

**PENGARUH FASILITAS, KINERJA *CUSTOMER SERVICE* DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI
BANK MUAMALAT KCP PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

Lisa Hervina Yulianti

NIM 402190230

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2023

ABSTRAK

Yulianti, Lisa Hervina. Pengaruh Fasilitas, Kinerja *Customer Service* dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat KCP Ponorogo. *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Ajeng Wahyuni, M.Pd.

Kata Kunci: Fasilitas, Kinerja *Customer Service*, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah.

Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Berdasarkan latar belakang, peneliti ingin mengetahui apakah fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo. Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo baik secara parsial (individu) maupun secara simultan (bersama-sama).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, pengambilan sampel menggunakan rumus *slovin* sehingga didapatkan sampel sebanyak 100 responden. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner/angket. Teknik pengolahan data menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji regresi berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2) menggunakan aplikasi *IBM SPSS 22*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t pada variabel fasilitas menunjukkan pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah didukung dengan jawaban kuesioner yang meliputi indikator pertimabangan/perencanaan special, perencanaan ruangan dan perlengkapan/peralatan hal ini sesuai dengan penelitian oleh Atiek Mar'atus Sholichah. Variabel kinerja *customer service* menunjukkan pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah didukung dengan jawaban kuesioner yang meliputi indikator kehandalan (*reliability*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*Responsiveness*), bukti langsung (*tangible*) dan jaminan (*assurance*) hal ini sesuai dengan penelitian oleh Rahayu Aprilia Adhiningsih dan variabel kualitas produk menunjukkan pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah didukung dengan jawaban kuesioner yang meliputi indikator kinerja, keistimewaan produk, kehandalan, kesesuaian, ketahanan dan estetika hal ini sesuai dengan penelitian oleh Intan Nur Cahyanti. Adapun hasil penelitian uji F variabel fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah didukung dengan jawaban kuesioner yang meliputi indikator kepuasan pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, niat beli ulang, kesediaan merekomendasikan dan ketidakpuasan nasabah hal ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Rahayu Aprilia Adhiningsih.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Lisa Hervina Yualianti	402190230	Perbankan Syariah	Pengaruh Fasilitas, Kinerja <i>Customer Service</i> Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi

Mengetahui,
Ketua Jurusan
Perbankan Syariah

M.S. Ak
NIP. 1983022018011001

Ponorogo, 02 Mei 2023
Menyetujui,


Ajeng Wahyuni, M.Pd.
NIP 199307072019032030



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Fasilitas, Kinerja *Customer Service* dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Nama : Lisa Hervina Yulianti

NIM : 402190230

Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang
Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I.
NIP 197801122006041002

: ()

Penguji I
Yunaita Rahmawati, M.Si., Ak.
NIP 198406042019032012

: ()

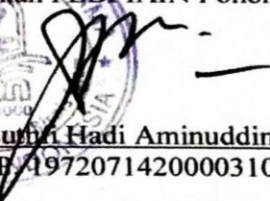
Penguji II
Ajeng Wahyuni, M.Pd.
NIP 199307072019032030

: ()

Ponorogo, 16 Mei 2023

Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Luhur Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisa Hervina Yulianti
NIM : 402190230
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam ☐
Program Studi : Perbankan Syariah ☐
Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Fasilitas, Kinerja Customer Service Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 24 ☐ Mei ☐ 2023

Penulis



Lisa Hervina Yulianti

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Lisa Hervina Yulianti

NIM : 402190230

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Fasilitas, Kinerja *Customer Service* dan Kualitas Produk Terhadap
Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat KCP Ponorogo”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 02 Mei 2023



Lisa Hervina Yulianti
NIM 402190230

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II. LANDASAN TEORI.....	12
A. Deskripsi Teori.....	12
B. Kajian Pustaka.....	25
C. Kerangka Berpikir	34
D. Hipotesis	34
BAB III. METODE PENELITIAN	37
A. Rancangan Penelitian	37
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	37
C. Lokasi Penelitian	40
D. Populasi dan Sampel.....	41
E. Jenis dan Sumber Data	42
F. Metode Pengumpulan Data.....	43
G. Instrumen Penelitian.....	43
H. Validitas dan Reliabilitas.....	45
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	46
BAB IV. PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA	51
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	51
B. Hasil Pengujian Instrumen.....	53

C. Hasil Pengujian Deskriptif.....	59
D. Hasil Pengujian Hipotesis	64
E. Pembahasan	77
BAB V. PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era bisnis modern, persaingan semakin sengit dan mendorong para pengusaha untuk menjadi lebih inovatif, kreatif, dan responsif terhadap perubahan zaman agar dapat memperoleh keuntungan maksimal. Dengan banyaknya bank syariah yang bermunculan di Indonesia, masyarakat kini memiliki banyak pilihan lembaga keuangan dan produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, persaingan antar lembaga keuangan semakin ketat. Kualitas layanan kepada pelanggan dan kinerja karyawan dalam menangani pelanggan sangat penting untuk mencapai kepuasan, karena pelanggan memiliki peran dan kontribusi penting dalam perkembangan dan kemajuan perusahaan.¹

Fokus utama dalam pendidikan bisnis dan manajemen adalah pentingnya kepuasan pelanggan. Secara umum, pelanggan berharap menerima produk atau layanan yang baik dan disampaikan dengan baik oleh manajemen yang memberikan layanan yang memuaskan. Kepuasan dapat memengaruhi persepsi pelanggan dan memperkuat citra produk di benak mereka.² Oleh karena itu, kepuasan pelanggan sangat penting bagi penyedia layanan, karena ketika pelanggan merasa puas, mereka akan berbagi pengalaman positif

¹ Febriana, "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kanor Cabang Pembantu Tulungagung," *An-Nisbah*, Volume 3, Nomor 1, (2016), 3.

² W. Wahab, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Di Kota Pekanbaru," *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, Volume 2, Nomor 1, (2017), 29.

dengan calon pelanggan dan meningkatkan reputasi penyedia layanan.³ Kepuasan pelanggan merujuk pada situasi di mana keperluan, keinginan, dan harapan pelanggan terhadap produk atau layanan terpenuhi atau sesuai dengan kinerja produk atau layanan tersebut. Pelanggan yang merasa puas dengan penggunaan produk dan layanan secara terus-menerus akan mendorong mereka untuk tetap setia pada produk atau layanan tersebut, serta dengan sukacita mempromosikan produk atau layanan tersebut melalui rekomendasi dari mulut ke mulut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, menurut Fandy Tjiptono, meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya, promosi, fasilitas, dan lokasi.⁴ Dalam hal ini, peneliti memilih untuk memfokuskan pada faktor fasilitas, kualitas layanan pelanggan/*customer service*, dan kualitas produk.

Pelayanan yang diberikan dan kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh fasilitas yang tersedia.⁵ Saat ini, nasabah sangat memperhatikan fasilitas yang disediakan oleh bank, seperti bangunan yang menarik, area parkir yang memadai, ruang tunggu yang nyaman, keamanan yang terjamin, dan lain sebagainya. Selain itu, layanan perbankan yang mudah seperti transfer rekening, tarik tunai ATM, *mobile banking*, *SMS banking*, *internet banking* dan komputer banking juga menjadi faktor penting.⁶ Faktor-faktor yang

³ Muhammad Adam, *Manajemen Jasa Teori dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2015), 17.

⁴ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: T.P., 2006), 25.

⁵ Ninik Sriyani, "Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center," *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, Volume 7, Nomor 1, (2017), 33.

⁶ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 110.

mempengaruhi fasilitas antara lain desain khusus, penataan ruangan, serta peralatan dan perlengkapan yang disediakan.⁷

Fasilitas merupakan faktor krusial dalam upaya meningkatkan kepuasan, termasuk memberikan kenyamanan, memenuhi kebutuhan, dan mempermudah pengguna layanan. Menurut Fandy Tjiptono, kepuasan konsumen sangat tergantung pada sejauh mana fasilitas yang disediakan cocok dengan kebutuhan mereka. Perusahaan yang mampu menciptakan suasana nyaman dengan desain kantor yang menarik akan berpengaruh pada keputusan konsumen dalam berbisnis.⁸

Tentu saja, untuk mewujudkan kinerja bisnis yang optimal dan sejalan dengan visi dan misi perusahaan, diperlukan kemampuan dan keahlian para karyawan di garis depan. Kemampuan dan pengetahuan karyawan merupakan inti dari aktivitas perusahaan dalam mencapai kelangsungan bisnis yang memuaskan. Efisiensi, menurut Widyananda, merujuk pada kemampuan pegawai dalam menyelesaikan tugasnya secara kualitatif dan kuantitatif dalam waktu yang ditentukan sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan. Prestasi juga dapat diartikan sebagai keberhasilan seorang individu dalam menyelesaikan tugas dalam waktu yang ditentukan. Kinerja seorang pegawai dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam menjalankan tugas-tugas tersebut,

⁷ Muhtosim Arif, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan* (Malang: Bayu Media Publishing, 2006), 3.

⁸ Saesawati Oetama dan Dessy Herliana Sari, "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk," *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, (2017), 60.

level investasi mereka, dan dukungan dari organisasi atau elemen terkait.⁹ Perbankan perlu memaksimalkan kualitas dan efisiensi layanan terutama penyampaian layanan yang diberikan oleh *customer service*, karena *customer service* adalah orang yang menerima banyak keluhan dari pelanggan dan berinteraksi langsung dengan pelanggan yang terkait dengan produk perbankan, sehingga *customer service* harus memberikan pelayanan yang terbaik sehingga pelanggan merasa puas.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti di Bank Muamalat KCP Ponorogo yaitu dari segi kinerja *customer service* dari keseluruhan sudah sangat bagus dilihat dari skill, pengetahuan terhadap produk dan apabila ketika nasabah ingin konsultasi terkait tabungan *customer service* akan memberikan solusi yang baik sehingga nasabah merasa puas namun masih ada beberapa kekurangan dari segi kinerja yaitu pelayanan yang diberikan *customer service* kurang cepat sehingga membuat nasabah kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa kualitas produk merujuk pada kemampuan produk dalam memenuhi fungsinya, meliputi ketahanan keseluruhan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan, serta perbaikan produk, di antara atribut lain dari produk. Pada dasarnya, terdapat dua jenis produk yang dihasilkan dalam lingkup bisnis, yakni produk fisik dan produk

⁹ F. Widyananda, "Model Analisis Kinerja Karyawan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Cabang Malang," *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Volume 10, Nomor 2, (2012), 158-171.

non-fisik.¹⁰ Menurut Zeithhaml, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk atau barang yang disajikan oleh pelanggan.¹¹ Kepuasan juga bergantung pada kualitas produk. Kualitas produk adalah kumpulan fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang tergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang diungkapkan, semakin tinggi kualitas produk atau layanan tersebut, maka semakin tinggi juga kepuasan pelanggan yang dihasilkan, ini jelas merupakan definisi yang berfokus pada pelanggan.

Menurut Bapak Pandu Bagaskara, produk di Bank Muamalat KCP Ponorogo sudah memiliki kualitas yang baik dan bersaing, namun bank terus melakukan perbaikan produk dan membandingkan dengan bank-bank lain.¹²

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan tiga nasabah, yaitu Bapak Eko mengatakan bahwa fasilitas yang diberikan oleh bank sudah baik dan pelayanan yang diberikan sudah cukup baik namun beliau masih belum puas.¹³ Ibu Siti Romlah juga mengatakan bahwa masih terdapat kekurangan dari segi fasilitas dan layanan yang diberikan oleh bank namun beliau masih puas dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan bank.¹⁴ Selain itu, Ibu Nuriana mengatakan bahwa masih ada kekurangan pada fasilitas ATM yang membuat pelanggan harus mengantri lama untuk menggunakannya, serta pelayanan yang diberikan oleh *customer service* dalam pengurusan ATM tertelan sangat

¹⁰ P. Kotler dan G. Amstrong, *Prinsip - prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012), 283.

¹¹ Zeithhaml, *Konsumen Dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gavamedia, 2014), 32.

¹² Pandu Bagaskara, *Wawancara*, 30 Januari 2023.

¹³ Eko, *Wawancara*, 30 Januari 2023.

¹⁴ Siti Romlah, *Wawancara*, 30 Januari 2023.

lama dan terbelit-belit, namun dengan begitu Ibu Nuriana menyatakan bahwa beliau puas meskipun pelayanan yang diberikan masih kurang.¹⁵

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh fasilitas, kinerja *customer service*, dan kualitas produk yang ditawarkan. Meskipun Bank Muamalat KCP Ponorogo telah menyediakan fasilitas yang memadai, kinerja *customer service* yang baik, dan kualitas produk yang terjamin, namun kenyataannya masih ada beberapa nasabah yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini terlihat dari hasil wawancara dengan nasabah yang sering mengeluh setelah menggunakan fasilitas dan layanan yang diberikan oleh bank. Sebagai contoh, beberapa nasabah mengeluh bahwa fasilitas yang tersedia kurang memadai, seperti fasilitas lahan parkir dan hanya tersedia satu mesin ATM yang membuat nasabah harus antre untuk melakukan transaksi, meskipun masih ada kekurangan dari fasilitas yang ada kenyataannya nasabah masih puas dan masih mau datang ke bank. Selanjutnya nasabah mengeluhkan tentang layanan yang diberikan *customer service* yang kurang cepat dalam pengurusan ATM tertelan sangat lama dan terbelit-belit, meskipun bank sendiri sudah berupaya memberikan layanan yang cepat, namun kenyataannya nasabah masih merasa puas dengan pelayanan yang diberikan walaupun tidak secara maksimal. Sedangkan kualitas produk yang diberikan bank sudah baik namun bank masih melakukan penyempurnaan produk sehingga nasabah masih belum puas dengan kualitas produk yang diberikan.

¹⁵ Nuriana, Wawancara, 30 Januari 2023.

Dari kasus di atas dapat disimpulkan bahwa semakin baik fasilitas yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Namun, terdapat kesenjangan antara teori dan kenyataan berdasarkan hasil wawancara yang menunjukkan masih ada kekurangan atau kelemahan dalam fasilitas yang diberikan namun, dengan adanya kekurangan fasilitas yang diberikan nasabah masih puas dengan fasilitas yang ada. Terdapat kesenjangan dalam kinerja atau layanan *customer service* yang diberikan terhadap kepuasan nasabah. Teori menyatakan bahwa semakin tinggi kinerja atau layanan *customer service* yang diberikan, semakin tinggi kepuasan nasabah. Namun, berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah, kinerja atau layanan *customer service* yang diberikan masih kurang baik dan pelayanan yang lambat namun, dengan adanya kekurangan yang ada nasabah masih puas dengan pelayanan yang diberikan. Terdapat kesenjangan dalam kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Teori menyatakan bahwa semakin baik kualitas produk yang diberikan, semakin tinggi kepuasan nasabah. Namun, berdasarkan hasil wawancara, kualitas produk yang dirasa sudah baik masih belum mampu memenuhi kepuasan nasabah secara maksimal. Hal ini terbukti dengan adanya peningkatan produk yang dilakukan oleh bank dengan perbankan lainnya.

Hasil dari penelitian terdahulu yang pertama dilakukan oleh Atiek Mar'atus Sholichah yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi" (2021) yang menyimpulkan bahwa kualitas

pelayanan dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi.¹⁶

Selanjutnya hasil dari penelitian terdahulu yang kedua dilakukan oleh Rahayu Aprilia Adhiningsih yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu” (2019) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan kinerja karyawan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Mega Syariah Cabang Palu.¹⁷

Hasil dari penelitian terdahulu yang ketiga dilakukan oleh Intan Nur Cahyanti yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Madiun” (2021) yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Bank Syariah Indonesia Cabang Madiun.¹⁸

Dalam uraian latar belakang masalah yang telah penulis uraikan, dapat dilihat bahwa pentingnya fasilitas, kinerja *customer service*, dan kualitas produk kepada nasabah agar menjadi lebih baik dalam membangun kepuasan dan kepercayaan nasabah, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Fasilitas, Kinerja *Customer Service*, dan**

¹⁶ Atiek Mar’atus Sholichah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 76.

¹⁷ Rahayu Aprilia Adhiningsih, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu,” *Skripsi* (Palu: IAIN Palu, 2019), 89.

¹⁸ Intan Nur Cahyati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Madiun,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 90.

Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka masalah dalam penelitian yang penulis rumuskan adalah:

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo?
2. Apakah kinerja *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo?
4. Apakah fasilitas, kinerja *customer service*, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian pada penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kinerja *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh fasilitas, kinerja *customer service*, dan kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Dalam suatu penelitian, terdapat manfaat yang dapat diperoleh, manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pengetahuan dan referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya dan dari hasil riset ini diharapkan dapat menambah khasanah teoritis yang menguntungkan untuk mengembangkan suatu disiplin ilmu.

2. Manfaat Praktis

Sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo yang berkaitan dengan fasilitas, kinerja dan kualitas produk sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah pada bank tersebut.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam memudahkan penyusunan skripsi ini peneliti mengelompokkan menjadi lima sub bab untuk memudahkan pembaca dalam menelaah skripsi ini, adapun sistematika pembahasan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang deskripsi teori, studi penelitian terdahulu/kajian pustaka, kerangka berpikir dan hipotesis yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, lokasi dan periode penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, validitas reliabilitas dan teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA

Pada bab ini berisi gambaran umum obyek penelitian, hasil pengujian instrumen, hasil pengujian deskriptif, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil pembahasan dan saran-saran dari peneliti.



BAB II

KEPUASAN NASABAH, FASILITAS, KINERJA *CUSTOMER SERVICE* DAN KUALITAS PRODUK

A. Deskripsi Teori

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Engel mendefinisikan kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.¹⁹

Menurut Kotler kepuasan pelanggan yaitu keadaan dimana perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan yang diterima dari kinerja atau hasil suatu produk dengan yang diharapkannya. Apabila kenyataan tidak lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak berkualitas. Apabila layanan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan memuaskan.²⁰

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Fandy Tjiptono, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:²¹

¹⁹ James F Engel, *Perilaku Konsumen*, alih bahasa FX Budiyanoto (Jakarta: Binarupa Aksara, 1992), 11.

²⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhalindo, 1997), 56.

²¹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: T.P., 2006), 25.

- 1) Kualitas produk adalah konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya.
- 2) Kualitas pelayanan adalah konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
- 3) Fasilitas merupakan kondisi fisik dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi sedemikian rupa sehingga bentuk barang- barang yang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau jasa lebih menarik.
- 4) Emosional adalah konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merk yang mahal.
- 5) Harga adalah produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
- 6) Biaya adalah konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung terhadap produk atau jasa tersebut.

- 7) Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen.
- 8) Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.

c. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Fandy Tjiptono, ditengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, terdapat kesamaan paling tidak dalam enam konsep inti mengenai obyek pengukuran yang akan dijadikan indikator dalam variabel kepuasan yaitu sebagai berikut:²²

1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan

Cara yang paling mudah untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan cara langsung dengan menanyakan kepada pelanggan mengenai seberapa puas mereka dengan produk/jasa yang diberikan. Biasanya ada bagian dalam proses pengukuran. Pertama, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk/jasa perusahaan yang bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk/jasa pesaing.

²² Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014), 264.

2) Dimensi Kepuasan Pelanggan

Beberapa penelitian memilih kepuasan pelanggan kedalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam ini terdiri atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk/jasa perusahaan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk/jasa pesaing. Keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3) Konfirmasi Harapan

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja.

4) Niat Beli Ulang

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

5) Kesiediaan Untuk Merekomendasikan

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya yang relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali (seperti pembelian mobil, rumah, asuransi jiwa), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan merupakan ukuran yang paling penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

6) Ketidakpuasan Pelanggan

Beberapa macam aspek yang digunakan untuk mengetahui ketidakpuasaan pelanggan meliputi: komplain, pengembalian produk atau retur, biaya garansi, *product recall* (penarikan kembali produk dari pasar) dan konsumen yang beralih ke pesaing.

2. Fasilitas

a. Pengertian Fasilitas

Menurut Kotler fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh pihak penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen.²³

Menurut Lupiyoadi, fasilitas merupakan penampilan kemampuan sarana prasana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan, yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda-benda, perlengkapan, uang dan ruang tempat kerja.²⁴ Sejumlah riset menunjukkan bahwa fasilitas (*Serviscape*) bisa

²³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009).

²⁴ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 148.

mempengaruhi pilihan pelanggan, ekspektasi pelanggan, kepuasan pelanggan dan perilaku lainnya.²⁵

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Fasilitas

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam fasilitas jasa antara lain:²⁶

1) Sifat dan Tujuan Organisasi Jasa

Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratan desainnya. Misalnya desain rumah sakit perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai, ruang peralatan medis yang representative, ruang tunggu pasien yang nyaman (dilengkapi tv, tersedia cukup tempat untuk berbaring), kamar pasien yang nyaman, ruang dokter dan kamar praktek yang bisa menjamin privacy (misalnya: kedap udara, tidak tembus pandang).

2) Ketersediaan Tanah

Setiap perusahaan jasa yang membutuhkan tanah untuk mendirikan lokasi fasilitasnya perlu memperhatikan kemampuan finansialnya, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah, dan lain-lain.

3) *Fleksibilitas*

Fleksibilitas desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berubah, dan apabila spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan menjadi besar. Kedua

²⁵ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 156.

²⁶ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2018), 46.

kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan mudah dan memperhitungkan pada kemungkinan perkembangan dimasa yang akan datang.

4) Faktor Estetis

Fasilitas jasa yang tertata secara rapi, menarik dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa.

5) Masyarakat dan Lingkungan Sekitar

Masyarakat terutama pemerhati masalah sosial, lingkungan hidup, dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan.

6) Biaya Kontribusi dan Operasi

Kedua jenis biaya ini berpengaruh desain fasilitas. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bahan bangunan yang digunakan.

Masih banyak penyedia jasa yang tidak menyadari bahwa letak fasilitas jasa memiliki pengaruh tersendiri terhadap perasaan dan respon pelanggan. Perusahaan jasa perlu mengembangkan pemahaman akan respon pelanggan terhadap berbagai aspek tata letak fasilitas jasa.

c. Indikator Fasilitas

Adapun indikator yang perlu dipertimbangkan dalam tata letak fasilitas jasa meliputi sebagai berikut:²⁷

1) Pertimbangan atau Perencanaan Spesial

Aspek-aspek seperti simetri, proporsi, tekstur, warna dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya. Respon inilah yang dipersepsikan sebagai kualitas visual. Kualitas ini dapat dimanipulasi atau dikendalikan perancang untuk menciptakan lingkungan tertentu yang mampu mendorong terbentuknya respon yang diinginkan dari pelanggan.

2) Perencanaan Ruangan

Unsur ini mencakup perancangan interior dan arsitektur, seperti penempatan perabotan dan perlengkapannya dalam ruangan, desain aliran sirkulasi dan lain-lain.

3) Perlengkapan atau Peralatan

Perlengkapan atau peralatan memiliki berbagai fungsi, diantaranya sebagai sarana perlindungan barang-barang berharga berukuran kecil, sebagai barang pajangan dan lain-lain.

²⁷ Ibid.

3. Kinerja *Customer Service*

a. Pengertian Kinerja *Customer Service*

Kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.²⁸

Kinerja merupakan hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat *profit oriented* dan *nonprofit oriented* yang dihasilkan selama satu periode waktu. Secara lebih tegas Amstron dan Baron mengatakan kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi.²⁹

Menurut Wibowo kinerja adalah hasil atau tingkat keberhasilan seseorang secara keseluruhan selama periode tertentu di dalam melaksanakan tugas dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, seperti standar hasil kerja, target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama, didesain dengan memperhatikan standar kerja yang telah disusun oleh perusahaan dan disepakati oleh karyawan sebagai dasar hasil kerja yang harus dicapai.³⁰

Menurut Kasmir, *Costumer Service* atau layanan konsumen memegang peranan yang penting sebagai ujung tombak perusahaan

²⁸ Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011), 67.

²⁹ Fahmi, *Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasinya* (Bandung: Alfabeta, 2010), 181.

³⁰ Wibowo, *Manajemen Kinerja*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 7.

dalam menghadapi konsumen. Dalam dunia bisnis tugas utama seorang costumer service adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat, agar tercipta hubungan yang baik antara konsumen dan perusahaan.³¹

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kinerja

Menurut Gibson faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja sebagai berikut:

1) Faktor Individu

Faktor individu meliputi: kemampuan, keterampilan, latar belakang keluarga, pengalaman kerja, tingkat dan demografi seseorang.

2) Faktor Psikologi

Faktor psikologi terdiri dari: persepsi, peran, sikap, kepribadian, motivasi, lingkungan kerja dan kepuasan kerja.

3) Faktor Organisasi

Struktur organisasi, desain pekerjaan, kepemimpinan dan imbalan.

c. Indikator Kinerja Customer Service

Menurut Rambat Lupiyoadi, indikator kinerja *customer service*/ kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:³²

1) Keandalan (*Reliability*)

³¹ Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 100-103.

³² Rambat Lupiyoadi, *Pemasaran Jasa* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2013), 17.

Keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan pelayanan dengan segera, cepat, tepat waktu, akurat dan memuaskan serta kemudahan untuk proses transaksi.

2) Bukti Langsung (*Tangible*)

Bukti langsung merupakan kemampuan dalam memberikan fasilitas yang lengkap, meningkatkan kondisi ruangan yang bersih serta nyaman, tempat parkir yang aman serta luas, dan menjaga penampilan dan keterampilan pegawai di perusahaan.

3) Ketanggapan (*Responsiveness*)

Ketanggapan merupakan kemampuan untuk meningkatkan kecepatan pegawai yang bertugas dalam menangani permintaan nasabah, selalu siap dan bersedia untuk membantu kesulitan nasabah, kemampuan menyelesaikan keluhan nasabah dengan tepat, memberikan informasi dengan jelas sesuai dengan keperluan nasabah.

4) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan merupakan kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk atau jasa secara tepat, perhatian dan kesopanan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan nasabah kepada bank.

5) Empati (*Empathy*)

Empati merupakan perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah secara individual seperti memberikan kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah dan usaha bank untuk memahami keinginan dan kebutuhan nasabahnya.

4. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Menurut Handi Irawan kualitas produk adalah driver kepuasan konsumen yang multidimensi. Bagi konsumen, kualitas mempunyai beberapa dimensi. Paling tidak, terdapat beberapa dimensi dari kualitas produk yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan yang ingin mengejar kepuasan nasabah terhadap kualitas konsumen.³³

Menurut Kotler dan Amstrong, kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha umumnya berbentuk dua macam, yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud.³⁴

³³ Handi Irawan, *Prinsip Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002), 45.

³⁴ Philip Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012), 283.

b. Indikator Kualitas Produk

Menurut Sviokla kualitas produk memiliki enam indikator yaitu:³⁵

- 1) Kinerja (*performance*). Kinerja disini mengacu pada karakter dan kinerja beberapa produk didasari oleh preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum.
- 2) Keistimewaan produk (*features*). Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk.
- 3) Reliabilitas/keterandalan (*reability*). Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (*malfunction*) pada suatu periode. Reliabilitas suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk.
- 4) Kesesuaian (*conformance*). Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaiannya termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi, dan beberapa kesalahan lain.

³⁵ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 214.

- 5) Ketahanan (*durability*). Ukuran ketahanan (atau daya tahan) suatu produk meliputi segi ekonomis sampai dengan segi teknis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai jumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat dari jumlah kegunaan yang diperoleh sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat dari jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.
- 6) Estetika (*aesthetics*). Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, baik itu bagaimana penampilan luar suatu produk, rasa, maupun bau. Dengan demikian, estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.

B. Kajian Pustaka

Dalam penyusunan skripsi ini, langkah awal yang penulis ambil adalah mengkaji terhadap pustaka-pustaka yang telah ada, penulis mengadakan penelitian lebih lanjut dan menyusunnya menjadi suatu karya ilmiah. Secara umum, penelitian yang memiliki judul hampir sama dengan penulis telah dilakukan oleh banyak peneliti sebelumnya. Adapun diantara peneliti diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1
Studi Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Shinta Maharani dan Susi Rahayu Anggarani (2018)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan di BMT Hasanah Ponorogo	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji t tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan kerja dan motivasi terhadap kinerja karyawan. Berdasarkan uji F bahwa secara simultan variabel lingkungan kerja (X) dan motivasi (Y) tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja.	Sama-sama kualitas pelayanan atau kinerja (X)	Tidak ada variabel fasilitas (X) dan dan kepuasan nasabah (Y) terletak pada lokasi, waktu dan objek penelitian
Annas Syams Rizal Fahmi (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan	Menggunakan variabel kinerja/kualitas pelayanan (X) dan kepuasan nasabah (Y).	Tidak ada variabel fasilitas (X) dan kualitas produk (X), terletak pada lokasi, waktu dan objek

	Indonesia Kantor Cabang Yogyakarta	terhadap variabel loyalitas pelanggan		penelitian
Raudhatul Zahrah Rahfizah, Supaino dan Ahmad Kholil (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan iB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan iB Hasanah terhadap kepuasan nasabah pada PT BNI Syariah Kantor Cabang Medan.	Sama-sama menggunakan variabel kualitas produk (X), dan kepuasan nasabah (Y)	Tidak ada variabel fasilitas (X) dan kinerja (X), terletak pada lokasi, waktu dan objek penelitian
Totok Ismawanto (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan <i>Frontliner</i> Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Balikpapan Sudirman Unit Klandasan	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa baik secara simultan maupun parsial variabel kinerja karyawan <i>frontliner</i> dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.	Menggunakan variabel kinerja (X) dan kepuasan nasabah (Y).	Tidak ada variabel fasilitas (X) dan kualitas produk (X), terletak pada lokasi, waktu dan objek penelitian

Septiyanti Dewi Astuti dan Badriyatul Huda (2020)	Pengaruh Service Excellent Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan BSM di Bank Syariah Mandiri KC Jatinangor	Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh Service Excellent Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan BSM	Menggunakan variabel kinerja (X) dan kepuasan nasabah (Y).	Tidak ada variabel fasilitas (X) dan kualitas produk (X), terletak pada lokasi, waktu dan objek penelitian
Athik Rosyidah (2020)	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Madiun	Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas dan kualitas pelayanan secara signifikan simultan mempengaruhi kepuasan nasabah.	Sama-sama menggunakan variabel fasilitas (X), kualitas pelayanan/kine rja <i>customer service</i> (X) dan kepuasan nasabah (Y).	Tidak ada variabel kualitas produk (X) dan terletak perbedaan pada lokasi, dan waktu penelitian.
Meldi Manuhutu, Zany Irayati Aunalal dan Maudy Tanihatu (2021)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan kepedulian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan	Menggunakan variabel kinerja (X) dan kepuasan nasabah (Y).	Tidak ada variabel fasilitas (X) dan kualitas produk (X), terletak pada lokasi, waktu dan objek penelitian

		secara parsial hanya variabel ketanggapan yang pengaruhnya positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.		
Zikri Sahadat (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Takengon)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun parsial variabel kualitas pelayanan dan kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Sama-sama menggunakan variabel kinerja (X) dan kepuasan nasabah (Y)	Tidak ada variabel fasilitas (X), dan kualitas produk (X), terletak pada lokasi, waktu dan objek penelitian
Intan Nurcahyanti (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di bank Syariah Indonesia Cabang Madiun	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.	Sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan/kinerja <i>customer service</i> (X), kualitas produk (X) dan kepuasan nasabah (Y).	Tidak ada variabel fasilitas (X) dan terletak perbedaan pada lokasi, dan waktu penelitian

		kualitas pelayanan, kualitas produk secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Madiun		
Atiek Mar'atus Sholichah (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2	Memiliki variabel X yang sama yaitu fasilitas dan kualitas pelayanan/kinerja <i>customer service</i> dan memiliki variabel Y yang sama yaitu kepuasan nasabah	Terletak pada variabel X kualitas produk dan lokasi dan waktu penelitian

		Ngawi.		
Nurul Khoir Istiqomah dan Maulida Nurhidayati (2022)	Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen pada Rumah Laundry di Desa Biting Badegan Ponorogo	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara bersama sama dalam variabel etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen Rumah Laundry dengan nilai uji $f > f$ tabel dan tidak adanya pengaruh secara bersama sama dalam variabel etika bisnis Islam dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rumah Laundry dengan nilai uji $t < f$ tabel.	Sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan/kinerja (X) dan kepuasan nasabah (Y)	Tidak ada variabel fasilitas (X) dan kualitas produk (X) terletak pada lokasi, waktu dan objek penelitian
Sumarno (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan customer service berpengaruh	Menggunakan variabel kinerja (X) dan kepuasan nasabah (Y).	Tidak ada variabel fasilitas (X) dan kualitas produk (X),

	Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Kasus Bank Bjb Syariah KCP Pabuaran)	signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Bjb Syariah KCP Pabuaran		terletak pada lokasi, waktu dan objek penelitian
Binta Malina Azkiya (2022)	Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia: Studi Riset Bank Syariah Indonesia KCP Citeureup 1	Kinerja karyawan tidak berpengaruh secara signifikan, sedangkan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan.	Menggunakan variabel kinerja (X) dan kepuasan nasabah (Y).	Tidak ada variabel fasilitas (X) dan kualitas produk (X), terletak pada lokasi, waktu dan objek penelitian
Cindy Rahmawati (2022)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat Kantor Cabang Palembang)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah. Kinerja karyawan berpengaruh signifikan terhadap	Menggunakan variabel kinerja (X) dan kepuasan nasabah (Y).	Tidak ada variabel fasilitas (X) dan kualitas produk (X), terletak pada lokasi, waktu dan objek penelitian

		kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah.		
Iqbal Burhanuddin Maulidy (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja <i>Customer Service</i> Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Malang Lawang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel <i>service quality</i> (X ₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), variabel <i>service customer perfomance</i> (X ₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).	Menggunakan variabel kinerja (X) dan kepuasan nasabah (Y).	Tidak ada variabel fasilitas (X) dan kualitas produk (X), terletak pada lokasi, waktu dan objek penelitian

Dari data hasil penelitian terdahulu yang dibahas diatas, penelitian dengan judul “Pengaruh Fasilitas, Kinerja *Customer Service*, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo”. dimana posisi penelitian ini sama-sama menggunakan variabel fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, dengan menggunakan metode yang sama yaitu metode penelitian kuantitatif dan data diperoleh melalui penyebaran angket kemudian diolah secara statistik menggunakan aplikasi SPSS. Penelitian ini mengkaji hal yang berbeda dengan

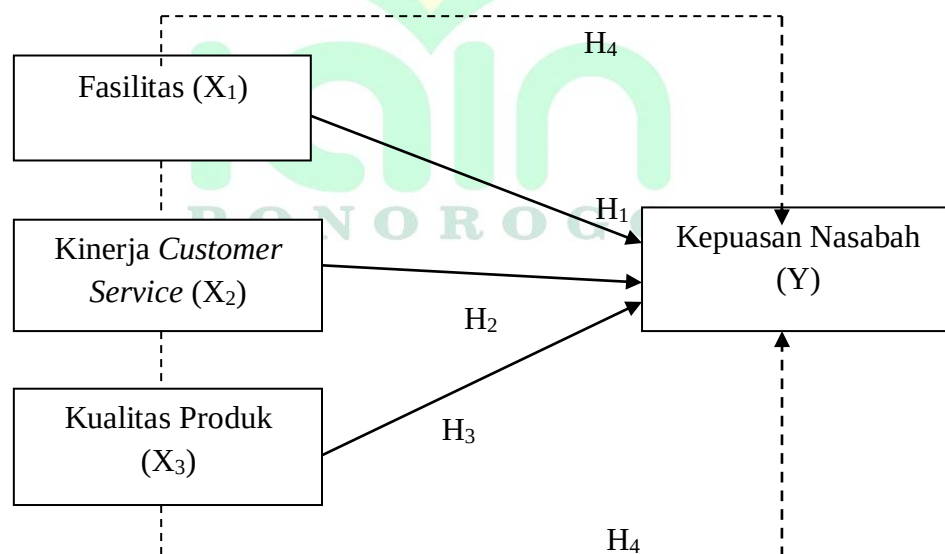
penelitian sebelumnya, dimana beberapa indikator yang digunakan berbeda, selain itu, objek dalam penelitian ini juga berbeda dengan yang digunakan dalam penelitian terdahulu. Lokasi yang pilih juga berbeda, dalam penelitian ini berlokasi di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

Dari data penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan disetiap penelitian yang dilakukan peneliti. Dimana peneliti mengatakan bahwa penelitian tersebut ada yang signifikan dan ada yang tidak signifikan terhadap fasilitas, kinerja dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

C. Kerangka Berpikir

Dari hasil analisa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain serta penjabaran tentang teori-teori mengenai masing-masing variabel dan hubungannya, maka dapat dirumuskan suatu kerangka berpikir sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Keterangan:

—————→ : Parsial

-----→ : Simultan

Berdasarkan kerangka berpikir diatas dapat diketahui bahwa adanya pengaruh fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo. variabel yang dipengaruhi adalah kepuasan nasabah (Y), sedangkan variabel yang mempengaruhi adalah fasilitas (X_1), kinerja *customer service* (X_2) dan kualitas produk (X_3).

D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata “*hypo*” yang berarti kurang dari dan “*thesis*” yang artinya pendapat. Hipotesis merupakan suatu kesimpulan atau pendapat yang masih kurang.³⁶ Berikut merupakan hipotesis berdasarkan kerangka berfikir penelitian diatas sebagai berikut:

1. Hipotesis terkait dengan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo

H_{01} : Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

H_{a1} : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

³⁶ Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 24.

2. Hipotesis terkait dengan kinerja *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo

H₀₂ : Kinerja *customer service* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

H_{a2} : Kinerja *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

3. Hipotesis terkait dengan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo

H₀₃ : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

H_{a3} : Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

4. Hipotesis terkait dengan fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank Muamalat KCP Ponorogo

H₀₄ : Fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

H_{a4} : Fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini dipilih karena objek penelitian dapat diukur dan masuk akal. Sesuai dengan konsep positivisme, penelitian kuantitatif melibatkan sampel atau populasi tertentu, menyusun instrumen penelitian, menganalisis data kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.³⁷

Tujuan dari pendekatan kuantitatif adalah untuk memverifikasi teori, menunjukkan hubungan variabel, memberikan deskripsi statistik, mengevaluasi, dan memprediksi hasil. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat). Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel Fasilitas (X_1), Kinerja *Customer Service* (X_2) dan Kualitas Produk (X_3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merujuk pada karakteristik atau aspek dari seseorang, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi yang spesifik yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti, sehingga informasi yang relevan dapat diperoleh dan kesimpulan dapat diambil. Terdapat dua jenis variabel penelitian, yaitu sebagai berikut:

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed methods)* (Bandung: Alfabeta, 2013), 10-11.

a. Variabel Independent (X)

Variabel independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah fasilitas (X_1) dan kinerja *customer service* (X_2) dan kualitas produk (X_3).

b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (terikat) merupakan gejala dengan berbagai unsur atau faktor di dalamnya yang adanya dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y).

2. Definisi Operasional

Tujuan dari pengertian operasional adalah untuk menguraikan makna dari variabel yang sedang diselidiki dengan merujuk pada penjelasan teori yang dipahami oleh peneliti. Pengertian operasional memegang peran yang amat penting dalam menetapkan metode pengukuran variabel yang sedang diselidiki, diteliti.³⁸ Definisi operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

³⁸ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Istana Agency, 2018),

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Kepuasan Nasabah (Y)	Menurut Fandy Tjiptono, kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.	1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan 2. Dimensi Kepuasan Pelanggan 3. Konfirmasi Harapan 4. Niat Beli Ulang 5. Kesiediaan Untuk Merekomendasikan 6. Ketidakpuasan Pelanggan	Fandy Tjiptono, <i>Pemasaran Jasa</i> (Yogyakarta: Andi, 2014), 264.
Fasilitas (X ₁)	Menurut Fandy Tjiptono, fasilitas merupakan kondisi fisik dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi sedemikian rupa sehingga bentuk barang-barang yang berfungsi untuk menambah nilai suatu produk atau jasa lebih menarik.	1. Pertimbangan atau Perencanaan Spesial 2. Perencanaan Ruangan 3. Perlengkapan dan peralatan	Fandy Tjiptono, <i>Manajemen Jasa</i> (Yogyakarta: Andi Offset, 2018), 46.

Kinerja <i>Customer Service</i> (X_2)	Kinerja adalah hasil kerja yang secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya	1. <i>Reliability</i> (Kehandalan) 2. <i>Emphaty</i> (Empati) 3. <i>Resvonsiveness</i> (Daya Tanggap) 4. <i>Tangible</i> (Bukti Nyata) 5. <i>Assurance</i> (Jaminan)	Rambat Lupiyoadi, <i>Pemasaran Jasa</i> (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2013), 17.
Kualitas Produk (X_3)	Kualitas produk adalah proses produksi suatu barang, dimana kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan dapat menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan terhadap perusahaan dan menghasilkan suatu kepuasan serta loyalitas pelanggan.	1. Kinerja 2. Keistimewaan Produk 3. Kehandalan 4. Kesesuaian 5. Ketahanan 6. Estetika	Rambat Lupiyoadi, <i>Manajemen Pemasaran Jasa</i> (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 214.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Data diperoleh yaitu data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada nasabah Bank Muamalat yang ada di Ponorogo. Bank Muamalat KCP Ponorogo terletak di Jl. Soekarno Hatta Kav 35 dan 37, Banyudono, Ponorogo, Jawa Timur.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sumber data dalam penelitian tertentu terkadang berasal dari populasi yang besar dan luas. Namun, mengambil data dari populasi dapat memakan biaya dan waktu yang banyak sehingga menjadi terlalu mahal untuk dilakukan. Sugiyono menyatakan bahwa populasi merujuk pada kumpulan objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang menjadi fokus penelitian dan diambil kesimpulan darinya.³⁹ Dalam penelitian ini, populasi yang diambil adalah nasabah tabungan Bank Muamalat KCP Ponorogo dengan jumlah populasi sebanyak 6.541 nasabah.

2. Sampel

Sugiyono mengemukakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Sampel dianggap sebagai sumber informasi yang penting dalam mendukung penelitian.⁴⁰ Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik sampel acak. Teknik pengambilan sampel acak, atau *random sampling*, memberikan kesempatan yang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Jika jumlah populasi diketahui, rumus *slovin* dapat digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang dibutuhkan yaitu:

³⁹ Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2006), 65.

⁴⁰ Ibid, 66.

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), biasanya 10%

Maka berdasarkan rumus dapat diketahui:

$$\begin{aligned} n &= \frac{6541}{1 + 6541 (0,1)^2} \\ n &= \frac{6541}{1 + 6541 (0,01)} \\ n &= \frac{6.541}{66,41} \\ n &= 98,5 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas menggunakan rumus *slovin* dapat diketahui jumlah responden dengan tingkat kesalahan sampel 10% adalah 98,5 sehingga dapat dibulatkan menjadi 100 sampel/responden.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipakai oleh peneliti adalah data kuantitatif. Data ini berbentuk angka yang memiliki makna yang sebenarnya, sehingga dapat dilakukan berbagai operasi matematika pada data kuantitatif. Peneliti memanfaatkan jenis data utama atau primer dan data tambahan atau sekunder sebagai sumber data.

Sumber data utama atau primer diperoleh secara langsung dari sumber asli, yaitu data dari nasabah dan pihak yang terkait dengan Bank Muamalat KCP Ponorogo melalui wawancara atau penyebaran kuesioner. Di sisi lain, sumber data tambahan atau sekunder diperoleh dari laporan dan buku atau dengan menggunakan studi literatur.

F. Metode Pengumpulan Data

Untuk dapat memperoleh data dan mengelola data dalam penelitian ini maka digunakan metode pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Kuesioner (angket) ialah suatu prosedur untuk menghimpun data dengan memakai pertanyaan. Dengan membagi-bagikan lembar kuesioner pada responden, ahli riset wajib sanggup memperoleh informasi yang cocok dengan maksud riset dan memiliki mutu dan kepercayaan yang tinggi. Teknik ini sangat efisien dalam penelitian survei dan lebih dapat dipercaya ketika pertanyaan diarahkan dan disampaikan dengan tepat.⁴¹ Responden dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan Bank Muamalat KCP Ponorogo.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah penelitian kuantitatif, yang memerlukan pemikiran tentang bagaimana mendapatkan informasi yang paling akurat tentang topik penelitian sehingga bahan tersebut dapat dipertimbangkan untuk pengujian lebih lanjut.

Skala *Likert* dipakai untuk mengukur sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok mengenai fenomena sosial. Variabel yang diukur

⁴¹ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 151.

dengan skala *Likert* dijadikan indikator dari variabel utama. Indikator-indikator tersebut kemudian diaplikasikan sebagai alat pengukur untuk menyusun kuesioner yang terdiri dari pernyataan atau pertanyaan.⁴² Dalam penelitian ini, kuesioner diisi dengan skala *Likert* yang terdiri dari lima opsi jawaban, yaitu:⁴³

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Ragu-ragu (RG)
4. Tidak Setuju (TS)
5. Sangat Tidak Setuju (STS)

Kuesioner ini dimanfaatkan untuk mengumpulkan data/informasi tentang pengaruh fasilitas, kinerja *customer service*, dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Untuk keperluan analisis data, jawaban dari kuesioner diberikan nilai/skor sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skor Jawaban Skala *Likert*

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 2019.

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 146.

⁴³ Ibid, 147.

H. Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi kevalidan instrumen yang telah dibuat. Saat mengevaluasi apakah target yang ingin diukur tepat atau tidak, uji signifikansi koefisien umumnya dilakukan pada taraf signifikansi 0,05. Dengan kata lain, sebuah item dianggap valid jika terdapat korelasi signifikan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.⁴⁴

Validitas isi merujuk pada validitas yang dinilai dengan menguji kesesuaian atau relevansi konten tes melalui analisis rasional atau penilaian ahli oleh panel yang memenuhi syarat. Validitas isi memastikan bahwa pengukuran mencakup seperangkat elemen yang cukup dan representatif yang mengungkapkan konsep yang diukur. Semakin banyak skala mencerminkan area pengukuran atau konsep umum, semakin besar keabsahan kontennya. Dengan kata lain, validitas isi bergantung pada seberapa baik dimensi dan elemen konsep tersebut dideskripsikan.⁴⁵

Aiken mengembangkan formula untuk menghitung koefisien validitas isi dengan mempertimbangkan hasil evaluasi dari panel ahli yang terdiri dari n orang terhadap suatu item. Tujuan evaluasi tersebut adalah untuk mengetahui sejauh mana item tersebut merepresentasikan konstruk yang diukur. Berikut adalah formula yang diusulkan oleh Aiken:

$$V = \Sigma s / [n(c-1)]$$

Keterangan:

⁴⁴ Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013), 348.

⁴⁵ Uma Sekaran, *Metode Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 43.

V = Indeks kesepakatan rater

s = Skor yang ditetapkan setiap rater dikurangi skor terendah dalam kategori

n = Banyaknya rater

c = Banyaknya kategori yang dapat dipilih rater⁴⁶

2. Uji Reliabilitas

Tujuan reliabilitas adalah untuk menilai seberapa konsisten hasil pengukuran ketika melakukan pengukuran yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama.⁴⁷ Reliabilitas dapat diukur dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,6, maka variabel atau instrumen tersebut dianggap reliabel.

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode data kuantitatif, yaitu dimana data yang digunakan dalam penelitian ini menganalisis apakah terdapat pengaruh antara variabel fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Dalam penelitian ini peneliti melakukan teknik analisis data penelitian.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Maksud dari pengujian normalitas adalah untuk menentukan apakah sampel yang diambil merepresentasikan distribusi populasi. Jika distribusi sampel normal, maka dapat disimpulkan bahwa sampel

⁴⁶ L. R. Aiken, "Theree Coefficient for Analyzing the Reliability, and Validity of Ratings," *Educational and Psychological Measurement*, Nomor 45, (1985), 131-142.

⁴⁷ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2017), 87.

tersebut merepresentasikan populasi. Prinsip dasar pengujian normalitas adalah membandingkan distribusi data yang diamati dengan distribusi normal yang diharapkan. Ada berbagai metode untuk melakukan pengujian normalitas, salah satunya adalah pengujian *Kolmogorov Smirnov*.

- 1) Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal,
- 2) Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi tidak normal.⁴⁸

b. Uji Linieritas

Pengujian linieritas diperlukan dalam semua pengujian hipotesis tentang hubungan yang bertujuan untuk menentukan apakah hubungan antara dua variabel bersifat linier. Hal ini dilakukan dengan membandingkan data empiris dengan data ideal. Tujuan pengujian linieritas adalah untuk menentukan apakah penyimpangan garis hubungan antar data berasal dari garis lurus atau mendekati garis lurus. Dengan menggunakan pengujian linieritas, kita dapat mengetahui apakah hubungan antara setiap variabel penelitian bersifat linier atau tidak.⁴⁹

- 1) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka regresi linier
- 2) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka garis regresi tidak linier

⁴⁸ Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial* (Jakarta: Grafindo Persada, 2017), 92-93.

⁴⁹ Ibid, 98-99.

c. Uji Multikolinearitas

Prasyarat untuk melakukan uji hipotesis kausalitas (regresi) adalah melakukan uji multikolinearitas terlebih dahulu. Dalam uji multikolinearitas, beberapa koefisien korelasi dihitung dan dibandingkan dengan koefisien korelasi antar variabel independen. Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menentukan estimasi kesalahan standar model dalam penelitian.⁵⁰

- 1) $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas
- 2) $VIF > 10$ maka terjadi multikolinearitas

d. Uji Heterokedastisitas

Ketidaksamaan varian variabel dalam suatu model disebut dengan heteroskedastisitas. Dampak dari heteroskedastisitas pada model regresi Karim dan Hadi adalah estimator yang dihasilkan tidak efisien, baik pada sampel kecil maupun sampel besar.⁵¹

- 1) Jika nilai signifikan (*p-value*) semua independen $> 0,05$ maka tidak terjadi kasus heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikan (*p-value*) semua independen $< 0,05$ maka terjadi kasus heteroskedastisitas.

e. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi sendiri bertujuan untuk mengecek apakah ada keterkaitan dalam model regresi linear antara kesalahan prediksi pada periode t dengan kesalahan prediksi pada periode

⁵⁰ Ibid, 102.

⁵¹ Ibid, 102-103.

sebelumnya ($t-1$). Sebuah penelitian dianggap berkualitas apabila tidak ada korelasi pada model regresi.⁵²

Untuk mengambil keputusan pengujian, metode Durbin Watson dapat digunakan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) $dU < DW < 4-Du$ maka H_0 diterima (tidak terjadi autokorelasi)
- 2) $DW < dL$ atau $DW > 4-dL$ maka H_0 ditolak (terjadi autokorelasi)
- 3) $dL < DW < dU$ atau $4-Du < DW < 4-dL$ maka tidak ada minat yang pasti.

2. Uji Hipotesis dan Analisis Berganda

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini memanfaatkan beberapa teknik regresi linear guna menentukan keterkaitan linear antara dua atau lebih variabel bebas ($X_1, X_2, \dots, X_n$) dan variabel terikat (Y). Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, apakah setiap variabel bebas memiliki keterkaitan positif atau negatif, serta untuk memperkirakan nilai variabel terikat ketika nilai variabel bebas mengalami peningkatan atau penurunan. Data yang diambil umumnya berupa interval waktu atau rasio.⁵³

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengidentifikasi apakah variabel independen secara parsial berdampak signifikan pada variabel dependen. Terdapat beberapa ketentuan yang harus diperhatikan saat

⁵² Imam Gozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, 122

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 284.

melakukan analisis hasil uji t, yakni:

- 1) Apabila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima
- 2) Apabila nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak

c. Uji F (Uji Simultan)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).⁵⁴

d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengindikasikan sejauh mana kemampuan menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki rentang nilai antara 0 hingga 1. Jika nilai R^2 kecil, maka variabel independen dapat memberikan informasi hampir seluruhnya untuk merekam variabel terikat.⁵⁵

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 200.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Indonesia

Bank Muamalat Indonesia ialah bank umum pertama di Indonesia yang mengimplementasikan prinsip Syariah Islam dalam operasionalnya. Bank ini didirikan pada 1 November 1991 atas prakarsa dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah Indonesia serta didukung oleh para cendekiawan, pengusaha muslim, dan masyarakat luas pada tahun 1992. Pada tahun 1994, telah menjadi bank devisa. Produk pendanaan yang ada menggunakan prinsip Wadiah (titipan) dan Mudharabah (bagi-hasil). Sedangkan penanaman dananya menggunakan prinsip jual beli, bagi-hasil, dan sewa.

Bank Islam yang terbentuk disepakati bernama Bank Muamalat Indonesia (BMI). "Muamalat" dalam istilah fiqh berarti hukum yang mengatur hubungan antarmanusia. Nama alternatif lain yang muncul pada masa pembentukan itu adalah Bank Syariat Islam. Namun mengingat pengalaman pemakaian kata 'syariat islam' pada Piagam Jakarta, akhirnya nama itu tidak dipilih. Nama lain yang diusulkan adalah Bank Muamalat Islam Indonesia. Presiden Soeharto kemudian menyetujui nama terakhir dengan menghilangkan kata "Islam".

Bank Muamalat telah hadir sejak 27 Syawal 1412 Hijriah untuk memberikan layanan perbankan syariah kepada masyarakat. Selain

bertekad menjadi bank syariah pertama, Bank Muamalat juga ingin memperoleh keuntungan dari jaringan online real-time terbesar di Indonesia. Saat ini, Bank Muamalat telah membuka 312 kantor cabang di 34 provinsi dan memiliki lebih dari 3.800 e-mail/SOPP di seluruh Indonesia. Bank ini juga menjadi satu-satunya bank syariah yang membuka cabang di luar negeri, yakni di Kuala Lumpur, Malaysia.⁵⁶ Pada tanggal 29 Desember 2009, Bank Indonesia menyetujui pendirian Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Ponorogo setelah melalui proses pengajuan yang tidak mudah.

2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia

a) Visi

“Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional”⁵⁷

b) Misi

Mengembangkan lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkelanjutan dengan menekankan semangat kewirausahaan yang didasarkan pada prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang berlandaskan Islam dan profesionalisme, serta mengadopsi orientasi investasi yang inovatif, untuk mencapai nilai optimal bagi semua pihak yang terlibat.⁵⁸

⁵⁶ https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Muamalat_Indonesia, (diakses pada tanggal 17 Maret 2023, jam 09.47).

⁵⁷ <https://www.bankmuamalat.co.id/> (diakses pada tanggal 17 Maret 2023).

⁵⁸ Ibid.

3. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo

Adapun struktur organisai pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo, sebagai berikut:⁵⁹

Tabel 4.1
Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Ponorogo

No.	Nama	Jabatan
1.	Pandu Bagaskara	<i>Branch Operation Manager</i>
2.	Anang Priambowo	<i>Operational Survivor</i>
3.	Chrisna Faradilla	<i>RM Funding & Retail Marketing</i>
4.	Millenia Ayu Nuraini	<i>Customer Service</i>
5.	Erly Nuryana	<i>Teller</i>
6.	Sukis Riyanto	<i>Security (NonBanking Staff)</i>
7.	Mahendra	<i>OB(NonBanking Staff)</i>
8.	Azrul Nafis	<i>Driver (NonBanking Staff)</i>

Sumber: Pandu Bagaskara, 2023

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

a. Validitas Isi

Pengujian validitas isi penelitian dilaksanakan dengan melakukan uji validasi ahli yaitu oleh dua penguji ahli dosen. Adapun hasil dari pengujian validasi kuesioner dihitung menggunakan rumus Aiken V adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Hasil Pengujian Validitas Isi Kuesioner

Butir	Penilai		S1	S2	Σs	$n(c-1)$	V	Keterangan
	I	II						
1	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
2	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid

⁵⁹ Pandu Bagaskara, Wawancara, 30 Januari 2023.

3	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
4	5	4	4	3	7	8	0.875	Sangat Valid
5	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
6	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
7	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
8	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
9	5	4	4	3	7	8	0.875	Sangat Valid
10	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
11	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
12	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
13	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
14	5	4	4	3	7	8	0.875	Sangat Valid
15	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
16	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
17	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
18	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
19	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
20	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
21	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
22	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
23	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
24	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
25	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
26	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
27	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
28	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
29	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
30	5	4	4	3	7	8	0.875	Sangat Valid
31	5	4	4	3	7	8	0.875	Sangat Valid
32	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
33	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
34	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
35	3	5	2	4	6	8	0.75	Valid
36	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
37	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
38	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
39	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
40	5	5	4	4	8	8	1	Sangat Valid
Rata-rata							0,9781	Sangat Valid

Sumber: Data diolah dengan Microsoft Excel, 2023

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas diketahui bahwa hasil rekapitulasi penilaian dari validator pada kuesioner fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah yang terdiri dari 40 butir pernyataan memiliki indeks Aiken V dengan rata-rata 0,9781. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang diisi oleh 100 memiliki kevalidan tinggi karena nilai indeks $> 0,80$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut valid dengan tingkat validitas yang sangat tinggi.

b. Validitas Instrumen

Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah instrument yang dibuat telah valid. Satu butir pernyataan dianggap valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sedangkan pernyataan dinyatakan tidak valid dan harus di buang apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$.⁶⁰ Untuk keperluan uji validitas instrument ini peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden sehingga $r_{tabel} = 0,195$ dihitung dengan rumus $n=100$. Pada penelitian ini berlaku jika $r_{hitung} > r_{tabel}(0,195)$ maka item pernyataan valid. Dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}(0,195)$, maka item pernyataan tidak valid. Berikut ini hasil validitas instrumen menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic 22* yaitu variabel fasilitas, kinerja *customer service*, dan kualitas produk:

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung, Alfabeta, 2013), 122.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X₁)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X _{1.1}	0,593	0,195	Valid
X _{1.2}	0,726	0,195	Valid
X _{1.3}	0,710	0,195	Valid
X _{1.4}	0,694	0,195	Valid
X _{1.5}	0,673	0,195	Valid
X _{1.6}	0,650	0,195	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.3 terdapat 6 item pernyataan mengenai variabel fasilitas. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu sebesar 0,195. Sehingga semua pernyataan pada variabel fasilitas valid digunakan sebagai instrument pengukuran pada penelitian ini.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Customer Service (X₂)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X _{2.1}	0,523	0,195	Valid
X _{2.2}	0,704	0,195	Valid
X _{2.3}	0,713	0,195	Valid
X _{2.4}	0,655	0,195	Valid
X _{2.5}	0,725	0,195	Valid
X _{2.6}	0,618	0,195	Valid
X _{2.7}	0,599	0,195	Valid
X _{2.8}	0,682	0,195	Valid
X _{2.9}	0,722	0,195	Valid
X _{2.10}	0,744	0,195	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.4 terdapat 10 item pernyataan mengenai variabel kinerja *customer service*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu sebesar 0,195. Sehingga semua pernyataan pada

variabel kinerja *customer service* valid digunakan sebagai instrumen pengukuran pada penelitian ini.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X₃)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X _{3.1}	0,433	0,195	Valid
X _{3.2}	0,552	0,195	Valid
X _{3.3}	0,585	0,195	Valid
X _{3.4}	0,578	0,195	Valid
X _{3.5}	0,543	0,195	Valid
X _{3.6}	0,528	0,195	Valid
X _{3.7}	0,550	0,195	Valid
X _{3.8}	0,548	0,195	Valid
X _{3.9}	0,509	0,195	Valid
X _{3.10}	0,510	0,195	Valid
X _{3.11}	0,622	0,195	Valid
X _{3.12}	0,737	0,195	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.5 terdapat 12 item pernyataan mengenai variabel kualitas produk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu sebesar 0,195. Sehingga semua pernyataan pada variabel kualitas produk valid digunakan sebagai instrumen pengukuran pada penelitian ini.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,635	0,195	Valid
Y.2	0,585	0,195	Valid
Y.3	0,558	0,195	Valid
Y.4	0,597	0,195	Valid
Y.5	0,587	0,195	Valid
Y.6	0,599	0,195	Valid
Y.7	0,525	0,195	Valid
Y.8	0,504	0,195	Valid
Y.9	0,373	0,195	Valid
Y.10	0,542	0,195	Valid

Y.11	0,079	0,195	Tidak Valid
Y.12	0,150	0,195	Tidak Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.6 terdapat 12 item pernyataan mengenai variabel kepuasan nasabah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hanya terdapat 10 item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu sebesar 0,195 dan 2 item pernyataan yang memiliki nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ 0,195 sehingga hasil ini menunjukkan pula bahwa pada pengujian reliabilitas, hanya terdapat 10 item pernyataan yang diuji.

2. Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dijalankan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Sebuah variabel atau instrumen dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$ sedangkan dianggap tidak reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$.⁶¹ Hasil uji reliabilitas pada variabel fasilitas, kinerja *customer service*, kualitas produk dan kepuasan nasabah ditunjukkan pada Tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas	Keterangan
Fasilitas (X_1)	0,757	0,6	Reliabel
Kinerja <i>Customer Service</i> (X_2)	0,860	0,6	Reliabel
Kualitas Produk (X_3)	0,796	0,6	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,773	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

⁶¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 239.

Berdasarkan Tabel 4.7 hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Fasilitas (X_1) , Kinerja *Customer Service* (X_2), Kualitas Produk (X_3) dan Kepuasan Nasabah (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga item pernyataan pada setiap variabel diberi keputusan reliabel. Sehingga instrumen yang dimiliki dapat digunakan sebagai instrumen dalam mengumpulkan data penelitian.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

1. Hasil Pengujian Deskriptif Responden

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian pada nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo. Adapun data penelitian diperoleh melalui kuesioner yang telah dibagikan ke 100 responden dari 6.541 nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo, sebagai berikut:

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin Responden	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	23	23%
Perempuan	77	77%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden Bank Muamalat KCP Ponorogo adalah perempuan sebanyak 77 orang atau 77%, sedangkan sisanya adalah laki-laki sebanyak 23 orang atau 23%.

b. Responden Berdasarkan Usia

Data mengenai umur responden pada penelitian ini, peneliti mengelompokkan menjadi 3 kategori yaitu 18-25 tahun, 26-35 tahun, dan 36-55 tahun.

Tabel 4.9
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	18-25 tahun	67	67%
2.	26-35 tahun	15	15%
3.	36-55 tahun	18	18%
4.	Total	100	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa responden yang berusia 18-25 tahun berjumlah 67 responden dengan presentase 67%, umur 26-35 tahun berjumlah 15 responden dengan presentase 15%, dan yang berumur 36-55 tahun berjumlah 18 responden dengan presentase 18%.

c. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data mengenai tingkat pekerjaan responden pada Bank Muamalat KCP Ponorogo yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa//Pelajar	30	30%
Wiraswasta/Pengusaha	46	46%
PNS/Pegawai	4	4%
Lainnya	20	20%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas dapat diketahui pekerjaan nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo yang dimiliki responden mayoritas memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar yang berjumlah 30 responden dengan presentase 30%, wiraswasta/pengusaha 46 responden dengan presentase 46%, PNS/pegawai berjumlah 4 responden dengan presentase 4% dan pekerjaan lainnya berjumlah 20 responden dengan presentase 20%.

2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel dalam penelitian terdiri dari variabel independen yaitu fasilitas (X_1), kinerja *customer service* (X_2), kualitas produk (X_3) dan variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y). Hasil uji statistik deskriptif penelitian dapat dilihat berdasarkan presentase dan rata-rata skor pada tabel 4.11 sebagai berikut:

a. Deskripsi Variabel Fasilitas (X_1)

Tabel 4.11
Skor Kuesioner Variabel Fasilitas (X_1)

Item	SS (5)	%	S (4)	%	RG (3)	%	TS (2)	%	STS (1)	%
X _{1.1}	14	14%	77	77%	8	8%	1	1%	0	0
X _{1.2}	17	17%	65	65%	15	15%	3	3%	0	0
X _{1.3}	21	21%	62	62%	16	16%	1	1%	0	0
X _{1.4}	14	14%	75	75%	11	11%	0	0	0	0
X _{1.5}	27	27%	68	68%	5	5%	0	0	0	0
X _{1.6}	29	29%	67	67%	4	4%	0	0	0	0

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Dari tabel diatas diperoleh hasil bahwa responden menjawab pernyataan tentang variabel fasilitas dengan skor nilai 5 (sangat setuju)

dengan skor 29% pada item X_{1.6}, 4 (setuju) dengan skor 77% pada item X_{1.1}, 3 (ragu-ragu) dengan skor 16% pada item X_{1.3} dan beberapa menjawab 2 (tidak setuju) dengan skor 3% pada item X_{1.2}. Berarti mayoritas responden memiliki kriteria yang baik terbukti dari hasil skor 77% pada item X_{1.1}.

b. Deskripsi Variabel Kinerja Customer Service (X₂)

Tabel 4.12
Skor Kuesioner Variabel Kinerja Customer Service (X₂)

Item	SS (5)	%	S (4)	%	RG (3)	%	TS (2)	%	STS (1)	%
X _{2.1}	25	25%	61	61%	13	13%	1	1%	0	0
X _{2.2}	22	22%	70	70%	8	8%	0	0	0	0
X _{2.3}	24	24%	66	66%	9	9%	1	1%	0	0
X _{2.4}	20	20%	67	67%	13	13%	0	0	0	0
X _{2.5}	23	23%	59	59%	17	17%	1	1%	0	0
X _{2.6}	17	17%	58	58%	25	25%	0	0	0	0
X _{2.7}	35	35%	60	60%	5	5%	0	0	0	0
X _{2.8}	22	22%	65	65%	13	13%	0	0	0	0
X _{2.9}	24	24%	69	69%	7	7%	0	0	0	0
X _{2.10}	19	19%	71	71%	8	8%	2	2%	0	0

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Dari tabel diatas diperoleh hasil bahwa responden menjawab pernyataan tentang variabel kinerja *customer service* dengan skor nilai 5 (sangat setuju) yaitu 35% pada item X_{2.7}, 4 (setuju) yaitu 71% pada item X_{2.10}, 3 (ragu-ragu) yaitu 25% pada item X_{2.6} dan beberapa menjawab 2 (tidak setuju) yaitu 2% pada item X_{2.10}. Berarti mayoritas responden memiliki kriteria yang baik terbukti dari hasil skor 71% pada item X_{2.10}.

c. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_3)

Tabel 4.13
Skor Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X_3)

Item	SS (5)	%	S (4)	%	RG (3)	%	TS (2)	%	STS (1)	%
X _{3.1}	15	15%	75	75%	10	10%	0	0	0	0
X _{3.2}	8	8%	65	65%	27	27%	0	0	0	0
X _{3.3}	6	6%	75	75%	19	19%	0	0	0	0
X _{3.4}	12	12%	81	81%	7	7%	0	0	0	0
X _{3.5}	16	16%	76	76%	6	6%	2	2%	0	0
X _{3.6}	14	14%	69	69%	15	15%	2	2%	0	0
X _{3.7}	13	13%	73	73%	14	14%	0	0	0	0
X _{3.8}	9	9%	78	78%	13	13%	0	0	0	0
X _{3.9}	17	17%	76	76%	7	7%	0	0	0	0
X _{3.10}	33	33%	61	61%	6	6%	0	0	0	0
X _{3.11}	18	18%	70	70%	12	12%	0	0	0	0
X _{3.12}	17	17%	72	72%	11	11%	0	0	0	0

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Dari tabel diatas diperoleh hasil bahwa responden menjawab pernyataan tentang variabel kualitas produk dengan skor nilai 5 (sangat setuju) yaitu 33% pada item X_{3.10}, 4 (setuju) yaitu 81% pada item X_{3.4}, 3 (ragu-ragu) yaitu 27% pada item X_{3.3} dan beberapa menjawab 2 (tidak setuju) yaitu 2% pada item X_{3.5} dan X_{3.6}. Berarti mayoritas responden memiliki kriteria yang baik terbukti dari hasil skor 81% pada item X_{3.4}.

d. Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Tabel 4.14
Skor Kuesioner Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Item	SS (5)	%	S (4)	%	RG (3)	%	TS (2)	%	STS (1)	%
Y.1	18	18%	64	64%	17	17%	1	1%	0	0
Y.2	15	15%	76	76%	9	9%	0	0	0	0
Y.3	13	13%	67	67%	20	20%	0	0	0	0

Y.4	12	12%	72	72%	14	14%	2	2%	0	0
Y.5	15	15%	66	66%	18	18%	1	1%	0	0
Y.6	21	21%	70	70%	8	8%	1	1%	0	0
Y.7	15	15%	59	59%	26	26%	0	0	0	0
Y.8	10	10%	60	60%	30	30%	0	0	0	0
Y.9	8	8%	58	58%	34	34%	0	0	0	0
Y.10	15	15%	54	54%	31	31%	0	0	0	0
Y.11	28	28%	58	58%	14	14%	0	0	0	0
Y.12	31	31%	57	57%	12	12%	0	0	0	0

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Dari tabel diatas diperoleh hasil bahwa responden menjawab pernyataan tentang variabel kepuasan nasabah dengan skor nilai 5 (sangat setuju) yaitu 31% pada item Y.12, 4 (setuju) yaitu 72% pada item Y.4, 3 (ragu-ragu) yaitu 34% pada item Y.9 dan beberapa menjawab 2 (tidak setuju) yaitu 2% pada item Y.4. Berarti mayoritas responden memiliki kriteria yang baik terbukti dari hasil skor 72% pada item Y.4.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Maksud dari pengujian normalitas yaitu untuk mengecek apakah sampel yang diambil merepresentasikan distribusi populasi atau tidak. Apabila distribusi sampling normal, maka dapat disimpulkan bahwa sampel tersebut merepresentasikan populasi. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika nilai sig > 0,05 maka dikatakan data berdistribusi normal, namun jika nilai sig < 0,05

maka dikatakan data tidak berdistribusi normal..⁶² Hasil perhitungan dengan SPSS ditunjukkan pada Tabel 4.15 berikut.

Tabel 4.15
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.63350329
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.063
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.15 diketahui bahwa nilai sig dari *Unstandardized residual* adalah 0,200. Nilai $\text{sig}=0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Pengujian linearitas dipakai untuk mengecek apakah hubungan antara setiap variabel penelitian bersifat linear atau tidak. Apabila nilai sig (*deviation from linearity*) $> 0,05$, maka model regresi yang digunakan adalah linier. Namun, jika nilai sig (*deviation from*

⁶² Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial* (Jakarta: Grafindo Persada, 2017), 92-93.

linearity) < 0,05, maka model regresi yang digunakan bukanlah linier.⁶³

Tabel 4.16
Hasil Uji Linieritas X_1 dan Y

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Between (Combined)	395.518	11	35.956	4.181	.000
Nasabah Groups Linearity	268.005	1	268.005	31.162	.000
* Fasilitas Deviation from Linearity	127.513	10	12.751	1.483	.159
Within Groups	756.842	88	8.600		
Total	1152.360	99			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.16 diketahui bahwa nilai sig (*deviation from linearity*)=0,159>0,05 sehingga model regresi dari variabel fasilitas terhadap kepuasan nasabah adalah model regresi linier.

Tabel 4.17
Hasil Uji Linieritas X_2 dan Y

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Between (Combined)	578.177	19	30.430	4.240	.000
Nasabah Groups Linearity	330.722	1	330.722	46.079	.000
* Kinerja Customer Service Deviation from Linearity	247.455	18	13.747	1.915	.026
Within Groups	574.183	80	7.177		
Total	1152.360	99			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

⁶³ Ibid, 98-99.

Berdasarkan Tabel 4.17 diketahui bahwa nilai sig (*deviation from linearity*)=0,026<0,05 sehingga model regresi dari variabel kinerja *customer service* terhadap kepuasan nasabah adalah model regresi tidak linier.

Tabel 4.18
Hasil Uji Linieritas X_3 dan Y

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Nasabah * Kualitas Produk	Between Groups	(Combined) Linearity	460.996	15	30.733	3.734	.000
		Deviation from Linearity	268.202	1	268.202	32.586	.000
			192.794	14	13.771	1.673	.077
	Within Groups		691.364	84	8.231		
	Total		1152.360	99			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.18 diketahui bahwa nilai sig (*deviation from linearity*)=0,077>0,05 sehingga model regresi dari variabel kualitas produk terhadap kepuasan nasabah adalah model regresi linier.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah korelasi (hubungan) antar variabel independen. Model uji regresi sebaiknya tidak terjadi multikolinieritas. Multikolinieritas juga dapat dilihat dari:

- 1) Nilai *tolerance* $\leq 0,10$ maka terjadi multikolinieritas dan apabila nilai *tolerance* $\geq 0,10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

- 2) Jika nilai VIF (*Variance Inflation Factory*) ≤ 10 maka tidak terjadi multikolinieritas dan apabila nilai VIF ≥ 10 maka terjadi multikolinieritas.⁶⁴

Tabel 4.19
Hasil Uji Multikolinieritas

Model/Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Fasilitas (X_1)	0,668	1,497	Tidak terjadi multikolinieritas
Kinerja <i>Customer Service</i> (X_2)	0,659	1,517	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Produk (X_3)	0,815	1,227	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.19 hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,668 > 0,10$ dengan nilai VIF sebesar $1,497 < 10$, variabel kinerja *customer service* memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,659 > 0,10$ dengan nilai VIF sebesar $1,517 < 10$ dan untuk variabel kualitas produk memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,815 > 0,10$ dengan nilai VIF sebesar $1,227 < 10$. Sehingga disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas, maka asumsi non multikolinieritas terpenuhi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas yaitu jika nilai signifikansi (p -

⁶⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 104.

$value) > 0,05$ maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dan jika nilai ($p-value$) $< 0,05$ maka disimpulkan terjadi heteroskedastisitas.⁶⁵

Tabel 4.20
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Glejser
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2,834	2,534		-1,118	0,266
Fasilitas	0,113	0,091	0,152	1,244	0,217
Kinerja Customer Service	0,019	0,051	0,045	0,370	0,712
Kualitas Produk	0,028	0,052	0,060	0,540	0,590

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.20 dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi (sig) dari variabel fasilitas adalah $0,217 > 0,05$, pada variabel kinerja *customer service* adalah $0,712 > 0,05$ dan pada variabel kualitas produk memiliki nilai $0,590 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat diberi keputusan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, maka asumsi non heteroskedastisitas terpenuhi.

e. Uji Autokorelasi

Bertujuan untuk menentukan apakah ada korelasi antara sisa-sisa pada periode t dengan sisa-sisa pada periode $t-1$ (waktu sebelumnya). Jika nilai $dU < dw < 4-dU$ maka tidak terjadi kasus autokorelasi pada model regresi.

⁶⁵ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus*, 121.

Tabel 4.21
Hasil Uji Autokolerasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,636 ^a	0,404	0,386	2,674	1,915

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Berdasarkan hasil Tabel 4.21 diketahui besarnya nilai $dw = 1,915$. Untuk $n = 100$ dan $k = 3$ (fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk) nilai $du = 1,736$ dan $dl = 1,613$ sehingga $4-du=4-1,736=2,264$. Karena $1,736 < 1,915 < 2,264 = du < dw < (4-du)$ maka tidak terjadi kasus autokolerasi. Asumsi non autokorelasi terpenuhi.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, digunakan teknik regresi linier berganda untuk mengkaji korelasi linear tiga variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) dengan variabel terikat (Y). Tujuan dari analisis ini adalah untuk menetapkan apakah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat positif atau negatif dan untuk memperkirakan nilai variabel bebas ketika terjadi perubahan nilai variabel terikat.⁶⁶

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 284.

Tabel 4.22
Hasil Regresi Linier Berganda X_1 X_2 dan X_3 Terhadap Y
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,239	4,177		3,648	0,000
	Fasilitas	0,316	0,150	0,204	2,114	0,037
	Kinerja Customer Service	0,270	0,084	0,313	3,230	0,002
	Kualitas Produk	0,280	0,085	0,286	3,279	0,001

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.22 maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 15,239 + 0,316X_1 + 0,270X_2 + 0,280X_3 + e$$

Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) bernilai positif sebesar 15,239 menunjukkan bahwa apabila variabel *independen* yaitu fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk nol atau tidak ada maka kepuasan nasabah sebesar 15,239 satuan.

Koefisien (b_1) Untuk Variabel X_1 (Fasilitas)

Koefisien regresi pada variabel fasilitas (b_1) sebesar 0,316 dapat diartikan bahwa variabel fasilitas mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan nasabah. Jika variabel fasilitas ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel fasilitas dianggap tetap, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,316.

Koefisien (b_2) Untuk Variabel X_2 (Kinerja *Customer Service*)

Koefisien regresi pada variabel kinerja *customer service* (b_2) sebesar 0,270 dapat diartikan bahwa variabel kinerja *customer service* mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan nasabah. Jika variabel kinerja *customer service* ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel kinerja *customer service* dianggap tetap, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,270.

Koefisien (b_3) Untuk Variabel X_3 (Kualitas Produk)

Koefisien regresi pada variabel kualitas produk (b_3) sebesar 0,280 dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan nasabah. Jika variabel kualitas produk ditingkatkan satu satuan dengan catatan variabel kualitas produk dianggap tetap, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,280.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.⁶⁷ Adapun dasar pengambilan keputusan dapat dinyatakan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- 2) Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

⁶⁷ Tono Wijaya, *Analisis data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2009), 99.

Tabel 4.23
Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig	Keterangan
Fasilitas (X ₁)	2,114	1,985	0,037	Berpengaruh
Kinerja <i>Customer Service</i> (X ₂)	3,230	1,985	0,002	Berpengaruh
Kualitas Produk (X ₃)	3,279	1,985	0,001	Berpengaruh

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Hipotesis yang digunakan untuk pada uji t untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah secara parsial adalah sebagai berikut

H₀₁ : Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank

Muamalat KCP Ponorogo **secara parsial**

H_{a1} : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank

Muamalat KCP Ponorogo **secara parsial**

Berdasarkan pada Tabel 4.23 diketahui bahwa nilai sig dari uji t pada variabel fasilitas (X₁) terhadap kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar $0,037 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,114 > t_{tabel} 1,985$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H₀₁ ditolak dan H_{a1} diterima yang artinya variabel fasilitas (X₁) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) secara parsial.

Sedangkan hipotesis yang digunakan untuk pada uji t untuk mengetahui pengaruh kinerja *customer service* terhadap kepuasan nasabah secara parsial adalah sebagai berikut:

H₀₂ : Kinerja *customer service* tidak berpengaruh terhadap kepuasan

nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo **secara parsial**

H_{a2} : Kinerja *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo **secara parsial**

Berdasarkan pada Tabel 4.23 diketahui bahwa nilai sig dari uji t pada variabel kinerja *customer service* (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,230 > t_{tabel} 1,985$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima yang artinya variabel kinerja *customer service* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) secara parsial.

Sedangkan hipotesis yang digunakan untuk pada uji t untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah secara parsial adalah sebagai berikut:

H_{03} : Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo **secara parsial**

H_{a3} : Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo **secara parsial**

Berdasarkan pada Tabel 4.23 diketahui bahwa nilai sig dari uji t pada variabel kualitas produk (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,279 > t_{tabel} 1,985$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima yang artinya variabel kualitas produk (X_3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) secara parsial.

b. Uji F (Simultan)

Uji F merupakan tes signifikansi yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar dampak yang dihasilkan oleh variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y).⁶⁸ Adapun pengambilan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- 2) Jika nilai sig < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Hipotesis yang digunakan untuk pada uji F ini adalah sebagai berikut:

H_{04} : Fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo **secara simultan**

H_{a4} : Fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo **secara simultan**

Tabel 4.24
Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	465,761	3	155,254	21,708	0,000 ^b
	Residual	686,599	96	7,152		
	Total	1152,360	99			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 284.

Berdasarkan pada Tabel 4.24 hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai sig untuk variabel fasilitas (X_1), kinerja *customer service* (X_2) dan kualitas produk (X_3) secara simultan/ bersama-sama terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai $F_{hitung} 21,708 > F_{tabel} 2,699$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk terhadap variabel kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo.

c. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi R^2 berguna untuk mengetahui persentase perubahan pada variabel terikat/dependen (Y) yang dihasilkan oleh variabel bebas/independen (X).

Tabel 4.25
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,636 ^a	0,404	0,386	2,674

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2023

Berdasarkan Tabel 4.25 diketahui nilai *R square* yang diperoleh sebesar 0,404 memiliki arti bahwa variabel fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah sebesar 40,4% sedangkan sisanya sebesar 59,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

E. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan terdapat pengaruh positif secara parsial maupun simultan antara variabel fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Berikut ini penjelasan atas jawaban dari hipotesis penelitian.

1. Pengaruh Fasilitas (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian uji t pada tabel 4.23 menunjukkan variabel fasilitas diketahui bahwa hasil nilai t_{hitung} 2,114 > t_{tabel} 1,985 dimana nilai sig sebesar $0,037 < 0,05$ maka hipotesis yang digunakan yaitu H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Disimpulkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo secara parsial.

Hasil uji diatas didukung oleh hasil data dari jawaban kuesioner dari variabel fasilitas yaitu meliputi indikator pertimbangan atau perencanaan special, perencanaan ruangan dan perlengkapan atau peralatan. Dan selain itu hasil uji diatas sesuai dengan hasil penelitian oleh Atiek Mar'atus Sholichah dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi".

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Fandy Tjiptono bahwa fasilitas disediakan untuk memberikan kepuasan maksimal pada nasabah. Bank Muamalat KCP Ponorogo telah berusaha memberikan fasilitas yang mencukupi untuk memenuhi kebutuhan nasabah sehingga nasabah merasa

nyaman dan puas dengan fasilitas yang disediakan.

2. Pengaruh Kinerja *Customer Service* (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian uji t pada tabel 4.23 menunjukkan variabel kinerja *customer service* diketahui bahwa nilai $t_{hitung} 3,230 > t_{tabel} 1,985$ dimana nilai sig sebesar $0,002 < 0,05$ maka hipotesis yang digunakan yaitu H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Disimpulkan bahwa variabel kinerja *customer service* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo secara parsial.

Hasil uji diatas didukung oleh hasil data dari jawaban kuesioner dari variabel kinerja *customer service* yaitu meliputi indikator kehandalan (*reliability*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*Responsiveness*), bukti langsung (*tangible*) dan jaminan (*assurance*). Dan selain itu hasil uji diatas sesuai dengan hasil penelitian oleh Rahayu Aprilia Adhiningsih dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu”.

Kinerja *customer service* merupakan bentuk aktivitas yang dilakukan oleh seorang *customer service* untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Jika jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka kinerja *customer service* bisa dikatakan baik dan sebaliknya apabila jasa yang diterima kurang dari yang diharapkan maka kinerja *customer service* bisa dikatakan buruk. Kinerja yang diberikan oleh *customer service* di

Bank Muamalat KCP Ponorogo kepada nasabah bisa dikatakan cukup baik karena mereka memberikan pelayanan/kinerja yang terbaik sehingga membuat nasabah cukup puas.

3. Pengaruh Kualitas Produk (X_3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil pengujian uji t pada tabel 4.23 menunjukkan variabel kualitas produk diketahui bahwa nilai t_{hitung} 3,279 > t_{tabel} 1,985 dan dimana nilai sig sebesar $0,001 < 0,05$ maka hipotesis yang digunakan yaitu H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima. Disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo secara parsial.

Hasil uji diatas didukung oleh hasil data dari jawaban kuesioner dari variabel kualitas produk yaitu meliputi indikator kinerja, keistimewaan produk, kehandalan, kesesuaian, ketahanan dan estetika. Dan selain itu hasil uji diatas sesuai dengan hasil penelitian oleh Intan Nur Cahyanti dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Madiun”.

Penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi atau lebih baik kualitas suatu produk dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, maka kepuasan pelanggan juga meningkat. Sebaliknya, jika produk tersebut memiliki kualitas rendah atau buruk dan tidak memenuhi kebutuhan pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan menurun.

4. Pengaruh fasilitas (X_1), kinerja *customer service* (X_2) dan kualitas produk (X_3) secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan tabel 4.24 hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} 21,708 > F_{tabel} 2,699 dimana nilai sig sebesar $0,000 < 0,5$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima yang artinya variabel fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara simultan. Kemudian berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,404 atau 40,4% dan sisanya sebesar 59,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hasil uji diatas didukung oleh hasil data dari jawaban kuesioner dari variabel kepuasan nasabah yaitu meliputi indikator kepuasan pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, niat beli ulang, kesediaan merekomendasikan dan ketidakpuasan nasabah. Dan selain itu hasil uji diatas sesuai dengan hasil penelitian oleh Rahayu Aprilia Adhiningsih dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu”.

Oleh karena itu, semakin kaya atau optimal pemberian fasilitas yang diberikan Bank Muamalat KCP Ponorogo terhadap nasabah akan meningkatkan kepuasan nasabah. Jika kinerja *customer service* yang diberikan optimal, maka akan tercipta kepuasan nasabah, demikian juga

dengan kualitas produk, jika bank menyajikan kualitas produk yang prima dan dapat memenuhi kebutuhan nasabah maka kepuasan nasabah juga akan meningkat.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Fasilitas, Kinerja *Customer Service* dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo”. Setelah dilakukan pengumpulan data, analisis data dan sebagainya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Fasilitas secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo yakni diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,114 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,037 < 0,05$, hasil uji didukung oleh hasil data dari jawaban kuesioner dari variabel fasilitas yaitu meliputi indikator pertimbangan atau perencanaan special, perencanaan ruangan dan perlengkapan atau peralatan. Dan selain itu hasil uji diatas sesuai dengan hasil penelitian Atiek Mar'atus Sholichah dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi.
2. Kinerja *customer service* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo yakni diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,230 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$, hasil uji didukung oleh hasil data dari jawaban kuesioner dari variabel kinerja *customer service* yaitu meliputi indikator kehandalan (*reliability*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*Responsiveness*), bukti langsung (*tangible*) dan jaminan (*assurance*). Dan selain itu hasil uji diatas

sesuai dengan hasil penelitian Rahayu Aprilia Adhiningsih dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu.

3. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo yakni diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,279 > 1,985$ dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$, hasil uji didukung oleh hasil data dari jawaban kuesioner dari variabel kualitas produk yaitu meliputi indikator kinerja, keistimewaan produk, kehandalan, kesesuaian, ketahanan dan estetika. Dan selain itu hasil uji diatas sesuai dengan hasil penelitian Intan Nur Cahyanti dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Madiun.
4. Berdasarkan secara simultan variabel fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo yakni nilai $F_{hitung} 21,708 > F_{tabel} 2,699$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,404 menunjukkan besarnya kontribusi fasilitas, kinerja *customer service* dan kualitas produk mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah sebesar 40,4%. Hasil uji didukung oleh hasil data dari jawaban kuesioner dari variabel kepuasan nasabah yaitu meliputi indikator kepuasan pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, niat beli ulang, kesediaan merekomendasikan dan ketidakpuasan nasabah. Dan selain itu hasil uji diatas sesuai dengan hasil

penelitian Rahayu Aprilia Adhiningsih dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bank Muamalat KCP Ponorogo diharapkan untuk selalu meningkatkan fasilitas yang ada, karena semakin baik fasilitas yang disediakan maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah yang diberikan. Dengan menambah atau memperbaiki kembali fasilitas yang ada supaya nasabah tetap loyal dan tidak berpaling terhadap bank lainnya.
2. Meningkatkan kembali kinerja *customer service* yang diberikan, karena semakin baik kinerja *customer service* yang diberikan maka semakin tinggi kepuasan nasabah. Dengan memberikan perhatian yang optimal untuk pelayanan nasabah dengan memberikan kinerja/pelayanan yang tepat waktu, meningkatkan perhatian, kenyamanan dan kepedulian terhadap nasabah.
3. Bank Muamalat KCP Ponorogo disarankan untuk terus berupaya menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang akan mereka pasarkan kepada nasabah atau calon nasabah, seperti menciptakan produk baru, memberikan ciri khas pada produk, memperbarui produk yang telah ada agar produk memiliki banyak ragam yang dengan mudah dipilih oleh nasabah, strategi dan cara tersebut sangat penting untuk mendorong

meningkatnya citra dan komitmen nasabah untuk memilih produk yang ada di Bank Muamalat KCP Ponorogo di masa depan.

4. Bank Muamalat KCP Ponorogo disarankan untuk memberikan sarana fasilitas yang memadai, meningkatkan kinerja *customer service* agar lebih baik dan juga meningkatkan kualitas produk yang diberikan kepada nasabah agar dapat menciptakan kepuasan nasabah yang nantinya kepuasan nasabah terus meningkat sehingga nasabah menjadi loyal terhadap bank tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adam, Muhammad. *Manajemen jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Arif, M. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayu Media Publishing, 2006.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* . Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Gunawan, I. *Pengantar Statistika Inferensial* . Jakarta: Grafindo Persada, 2017.
- Hendryadi, Content Validity (Validitas Isi), *Teorionline Personal Paper*, 2014.
- Irawan, Handi. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002.
- Kasmadi. *Pedoman Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2006.
- Kotler, P. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Lupiyoadi, R. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Lupiyoadi, R. *Pemasaran Jasa*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2013.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* . Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Mangkunegara, A. P. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2011.
- Nurastuti, W. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Ridwan. *Pengantar Statistika* . Bandung: Alfabeta, 2013.
- Siregar, S. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* . Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2017.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Taniredja, T. *Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Startegis Mengupas Pemasaran startegik Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Komeptitif hingga E-Marketing*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.

Tjiptono. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2018.

Wibowo. *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Wijaya, Tono. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yojakarta, 2009

Website

https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Muamalat_Indonesia, (diakses pada tanggal 17 Maret 2023, jam 09.47).

<https://www.bankmuamalat.co.id/> (diakses pada tanggal 17 Maret 2023).

Jurnal

Fahmi, Annas Syams Rizal. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Yogyakarta." *El Barka: Journal of Islamic economic and Business*, 2019.

Febriana. "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor cabang Pembantu Tulungagung." *An-Nisbah* , 2016.

Herawati, N. "Strategi Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah dengan Optimalisasi Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain dan Fasilitas Teknologi Di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo." *Excellent*, 2019.

Istiqomah, Nurul Khoir dan Maulida Nurhidayati. "Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Konsumen pada Rumah Laundry di Desa Biting Badegan Ponorogo." *Jurnal Al-Intifaq*. Volume 2, Nomor 1. 2022.

Maharani, Shinta. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan di BMT Hasanah Ponorogo." *Al-Tijary*. Volume 3, Nomor 2. 2018.

Oetama, Saesawati. "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk." *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis* , 2017.

Srijani, N. "Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center." *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi* , 2017.

Wahab, W. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Di Kota Pekanbaru." *Kajian Ekonomi Islam*, 2017.

Widiyananda, F. "Model Analisis Kinerja Karyawan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Cabang Malang." *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2012.

Skripsi

Adhiningsih, Rahayu Aprilia "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Cabang Palu," *Skripsi* . Palu: IAIN Palu, 2019.

Cahyati, Intan Nur. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Madiun." *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021.

Nissa, Ardiyan Fakrun. "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BRI Syariah Cabang Ponorogo," *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019.

Sholichah, Atiek Mar'atus. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi," *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021.

Wawancara

Pandu Bagaskara, *Wawancara*, 30 Januari 2023.

Eko, *Wawancara*, 30 Januari 2023.

Siti Romlah, *Wawancara*, 30 Januari 2023.

Nuriana, *Wawancara*, 30 Januari 2023.