingga tuntas.
 - 15) Karyawan menunjukkan rasa percaya diri dan bersikap siap melayani nasabah.

d. *Reliability/Keandalan* (X^4)

16) *Teller* dan *Customer Service* melayani nasabah sesuai nomor antrian.

17) Prosedur pelayanan bank yang tidak berbelit-belit

18) Kemudahan nasabah dalam mendapatkan informasi perbankan.

19) Karyawan memberi informasi yang benar.

20) Karyawan selalu sigap dalam menjawab pertanyaan/keluhan nasabah.

e. *Assurance/Kepastian* (X^5)

21) Cara karyawan memperlakukan nasabah sesuai dengan harapan.

22) *Customer Service* memiliki kemampuan untuk menjawab pertanyaan nasabah dengan baik.

23) *Customer Service* memberikan solusi yang meyakinkan.

24) Nasabah yakin dengan pelayanan *teller*.

25) Rasa aman menabung dan bertransaksi di Muamalat Indonesia KCP Panyabungan.

Adapun hasil jawaban dari reponden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Tentang Kualitas Pelayanan Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan

No. Pernyat aan	Jawaban					Jum lah Res pon den	Total Nilai	Rata- rata Skor	Kateg ori
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)				
1	74 (370)	13 (52)	6 (18)	-	-	93	440	4,73	Sangat Baik
2	80 (400)	13 (52)	-	-	-	93	452	4,86	Sangat Baik

3	50 (250)	43 (172)	-	-	-	93	422	4,53	Sangat Baik
4	47 (235)	46 (184)	-	-	-	93	419	4,50	Sangat Baik
5	62 (310)	25 (100)	6 (18)	-	-	93	428	4,60	Sangat Baik
6	56 (280)	36 (144)	1 (3)	-	-	93	427	4,59	Sangat Baik
7	45 (225)	46 (184)	2 (6)	-	-	93	415	4,46	Sangat Baik
8	54 (270)	28 (112)	11 (33)	-	-	93	415	4,46	Sangat Baik
9	50 (250)	23 (92)	18 (54)	2 (4)	-	93	400	4,30	Sangat Baik
10	52 (260)	40 (160)	1 (3)	-	-	93	423	4,54	Sangat Baik
11	60 (300)	31 (124)	2 (6)	-	-	93	430	4,62	Sangat Baik
12	44 (220)	35 (140)	7 (21)	4 (8)	3 (3)	93	392	4,21	Baik
13	52 (260)	22 (88)	14 (42)	2 (4)	3 (3)	93	397	4,26	Sangat Baik
14	30 (150)	54 (216)	6 (18)	3 (6)	-	93	390	4,19	Baik
15	61 (305)	30 (120)	2 (6)	-	-	93	431	4,63	Sangat Baik
16	62 (310)	31 (124)	-	-	-	93	434	4,66	Sangat Baik
17	66 (330)	17 (68)	10 (30)	-	-	93	428	4,60	Sangat Baik
18	56 (280)	33 (132)	4 (12)	-	-	93	424	4,55	Sangat Baik
19	67 (335)	26 (104)	-	-	-	93	439	4,72	Sangat Baik
20	61 (305)	28 (112)	4 (12)	-	-	93	429	4,61	Sangat Baik
21	65 (325)	23 (92)	5 (15)	-	-	93	432	4,64	Sangat Baik
22	65 (325)	28 (112)	-	-	-	93	437	4,69	Sangat Baik
23	71 (355)	22 (88)	-	-	-	93	443	4,76	Sangat Baik
24	65 (325)	22 (88)	6 (18)	-	-	93	431	4,63	Sangat Baik
25	62 (310)	31 (124)	-	-	-	93	424	4,55	Sangat Baik
Jumlah Nilai Skor							10.602	113,89	Sangat Baik
Rata-rata Total Skor							424,08	4,55	Baik

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.7 di atas mengenai tanggapan responden tentang kualitas pelayanan dari Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan didapat rata-rata total skor sebesar 424,08. Hal ini termasuk dalam rentang 394 - 468 yang berkategori sangat baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan adalah sangat baik.

2. Variabel Loyalitas Nasabah

Untuk mengetahui pendapat responden mengenai loyalitas nasabah maka diajukan beberapa pernyataan tentang :

- a. Kemauan menabung secara berkesinambungan.
- b. Kemauan merekomendasi.
- c. Kemauan menggunakan produk lain selain produk yang dipilih.
- d. Tidak terpengaruh dengan tawaran produk sejenis dari bank lain.
- e. Kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh Bank.

Adapun hasil jawaban reponden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Nasabah

No. Per nyat aan	Jawaban					Jum lah Res pon den	Total Nilai	Rata-rata Skor	Kateg ori
	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)				
1	42 (210)	44 (176)	4 (12)	3 (6)	-	93	404	4,34	Sangat Baik
2	53 (265)	38 (152)	2 (6)	-	-	93	423	4,54	Sangat Baik
3	39 (195)	32 (128)	17 (51)	5 (10)	-	93	384	4,13	Baik
4	35 (175)	45 (180)	8 (24)	3 (6)	2 (2)	93	387	4,16	Baik
5	60	30	3	-	-	93	429	4,61	Sangat

	(300)	(120)	(9)						Baik	
Jumlah Nilai Skor							2,027	21,78	Sangat	
Rata-rata Total Skor							405,4	4,35	Baik	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.8 di atas tanggapan responden untuk kategori loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan didapat rata-rata total skor sebesar 405,4. Hal ini termasuk dalam rentang 394 – 468 yang berkategori sangat baik. Sehingga dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan sangat baik.

3. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS *for* Windows Versi 20. Selain melihat nilai signifikansi juga dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel ($93 : 0,05 = 0,2017$).

Tabel 4.9
Hasil Perhitungan Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai r hitung		Nilai r tabel	Status
Kualitas Pelayanan	X1.1	0,578	>	0,201	Valid
	X1.2	0,716	>	0,201	Valid
	X1.3	0,385	>	0,201	Valid
	X1.4	0,230	>	0,201	Valid
	X1.5	0,768	>	0,201	Valid
	X1.6	0,591	>	0,201	Valid
	X1.7	0,563	>	0,201	Valid
	X1.8	0,712	>	0,201	Valid
	X1.9	0,757	>	0,201	Valid

	X1.10	0,533	>	0,201	Valid
	X1.11	0,645	>	0,201	Valid
	X1.12	0,613	>	0,201	Valid
	X1.13	0,675	>	0,201	Valid
	X1.14	0,536	>	0,201	Valid
	X1.15	0,649	>	0,201	Valid
	X1.16	0,600	>	0,201	Valid
	X1.17	0,801	>	0,201	Valid
	X1.18	0,754	>	0,201	Valid
	X1.19	0,715	>	0,201	Valid
	X1.20	0,815	>	0,201	Valid
	X1.21	0,780	>	0,201	Valid
	X1.22	0,773	>	0,201	Valid
	X1.23	0,785	>	0,201	Valid
	X1.24	0,850	>	0,201	Valid
	X1.25	0,600	>	0,201	Valid
Loyalitas Nasabah	Y1	0,495	>	0,201	Valid
	Y2	0,626	>	0,201	Valid
	Y3	0,349	>	0,201	Valid
	Y4	0,471	>	0,201	Valid
	Y5	0,528	>	0,201	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.9 di atas maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah memiliki status valid. Hasil analisis korelasi bivariate dengan melihat output *correlations*.

4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program

SPSS for Windows Versi 20. Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai Alpha melebihi 0,600 maka pertanyaan variabel tersebut reliabel dan sebaliknya.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Nilai Alpha	Keputusan
Kualitas Pelayanan	X1-X25	0,953	Reliabel
Loyalitas Nasabah	Y1-Y5	0,727	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah adalah reliabel, karena memiliki koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,600.

D. Uji Asumsi Dasar

1. Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas data secara statistik dapat dilakukan dengan menggunakan Uji statistik *One Kolmogorov-Smirnov*. Dengan pengambilan keputusan Jika nilai signifikansi (0,05) < nilai probabilitas signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* maka data tersebut berasal dari distribusi normal. Jika nilai signifikansi (0,05) > nilai probabilitas signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* maka data tersebut berasal dari distribusi tidak normal. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.11
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal	Mean	0E-7
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1,96639912
Most Extreme Differences	Absolute	,063
	Positive	,054
	Negative	-,063
Kolmogorov-Smirnov Z		,609
Asymp. Sig. (2-tailed)		,853

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Metode pengambilan keputusan untuk uji normalitas yaitu jika signifikansi (*Asymp.sig*) > 0,05 maka data berdistribusi normal dan sebaliknya. Data di atas menunjukkan normalitas sebesar 0,853. Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05. Teori lain mengatakan bahwa dua variabel mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation for Linearity*) lebih dari 0,05.

Tabel 4.12
Hasil Regresi

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
LN * KP	(Combined)	174,123	21	8,292	2,344	,004
	Linearity	69,552	1	69,552	19,661	,000
	Between Groups Deviation from Linearity	104,572	20	5,229	1,478	,117
	Within Groups	251,167	71	3,538		
Total		425,290	92			

Dari data di atas, hasil uji linieritas dapat dilihat pada output ANOVA Table. Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada *Linearity* sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah terdapat hubungan yang linier.

Jika dilihat dari nilai signifikansi pada *Deviation for Linearity*, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang linier antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah. Hal ini karena nilai signifikansi sebesar 0,117 lebih dari 0,05.

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Deskriptif

Digunakan untuk penggambaran tentang statistik data seperti *min*, *max*, *mean*, *sum*, *standar deviasi*, *variance*, *range*, dan lain-lain dan untuk mengukur distribusi data dengan skewness dan kurtosis.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP	93	88,00	125,00	115,4301	9,33600
LN	93	16,00	25,00	22,3548	2,15005
Valid N (listwise)	93				

Dari data di atas dapat dilihat bahwa untuk variabel kualitas pelayanan, jumlah data (N) adalah 93, minimumnya 88,00, maksimumnya 125,00, rata-ratanya 115,4301, standar deviasi adalah 9,33600. Untuk variabel loyalitas nasabah, jumlah data (N) adalah 93, minimumnya 16,00, maksimumnya 25,00, rata-ratanya 22,3548, standar deviasi adalah 2,15005.

b. Uji Analisis Regresi

Digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel *independen* yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel *dependen* yaitu loyalitas nasabah dengan menggunakan metode analisis regresi linear sederhana yang dibantu dengan program SPSS. Berdasarkan perhitungan melalui komputer dengan menggunakan program *SPSS for Windows versi 20* diperoleh hasil regresi sebagai berikut :

Tabel 4.13
Hasil Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11,605	2,557		4,539	,000
KP	,093	,022	,404	4,218	,000

a. Dependent Variable: LN

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah :

$$Y = 11,605 + 0,093 X$$

1. Konstanta sebesar 11,605, artinya jika kualitas pelayanan = 0, maka loyalitas nasabah nilainya positif atau naik sebesar 11,605.
2. Koefisien dari kualitas pelayanan sebesar 0,093, artinya jika jumlah kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar 1, maka kualitas pelayanan akan meningkat sebesar 0,093.

Dari persamaan regresi tersebut, dapat diinterpretasikan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). Artinya apabila variabel independen naik maka variabel dependen juga meningkat. Dan jika variabel independen turun maka variabel dependen juga akan turun. Jadi semakin naik tingkat kualitas pelayanan maka semakin naik juga tingkat loyalitas nasabah dan sebaliknya.

1) Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Yaitu pengujian koefisien regresi secara parsial yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh antara variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah (Y), dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- 1) Merumuskan hipotesis.

Ha diterima apabila : $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Ha ditolak apabila : $t_{hitung} < t_{tabel}$.

2) Menentukan nilai t hitung.

Berdasarkan tabel hasil regresi, nilai t hitung adalah 4,218.

3) Menentukan nilai t tabel.

Penentuan nilai t tabel dengan ketentuan $\alpha = 5\%$ atau 0,05.

$$df = n - k$$

$$df = 93 - 1 = 92$$

Dimana :

k = jumlah variabel bebas.

n = jumlah sampel.

Sehingga nilai t tabelnya adalah 1,986.

4) Kriteria pengujian hipotesis.

a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$,
maka H_0 diterima.

b) Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau
 $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

5) Kesimpulannya.

Nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $4,218 > 1,986$ maka H_0 ditolak sehingga dinyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

2) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen*.

Tabel 4.14
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,404 ^a	,164	,154	1,977

a. Predictors: (Constant), KP

b. Dependent Variable: LN

Dari Tampilan output SPSS model summary menunjukkan bahwa besarnya nilai *Adjusted R*² adalah sebesar 0,164 atau 16,4 persen. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 16,4 persen dan sebesar 83,6 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

E. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan

Dengan melibatkan sebanyak 93 orang responden, memberikan informasi mengenai pengaruh dari variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan.

Kualitas pelayanan pada Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari hasil rekapitulasi setiap responden dari rumusan masalah kualitas pelayanan dengan indikator bukti langsung (*Tangible*), empati (*empathy*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), yang menggunakan rentang skala memperoleh rata-rata skor sebesar 424,08 yaitu berada dalam kategori **SANGAT BAIK**.

Hasil rekapitulasi kualitas pelayanan menyebutkan bahwa indikator dengan rentang skala sangat baik yang harus dipertahankan diantaranya menerapkan ketentuan layanan dan produk islami, selalu konsisten menjaga kesopanan terhadap nasabah, tata ruangan dan pegawai bank berpenampilan rapi, menyelesaikan masalah nasabah secara tepat waktu, tidak ditemukan kesalahan pencatatan transaksi yang dilakukan oleh pegawai bank, pegawai bank memberikan pelayanan dengan tulus, selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan nasabah, tanggapan pegawai bank dalam menerima keluhan dari nasabah

sangat baik, menyelesaikan masalah nasabah secara tepat waktu, tidak ditemukan kesalahan pencatatan transaksi yang dilakukan oleh pegawai bank, pegawai bank memberikan pelayanan dengan tulus, selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan nasabah. Sedangkan hasil rekapitulasi kualitas pelayanan dengan rentang skala sangat baik juga dan perlu ditingkatkan diantaranya pegawai bank berpengalaman dan memiliki pengetahuan yang luas, pegawai bank melayani nasabah dengan cepat.

Dari kualitas pelayanan Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan yang ditawarkan sudah memenuhi harapan nasabah secara skor dan rentang skala yang diperoleh dari responden adalah sangat baik. Mengingat kualitas pelayanan merupakan hal yang mutlak yang harus dimiliki perusahaan sehingga dapat mengukur tingkat kinerja yang dicapai.

Loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari hasil rekapitulasi setiap responden dari rumusan masalah loyalitas nasabah dengan indikator transaksi berulang, merekomendasikan kepada orang lain, menggunakan jasa lain yang ditawarkan, tidak terpengaruh tawaran dari pesaing yang menggunakan rentang skala memperoleh rata-rata skor sebesar 405,4 yaitu berada dalam kategori **SANGAT BAIK** atau **SANGAT PUAS**.

Hasil rekapitulasi loyalitas nasabah menyebutkan bahwa indikator dengan rentang skala sangat baik atau sangat setuju yang harus

ditingkatkan diantaranya kemauan menabung secara berkesinambungan, tidak akan terpengaruh dengan tawaran produk sejenis dari bank lain. Sedangkan hasil rekapitulasi loyalitas nasabah dengan rentang skala sangat baik atau sangat setuju yang harus dipertahankan diantaranya kemauan merekomendasi, kemauan menggunakan produk lain selain produk yang saat ini dipilih. Dari loyalitas nasabah yang ditunjukkan dengan rentang skala dan dikatakan kesetiaan nasabah yang didapatkan perusahaan didasarkan pada kualitas pelayanan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 4,218 > t tabel 1,986 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 dibawah 0,05. Bukti empiris ini memberikan indikasi bahwa dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah dalam memanfaatkan pelayanan di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan, pihak manajemen perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan pada nasabah. Mengingat kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dengan model regresi yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan, maka hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan melalui uji t yang dilakukan dimana didapat nilai t hitung sebesar 4,218 lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,986 sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

Besarnya nilai *Adjusted R*² sebesar 0,164. Hal ini berarti 16,4% variabel loyalitas nasabah tidak banyak dipengaruhi variabel *independen* yaitu kualitas pelayanan sedangkan sisanya (100% - 16,4% = 83,6%) dipengaruhi oleh variabel lain. Sehingga dapat dikatakan bahwa faktor yang paling dominan untuk loyalitas nasabah yaitu variabel lainnya.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, dalam kesempatan ini penulis akan sedikit memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi perusahaan yang sifatnya untuk kemajuan perusahaan itu sendiri. Setelah mengkaji hasil dari penelitian ini maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Mengingat hasil analisis dalam penelitian ini dimana kualitas pelayanan Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan masih belum maksimal maka perlu ditingkatkan lagi terutama pada indikator *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan). Peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan meliputi :
 - Mengoptimalkan pelatihan terhadap karyawan.
 - Meningkatkan kemampuan *Customer Service* dan *Teller* supaya dapat melayani nasabah dengan cepat tanpa nasabah harus menunggu lama.
 - Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.
 - Pegawai yang selalu menjaga kesopanan dan bersikap ramah terhadap nasabah.
2. Tingkat loyalitas nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan masih kurang dilihat dari beberapa indikator agar lebih diperhatikan lagi. Dalam bidang usaha Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan, nasabah sangat sensitif dengan kondisi kemampuan pegawai bank dalam melayani nasabah sehingga faktor ini harus diperhatikan secara serius dan tetap berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang terbaik kepada para nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman Karim. *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani Press. 2003
- Ali Hasan. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2010
- Amstrong dan Kotler, *Dasar-dasar pemasaran jilid 1 edisi kesembilan*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia. 2003
- Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana. 2005
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Bandung: CV Diponegoro. 2008
- Dwi Priyatno. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom. 2008
- Dwi Suwiknyo. *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Total Media. 2009
- Husein Umar. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers. 2013
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana. 2011
- Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga. 2005
- Joko Subagyo. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 2004
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2010
- Khaerul Umam. *Manajemen Organisasi*. Bandung: Pustaka Setia. 2012
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara. 1992
- Moh. Nazir. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2005
- M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV. Alfabeta. 2012
- Mudrajad Kuncoro. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga. 2009

- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2008
- Nana Herdiana Abdurrahman. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia. 2015
- Philip Kotler dan A.B. Sutanto. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat. 2000
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 13 jilid 1*. Jakarta: erlangga. 2009
- Sugiyono. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. 2006
- _____. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2005
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006
- Thorik G. dan Utus H.S. *Marketing Muhammad SAW: Strategi Handal dan Jitu Praktik Bisnis Muhammad SAW*. Jakarta: Gema Insani Press. 2006

CURICULUM VITAE
(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Sulaiman Nasution
Nama Panggilan : Leman
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal lahir : Padangsidempuan, 30 September 1990
Anak Ke : 4 (Empat) dari 5 (Lima) bersaudara
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat Lengkap : Jln. Prof. HM Yamin SH No.78 Padangsidempuan
Telepon, HP : 0856 6173 540
E-mail : sulaimanarya2@gmail.com

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 1997-2003 : SD Negeri No: 9 kampung teleng padangsidempuan
Tahun 2003-2006 : MTSS PonPes Musthafawiyah Purba Baru (MADINA)
Tahun 2007-2010 : MAS PonPes Musthafawiyah Purba Baru (MADINA)
Tahun 2010-2012 : Yayasan Tahfidzul Qur'an Al-Hidayah Bandar Selamat Medan
Tahun 2012-2016 : Program Sarjana (S-1) Perbankan Syariah IAIN Padangsidempuan

PRESTASI AKADEMIK

IPK : 3,26
Karya Tulis Ilmiah : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan

Lampiran 1
Uji Hasil Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan (X)

NO	Item Pernyataan																									Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
2	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	118
3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	116
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
7	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	118
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
9	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	118
10	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	118
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
12	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	118
13	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	116
14	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	116
15	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	119
16	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	116
17	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	119
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
19	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	118
20	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	119
21	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	116
22	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	119
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125
24	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	118
25	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	116
26	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	116

19	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	116	
20	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	119	
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125	
22	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	118	
23	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	119	
Jumlah	40	45	122	119	129	127	115	115	118	123	130	132	137	130	131	131	131	124	133	129	132	137	145	131	142	1162

Lampiran 1

Nilai Angka Angket

Hasil Uji Instrumen Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Responden	Buat Soal			Total Skor		
	1	2	3	4	5	Y
1	5	5	4	4	5	23
2	5	5	5	4	5	24
3	4	5	3	5	5	22
4	5	5	5	4	5	24
5	4	5	4	5	5	23
6	5	5	5	4	4	23
7	4	5	3	5	4	21
8	5	5	5	4	4	23
9	4	4	4	4	5	21
10	5	5	4	4	5	23
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25
13	5	5	4	4	5	23
14	5	5	5	4	5	24
15	4	5	3	5	5	22
16	5	5	5	4	5	24
17	4	5	4	5	5	23
18	5	5	5	4	4	23
19	4	5	3	5	4	21
20	5	5	5	4	4	23
21	4	4	4	4	5	21

22	5	5	4	4	5	23
23	5	5	5	5	5	25
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	4	4	5	23
26	5	5	5	4	5	24
27	4	5	3	5	5	22
28	5	5	5	4	5	24
29	4	5	3	5	5	22
30	5	5	5	4	5	24
31	2	4	4	3	4	17
32	4	4	5	5	5	23
33	5	5	5	5	5	25
34	4	4	4	4	4	20
35	5	5	5	5	4	24
36	4	4	5	4	4	21
37	5	4	4	3	4	20
38	4	4	4	3	3	18
39	5	5	5	5	5	25
40	5	5	5	5	5	25
41	5	5	5	5	5	25
42	4	4	5	4	4	21
43	5	5	5	5	5	25
44	5	4	4	4	5	22
45	3	2	3	4	4	16
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	5	5	5	23

48	4	4	4	4	5	21
49	4	4	5	4	4	21
50	5	4	4	4	5	22
51	4	4	4	3	3	18
52	5	5	5	5	5	25
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	5	5	5	23
55	4	4	4	4	4	20
56	5	5	5	5	5	25
57	3	4	5	5	5	22
58	4	5	5	5	5	24
59	4	4	4	4	4	20
60	4	5	5	5	5	24
61	4	4	4	4	5	21
62	4	4	5	4	4	21
63	5	4	4	4	5	22
64	4	4	4	3	3	18
65	5	5	5	5	5	25
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	5	5	5	23
68	5	5	5	5	5	25
69	3	4	5	5	5	22
70	4	5	5	5	5	24
71	4	4	4	4	4	20
72	4	5	5	5	5	24
73	4	4	4	4	5	21

74	4	4	5	4	4	21
75	2	4	4	3	4	17
76	4	4	5	5	5	23
77	5	5	5	5	5	25
78	4	4	4	4	4	20
79	5	5	5	5	4	24
80	4	4	5	4	4	21
81	5	4	4	3	4	20
82	4	4	4	3	3	18
83	5	5	5	5	5	25
84	5	5	5	5	5	25
85	5	5	5	5	5	25
86	5	5	5	4	5	24
87	4	5	3	5	5	22
88	5	5	5	4	5	24
89	4	5	4	5	5	23
90	5	5	5	4	4	23
91	4	5	3	5	4	21
92	5	5	5	4	4	23
93	4	4	4	4	5	21
Jumlah	404	423	384	387	429	2027

Lampiran

**LEMBAR KUESIONER
UNTUK NASABAH PT. BANK MUAMALAT TBK. KCP PANYABUNGAN**

Yth.
Nasabah Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCP Panyabungan
Di Tempat.

Dengan Hormat,

Dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, maka saya:

Nama : Sulaiman Nasution
NIM : 12.220.0043
Fak/Jurusan : FEBI/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCP Panyabungan.

Bermaksud melakukan penelitian dengan menggali informasi dari Nasabah Bank Muamalat Tbk. KCP Panyabungan. Saya mohon dengan hormat kepada Bapak/ibu/saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner yang terlampir berikut. Kuesioner ini semata-mata untuk kepentingan studi/penelitian. Saya akan menjaga dan menjamin kerahasiaan Bapak/ibu/saudara/i dengan hati-hati.

Atas kesediaan dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan banyak terima kasih.

A. IDENTITAS RESPONDEN

No. Responden : _____
Nama : _____

1. Usia : _____ tahun

2. Jenis kelamin:

a) Pria (b) Wanita

3. Pendidikan terakhir :

a) SD (b) SMP/Madrasah Tsanawiyah (MTs)
c) SMA/Madrasah Aliyah (MA) (d) Sarjana (D3,S1,S2,S3)

4. Pekerjaan

a) PNS/TNI/POLRI (b) Wiraswasta
c) Pegawai Swasta/Karyawan (d) Lain - lain

5. Pendapatan Perbulan (Gaji dan lain-lain)

a) < 1 Juta (*1juta kebawah*) (b) Rp 1 Juta - 3 Juta
c) Rp 3 Juta - 5 Juta (d) > 5Juta (*diatas 5 juta*)

6. Lama Menjadi Nasabah di Bank Muamalat Tbk

a) < 1Tahun (b) 1 Tahun - 2 Tahun
c) 2 Tahun - 5 Tahun (d) > 5 Tahun

Petunjuk:

Silahkan memberi tanda *check list* (✓) pada kolom yang tersedia yang sesuai dengan penilaian anda. Tidak ada jawaban benar atau salah. Pemilihan kolom mencerminkan penilaian Anda dengan kriteria sebagai berikut:

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

DAFTAR PERNYATAAN**B. Indikator Kualitas Pelayanan (Variabel X)****1. *Tangible*/Berwujud (X1)**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Brosur yang tersedia menarik dan memuat informasi secara lengkap.					
2.	Karyawan bank berpenampilan bersih, rapi, tidak berlebihan dan menggunakan pakaian kerja.					
3.	Ruangan bersih dan nyaman.					
4.	Lokasi Bank Muamalat KCP Panyabungan mudah dijangkau.					
5.	Bank Muamalat memiliki ATM yang tersebar luas.					

2. *Empati* (X2)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
6.	Karyawan memahami kebutuhan nasabah.					
7.	Kesediaan karyawan berkomunikasi dengan nasabah.					
8.	Tersediarnya <i>call center</i> 24 jam untuk melayani nasabah secara <i>online</i> .					
9.	Layanan <i>e-banking</i> dan <i>sm banking</i> memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi.					
10.	Apabila nasabah mengalami kendala/keluhan, karyawan siap membantu.					

3. Responsiveness/Cepat Tanggap (X3)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
11.	Nasabah tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan pelayanan.					
12.	<i>Customer Service</i> sedia selalu terhadap masalah nasabah.					
13.	<i>Teller</i> melakukan transaksi dalam waktu 1 - 5 menit.					
14.	<i>Teller</i> dan <i>Customer Service</i> memberikan pelayanan kepada nasabah hingga tuntas.					
15.	Karyawan menunjukkan rasa percaya diri dan bersikap siap melayani nasabah.					

4. Reliability/Keandalan (X4)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
16.	<i>Teller</i> dan <i>Customer Service</i> melayani nasabah sesuai nomor antrian.					
17.	Prosedur pelayanan bank yang tidak berbelit-belit.					
18.	Kemudahan nasabah dalam mendapatkan informasi perbankan.					
19.	Karyawan memberi informasi yang benar.					
20.	Karyawan selalu sigap dalam menjawab pertanyaan/keluhan nasabah.					

5. Assurance/Kepastian (X5)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
21.	Cara karyawan memperlakukan nasabah sesuai dengan harapan.					
22.	<i>Customer Service</i> memiliki kemampuan untuk menjawab pertanyaan nasabah dengan baik.					
23.	<i>Customer Service</i> memberikan solusi yang meyakinkan.					
24.	Nasabah yakin dengan pelayanan <i>teller</i> .					
25.	Rasa aman menabung dan bertransaksi di Muamalat Indonesia KCP Panyabungan.					

C. Indikator Loyalitas Nasabah (Variabel Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
26.	Saya melakukan transaksi di Bank mirimal sekali sebulan.					
27.	Saya tertarik menggunakan produk lain yang ditawarkan Bank Muamalat KCP Panyabungan selain produk yang saat ini saya pilih.					
28.	Saya menyarankan keluarga, saudara, kerabat maupun teman-teman supaya menjadi nasabah di Bank Muamalat KCP Panyabungan.					
29.	Saya merasa nyaman atas layanan keamanan dan produk bank yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Panyabungan sehingga saya tidak akan terpengaruh dengan tawaran produk sejenis dari bank lain					
30.	Saya merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Panyabungan.					

Saran dan komentar anda untuk peningkatan mutu pelayanan jasa PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. KCP Panyabungan :

.....

.....

.....

.....

-TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI ANDA

LAMPIRAN 2

Analisa Data

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	10.70	80,865	.578	.952
KP2	10.59	82,223	.716	.951
KP3	10.88	83,388	.385	.954
KP4	10.90	84,784	.230	.955
KP5	10.83	78,231	.768	.950
KP6	10.84	81,398	.591	.952
KP7	10.96	81,346	.563	.952
KP8	10.96	77,868	.712	.951
KP9	10.94	76,713	.757	.950
KP10	10.89	81,540	.533	.952
KP11	10.80	80,773	.645	.951
KP12	10.83	81,470	.613	.951
KP13	10.77	79,590	.673	.951
KP14	11.02	81,891	.536	.952
KP15	10.82	80,573	.649	.951
KP16	10.76	81,791	.600	.952
KP17	10.78	78,018	.801	.949
KP18	10.85	79,386	.754	.950
KP19	10.71	81,143	.715	.951
KP20	10.76	78,487	.815	.949
KP21	10.84	78,854	.780	.950
KP22	10.73	80,547	.773	.950
KP23	10.67	80,942	.785	.950
KP24	10.73	78,512	.850	.949
KP25	10.76	81,791	.600	.952

Sumber: SPSS Versi 20

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
KP1	10.70	80,865	,578	,952
KP2	10.59	82,223	,716	,951
KP3	10.88	83,388	,385	,954
KP4	10.90	84,784	,230	,955
KP5	10.83	78,231	,768	,950
KP6	10.84	81,398	,591	,952
KP7	10.96	81,346	,563	,952
KP8	10.96	77,868	,712	,951
KP9	10.94	76,713	,257	,950
KP10	10.89	81,540	,533	,952
KP11	10.80	80,773	,645	,951
KP12	10.83	81,470	,613	,951
KP13	10.77	79,590	,675	,951
KP14	11.02	81,891	,536	,952
KP15	10.82	80,573	,649	,951
KP16	10.76	81,791	,600	,952
KP17	10.78	78,018	,801	,949
KP18	10.85	79,086	,754	,950
KP19	10.71	81,143	,715	,951
KP20	10.76	78,487	,815	,949
KP21	10.84	78,854	,780	,950
KP22	10.73	80,547	,773	,950
KP23	10.67	80,942	,785	,950
KP24	10.73	78,512	,850	,949
KP25	10.76	81,791	,600	,952

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LN1	18.02	2,998	,530	,540
LN2	17.87	2,997	,623	,506
LN3	18.05	3,167	,339	,726
LN4	18.10	3,278	,381	,701
LN5	17.83	3,158	,625	,548

Sumber: SPSS Versi 20

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,953	25

Sumber: SPSS Versi 20

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,727	5

Sumber: SPSS Versi 20

Uji Asumsi Dasar

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	CE-7
	Std. Deviation	1,96639912
	Absolute	,063
Most Extreme Differences	Positive	,054
	Negative	-,063
Kolmogorov-Smirnov Z		,609
Asymp. Sig. (2-tailed)		,833

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: SPSS Versi 20

Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)		174,123	21	8,292	2,344	,004
Between Groups	Linearity	69,552	1	69,552	19,661	,000
	Deviation from Linearity	104,572	20	5,229	1,478	,117
Within Groups		251,167	71	3,538		
Total		425,290	92			

Sumber: SPSS Versi 20

Pengujian Hipotesis

Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP	93	88,00	125,00	115,4301	9,33600
LN	93	16,00	25,00	22,3548	2,15005
Valid N (listwise)	93				

Sumber: SPSS Versi 20

Uji Analisis Regresi

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	1,605	2,557	4,539	,000
	KP	,093	,022	,404	,4211

a. Dependent Variable: LN

Sumber: SPSS Versi 20

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,404 ^a	,164	,154	1,977

a. Predictors: (Constant), KP

b. Dependent Variable: LN

Sumber: SPSS Versi 20

Lampiran 4

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	1,658	1,996
2	2,920	4,303	35	1,690	2,030	68	1,658	1,996
3	2,353	3,182	36	1,688	2,028	69	1,657	1,995
4	2,132	2,776	37	1,687	2,026	70	1,657	1,994
5	2,015	2,571	38	1,686	2,024	71	1,657	1,994
6	1,943	2,447	39	1,685	2,023	72	1,656	1,994
7	1,895	2,365	40	1,684	2,021	73	1,656	1,993
8	1,860	2,306	41	1,683	2,020	74	1,656	1,993
9	1,833	2,262	42	1,682	2,018	75	1,655	1,992
10	1,813	2,228	43	1,681	2,017	76	1,655	1,992
11	1,796	2,201	44	1,680	2,015	77	1,655	1,991
12	1,782	2,179	45	1,679	2,014	78	1,655	1,991
13	1,771	2,160	46	1,679	2,013	79	1,654	1,991
14	1,761	2,145	47	1,678	2,012	80	1,654	1,990
15	1,753	2,131	48	1,677	2,011	81	1,654	1,990
16	1,746	2,120	49	1,677	2,010	82	1,654	1,989
17	1,740	2,110	50	1,676	2,009	83	1,653	1,989
18	1,734	2,101	51	1,675	2,008	84	1,653	1,989
19	1,729	2,093	52	1,675	2,007	85	1,653	1,988
20	1,725	2,086	53	1,674	2,006	86	1,653	1,988
21	1,721	2,080	54	1,674	2,005	87	1,653	1,988
22	1,717	2,074	55	1,673	2,004	88	1,652	1,987
23	1,714	2,069	56	1,673	2,003	89	1,652	1,987
24	1,711	2,064	57	1,672	2,003	90	1,652	1,987
25	1,708	2,060	58	1,672	2,002	91	1,652	1,986
26	1,706	2,056	59	1,671	2,001	92	1,652	1,986
27	1,703	2,052	60	1,671	2,000	93	1,651	1,986
28	1,701	2,048	61	1,670	2,000	94	1,651	1,986
29	1,699	2,045	62	1,670	1,999	95	1,651	1,985
30	1,697	2,042	63	1,669	1,998	96	1,651	1,985
31	1,696	2,040	64	1,669	1,998	97	1,651	1,985
32	1,694	2,037	65	1,669	1,997	98	1,651	1,985
33	1,692	2,035	66	1,668	1,997	99	1,650	1,984

TABEL NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT¹

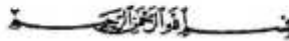
N	Tarf Signifikan		N	Tarf Signifikan		N	Tarf Signifikan	
	5 %	1 %		5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
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			

¹ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 373.

GAMBAR 4.1
STRUKTUR ORGANISASI PT BANK MUAMALAT INDONESIA TBK,
KANTOR CABANG PEMBANTU PANYABUNGAN



Bank Muamalat



No. : 87/BMI-PYB/XII/2016

Panyabungan, 27 Desember 2016 M
27 Rabi'ul Awal 1438 H

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan
Di

Tempat

Perihal : Surat Keterangan Riset

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Amin.

Merindaklanjuti surat yang kami terima Nomor : B-23/ln.14/G/TL.00/10/2016 Tanggal 6 Oktober 2016 perihal Mohon Izin Riset, maka dengan ini kami sampaikan bahwa :

Nama : Solaiman Nasution
NIM : 122200043
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Panyabungan"

Bahwa yang bersangkutan benar telah melaksanakan riset/penelitian pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Panyabungan sejak Tanggal 06 Oktober 2015 sampai dengan Tanggal 09 Oktober 2016.

Demikian Surat Keterangan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk
CABANG PADANGSIDIMPUAN
CAPEM PANYABUNGAN

Bank Muamalat
www.bankmuamalat.com

Amir Hamis Siregar
Sub Branch Manager



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

or : B-267/n 14/3/TL.00/10/2016
piran : -
: Mohon Izin Riset

6 Oktober 2016

ada
Pimpinan Bank Muamalat Indonesia Kcp Panyabungan
Padangsidimpuan

assalamu'alaikum Wr.Wb

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

Nama : Sulaiman Nasution
NIM : 122203043
Semester : IX (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

adalah benar Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN
padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Pengaruh Kualitas
layanan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Tbk Kcp
nyabungan"

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

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

assalamu'alaikum Wr.Wb



Padangsidimpuan, 6 Oktober 2016

Dekan

M. Alahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001