

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA, KUALITAS PRODUK,
DAN PENANGANAN KELUHAN NASABAH TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI BANK MUAMALAT KCP MADIUN**

SKRIPSI



Oleh:

Rinda Eka Puspitasari

NIM 402190088

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Rinda Eka Puspitasari

NIM : 402190088

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul

PENGARUH PELAYANAN PRIMA, KUALITAS PRODUK, DAN
PENANGANAN KELUHAN NASABAH TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DI BANK MUAMALAT KCP MADIUN

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

Ponorogo, 12 April 2023

Pembuat Pernyataan,



Rinda Eka Puspitasari

NIM 402190088



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 skripsi atas nama :

NO.	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1.	Rinda Eka Puspitasari	402190088	Perbankan Syariah	Pengaruh Pelayanan Prima, Kualitas Produk, dan Penanganan Keluhan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun

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

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Muhtadin Amri, M.S.Ak.
NIP. 198907102018011001

Ponorogo, 19 April 2023

Menyetujui,


Khoirun Nisak, M. SEI.
NIP. 199208222020122016

PONOROGO



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 Pelayanan Prima, Kualitas Produk, dan Penanganan
Keluhan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank
Muamalat KCP Madiun
Nama : Rinda Eka Puspitasari
NIM : 402190088
Jurusan : Perbankan Syariah

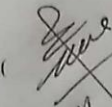
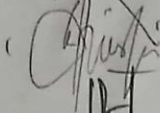
Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji :

Ketua Sidang :
Dr. Hj. Ely Masykuroh, M. SI.
NIP 197202111999032003

Penguji I :
Husna Ni'matul Ulya, M. E. Sy
NIP 19750716200501200

Penguji II :
Khoirun Nisak M.SEL.
NIP 199208222020122016

()
()
()

Ponorogo, 19 Mei 2023

Mengesahkan

Dekan FEBI IAIN Ponorogo


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

P O N O R O G O

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rinda Eka Puspitasari

NIM : 402190088

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

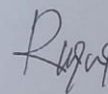
Judul Skripsi / Tesia : Pengaruh Pelayanan Prima, Kualitas Produk, dan Penanganan Keluhan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun

Menyatakan bahwa naskah skripsi 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 ini dibuat untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 29 Mei 2023

Pembuat Pernyataan



Rinda Eka Puspitasari

NIM 402190088

ABSTRAK

Puspitasari, Rinda Eka. Pengaruh Pelayanan Prima, Kualitas Produk. Dan Penanganan Keluhan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun. *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing : Khoirun Nisak, M. SEI.

Kata Kunci : Pelayanan Prima, Kualitas Produk, Penanganan Keluhan, Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah bertujuan untuk menciptakan dan meluruskan serta mempertahankan nasabah terhadap suatu bank dan produk yang dimilikinya. Apabila nasabah tersebut merasa puas, maka nasabah tersebut akan melakukan pembelian ulang di suatu bank tersebut dan mereka akan merekomendasikan pada orang lain atas apa yang dirasakan dalam menggunakan jasa perbankan tersebut. Agar nasabah tersebut dapat dipertahankan, pihak bank perlu melakukan pelayanan yang baik kepada nasabah untuk menumbuhkan kepuasan di bank syariah agar dituntut untuk memberikan beberapa perubahan dalam hal ketersediaan sumber daya manusia, mutu layanan, maupun gedung yang bersih dan nyaman. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah pelayanan prima, kualitas produk, dan penanganan keluhan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun. Rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain: Apakah pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun, Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun, Apakah penanganan keluhan nasabah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun, Apakah pelayanan prima, kualitas produk, penanganan keluhan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dengan teknik random sampling. Data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah penabung Bank Muamalat Cabang Madiun yang berjumlah 8.920 orang. Dan didapatkan sampel sebanyak 100 orang responden yang diperoleh dengan perhitungan rumus Slovin. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dan uji t, dengan menggunakan bantuan software SPSS for windows Versi 21 dan model yang digunakan adalah $Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Pelayanan Prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang

Pembantu Madiun, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun, Penanganan Keluhan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun, Pelayanan prima, kualitas produk, dan penanganan keluhan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun.

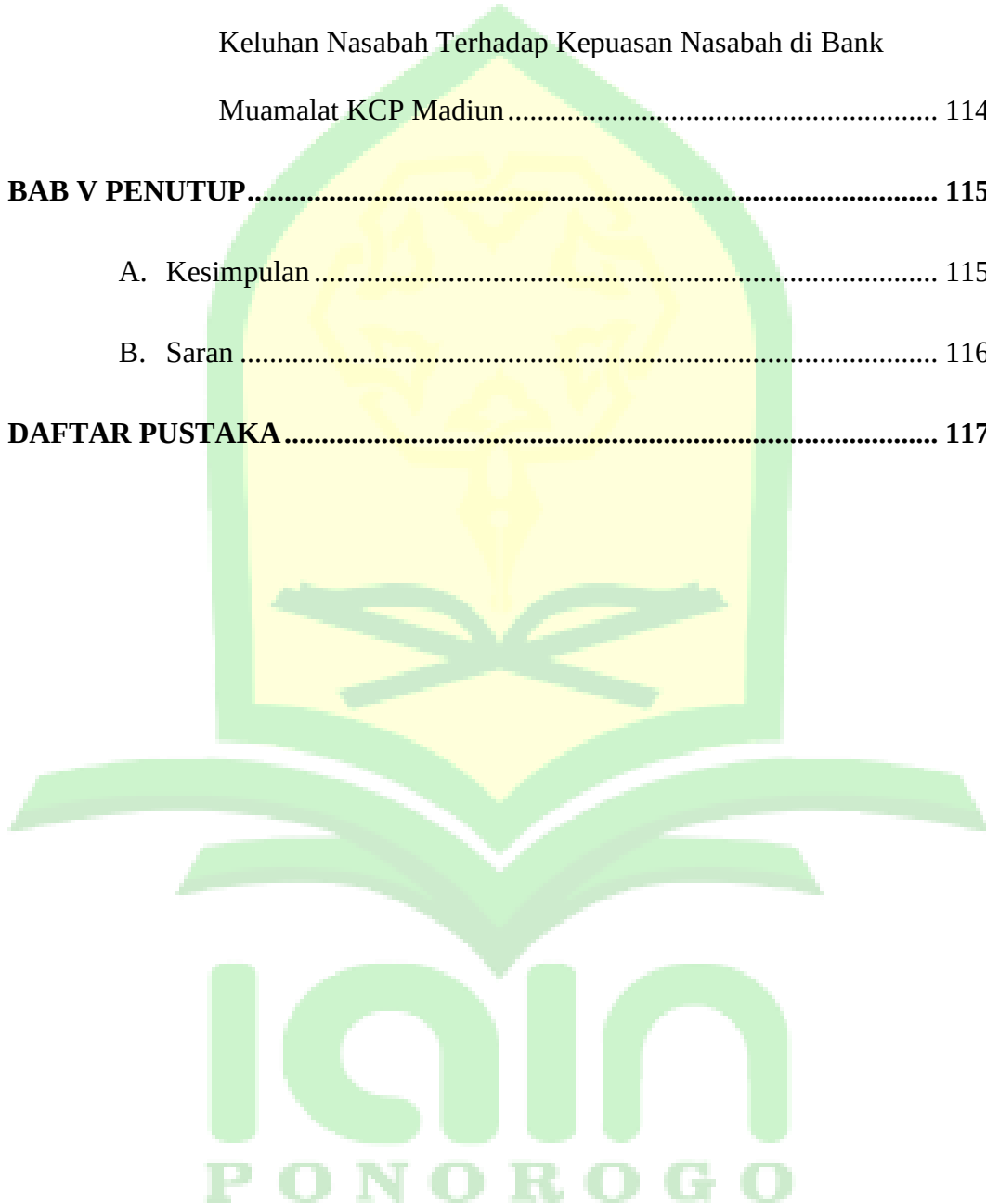


DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Deskripsi Teori	16
B. Kajian Pustaka	37
C. Kerangka Berfikir	50
D. Hipotesis	51
BAB III METODE PENELITIAN	53

A. Rancangan Penelitian.....	53
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	53
C. Lokasi Penelitian.....	61
D. Populasi dan Sampel.....	62
E. Jenis dan Sumber Data.....	64
F. Metode Pengumpulan Data.....	65
G. Instrumen Penelitian	66
H. Validitas dan Realibilitas Instrumen.....	68
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	70
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	77
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	77
B. Hasil Pengujian Instrumen.....	89
C. Hasil Pengujian Deskriptif.....	92
D. Hasil Pengujian Hipotesis.....	96
E. Pembahasan	109
1. Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun	110
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.....	111

3. Pengaruh Penanganan Keluhan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.....	112
4. Pengaruh Pelayanan Prima, Kualitas Produk, dan Penanganan Keluhan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun	114
BAB V PENUTUP	115
A. Kesimpulan	115
B. Saran	116
DAFTAR PUSTAKA	117



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peran bank syariah yang menjadi alternatif bagi masyarakat muslim dalam bidang keuangan terus berkembang, sehingga kebutuhan terhadap produk bank syariah yang ditawarkan oleh bank syariah yang segala aktivitasnya dilandasi dengan prinsip syariah menjadi kebutuhan yang harus direspon oleh perbankan syariah. Perkembangan bank syariah di Indonesia cukup pesat, menurut OJK tercatat jumlah nasabah bank syariah di Indonesia berjumlah 14 bank umum syariah, 20 unit usaha syariah dan 176 bank pembiayaan rakyat syariah (OJK, 2020). Jumlah nasabah bank syariah mencapai 31,89 juta nasabah atau 12% dari jumlah penduduk muslim di Indonesia, angka tersebut termasuk masih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah seluruh penduduk muslim yang ada dan menggambarkan masih rendahnya pangsa pasar aset perbankan syariah yaitu sebesar 6,01 % (KNKS, 2020).¹

Mayoritas dari masyarakat menggunakan jasa perbankan konvensional dalam menyimpan dana. Selain untuk mendapatkan jaminan keamanan atas uang nasabah tersebut mereka juga memperoleh keuntungan

¹ Muhammad Ali Mustofa, Mulyani Fatekhatul Jannah, and Malik Ibnu Zaman, "Persepsi Masyarakat Dalam Kebijakan Merger Bank Syariah Indonesia Studi Kasus Kabupaten Tegal," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 5, No. 1 (2022): 208.

dari bank yaitu berupa bunga.² Fatwa Majelis Ulama Indonesia MUI pada tanggal 6 Januari 2004 telah mengeluarkan haramnya riba. Fatwa MUI menegaskan bahwa bunga bank termasuk dalam katagori riba. Pengertian bunga (*interest*) dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 Tentang Bunga (*interest/fa'idah*) yaitu bunga (*interest/fa'idah*) adalah tambahan yang dikenakan dalam transaksi pinjaman uang (*al-qardh*) yang diperhitungkan dari pokok pinjaman tanpa mempertimbangkan pemanfaatan/hasil pokok tersebut, berdasarkan tempo waktu, diperhitungkan secara pasti dimuka, dan pada umumnya berdasarkan persentase.³ Fatwa ini berfungsi sebagai seruan bagi masyarakat muslim yang selama ini masih meragukan akan halal atau haramnya sistem bunga dalam dunia perbankan karena tidak terdapat ketetapan yang tegas dari ulama di Indonesia. Pada fatwa ini diharapkan dapat meningkatkan sosialisasi perbankan syariah dan menyadarkan masyarakat muslim di Indonesia untuk memanfaatkan produk-produk perbankan syariah dalam melakukan transaksi pada bank syariah sehingga dapat meningkatkan jumlah dana di perbankan syariah.⁴

Bank syariah sebagai suatu lembaga keuangan harus memperhatikan beberapa pengaruh dari kepuasan nasabah tersebut. Kepuasan nasabah

² Sandi Saputra dan Selviani, "Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 Tentang Bunga Bank," *Al-Muqayyad* 4, No. 1 (2021): 53.

³Ramdaniar Eka Syirfana dan Neneng Nurhasanah, "Analisis Fikih Muamalah Terhadap Pemikiran M. Dawam Rahardjo Mengenai Bunga Bank," *Jurnal Riset Ekonomi Syariah* 1, no. 1 (July 2021): 27.

⁴Muhammad Ziyad, "Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Muamalat Sebelum Dan Sesudah Terbitnya Fatwa Haramnya Bunga Perbankan Oleh MUI," *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, No. 1 (April 2010): 46.

tersebut dijadikan acuan dalam dunia perbankan untuk memenuhi kebutuhan bank sendiri maupun nasabahnya, maka dari itu perlu diperhatikan dan ditingkatkan oleh pihak bank.⁵ Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka, jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas, jika kinerja sesuai dengan ekspektasi pelanggan akan puas, jika kinerja melebihi ekspektasi pelanggan akan sangat puas atau senang.⁶ Hal tersebut dikarenakan kepuasan nasabah merupakan aspek yang penting dalam mempertahankan citra perusahaan bank pada masyarakat, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan. Hal tersebut memiliki peranan yang sangat penting dikarenakan peranan nasabah yang begitu besar dalam berkontribusi pendapatan yang secara langsung maupun tidak langsung dalam mendukung eksistensi perusahaan bank.⁷

Nasabah pada bank terutama pada nasabah yang memutuskan untuk menggunakan jasa perbankan syariah untuk menyimpan dananya perlu memperkuat keyakinan nasabah bahwa dana yang disimpannya tersebut akan terasa aman.⁸ Sehingga hal tersebut dapat menumbuhkan kepuasan

⁵ Tetania Saputri, "Pengaruh Penanganan Pengaduan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah KCP Rajabasa" (Skripsi, IAIN Metro, 2021), 1.

⁶ Ayu Azhari Meliana, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Di Bank Safir Kota Bengkulu (Ditinjau Dari Produk Terhadap Pembiayaan)" (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2017), 3.

⁷ Nina Indih Febriana, "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung," *An-Nisbah : Jurnal Ekonomi Syariah* 3, No. 1 (2016): 146.

⁸ Isra Hayati, "Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan)," *Aghniya : Jurnal Ekonomi* 1, No. 2 (2019): 236.

nasabah pada bank syariah untuk menggunakan salah satu produk yang dimiliki oleh bank syariah, selain itu hal tersebut dapat meningkatkan jumlah nasabah pada bank syariah. Di dalam dunia perbankan, kepuasan dan ketidakpuasan nasabah merupakan hasil dari penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dengan menggunakan produk jasa perbankan syariah. harapan tersebut lantas akan dibandingkan pemahaman terhadap kualitas perbankan yang akan diterimanya pada produk jasa tersebut. Apabila harapan tersebut lebih tinggi pada kualitas jasa yang diberikan, maka nasabah tersebut tidak merasa puas. Sebaliknya, apabila harapan tersebut sama atau lebih rendah dari kualitas produk jasa yang diberikan maka nasabah akan merasa puas.⁹

Kepuasan nasabah sangat berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah dan meningkat atau menurunnya reputasi bank. Karena seseorang nasabah merupakan aset yang sangat berharga dalam mengembangkan sebuah industri perbankan. Namun seringkali ketika melayani seseorang karyawan lupa akan fungsinya, yakni berada pada satu titik di bawah nasabah, dalam arti ketika kita sedang melayani nasabah posisi kita lebih rendah daripada nasabah. Layanan yang baik menjadi salah satu syarat kesuksesan bank.¹⁰

⁹ Longginus Passe, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Papua Cabang Daerah Istimewah Yogyakarta)" (Skripsi, Universitas sanata Dharma, 2016), 1.

¹⁰ Mansur Aziz, "Perbandingan Kualitas Layanan Antara Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Ditinjau Dari Kepuasan Nasabah Di Kabupaten Pacitan," *Activa : Jurnal Ekonomi Syariah* 1, No. 2 (Oktober 2018): 89.

Kepuasan nasabah bertujuan untuk menciptakan dan meluruskan serta mempertahankan nasabah terhadap suatu bank dan produk yang dimilikinya. Apabila nasabah tersebut merasa puas, maka nasabah tersebut akan melakukan pembelian ulang di suatu bank tersebut dan mereka akan merekomendasikan pada orang lain atas apa yang dirasakan dalam menggunakan jasa perbankan tersebut. Agar nasabah tersebut dapat dipertahankan, pihak bank perlu melakukan pelayanan yang baik kepada nasabah untuk menumbuhkan kepuasan di bank syariah agar dituntut untuk memberikan beberapa perubahan dalam hal ketersediaan sumber daya manusia, mutu layanan, maupun gedung yang bersih dan nyaman. Berbagai perubahan tersebut diharapkan dapat menciptakan kepuasan nasabah.¹¹ Terdapat empat metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan seorang nasabah yaitu, sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis* dan survei kepuasan nasabah (Tjiptono dalam Ubaidillah et al., 2017:101).¹² Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:92) indikator kepuasan nasabah yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan ketersediaan merekomendasikan.¹³ Sedangkan faktor-faktor yang

¹¹ Endah Kurniyawati, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BPRS Suriyah Cabang Salatiga)” (Skripsi, IAIN Salatiga, 2020), 3.

¹² Arratri Ariyani, “Pengaruh Keunggulan Produk, Pemasaran Relasional Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. BPRS Sukowati Sragen)” (Skripsi, IAIN Salatiga, 2020), 5.

¹³ Indrasari, Dr. Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Pertama. (Surabaya: UNITOMO Press, 2019),92.

mempengaruhi kepuasan nasabah ada lima yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga serta biaya.¹⁴

Dari banyaknya permasalahan yang muncul dari bank-bank syariah pada saat ini, maka banyak pula yang menjadi sumber dari permasalahan yang dihadapi oleh pihak perbankan. Hal utama yang muncul dalam permasalahan yang dihadapi oleh pihak perbankan yakni bergerak dalam bidang usaha jasa mengenai pelayanan prima yang diberikan oleh bank. Pelayanan prima yaitu memberikan paling baiknya dari pelayanan kepada semua nasabah sehingga akan timbul rasa puas. Pelayanan prima terdapat enam dimensi yaitu *ability* (kemampuan), *attitude* (sikap), *appearance* (penampilan), *attention* (perhatian), *action* (tindakan) dan *accountability* (tanggung jawab).¹⁵ Sebagai contoh, apabila dalam suatu bank memberikan pelayanan lebih cepat daripada pesaing dalam hal transaksi, hal tersebut akan dianggap sia-sia jika seorang nasabah tidak menghargai kecepatan dalam pelayanan tersebut.¹⁶

Dalam memberikan pelayanan yang terbaik tersebut dapat tercapai jika dalam suatu bank tersebut menonjolkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, serta tanggungjawab yang baik. Penonjolan dari kemampuan tersebut yang akan membedakan antara konsep

¹⁴ Nina Indah Febriana, “Analisis Kuantitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung,” *An-Nisbah : Jurnal Ekonomi Syariah* 3, no. 1 (Oktober 2016): 153–54.

¹⁵ Nurul Hidayati and Siti Amilatus, “Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Lenteng),” *Ekomadania : Jurnal Ekonomi Islam Dan Sosial* 6, no. 1 (July 2022): 34–35.

¹⁶ Asti Marlina and Widhi Ariyo Bimo, “Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BTN Syariah Cabang Bogor),” *Jurnal Ilmiah Inovator : Jurnal Manajemen* 7, No. 1 (2018): 16.

pelayanan biasa dan pelayanan prima dikarenakan tumpuan keberhasilan melaksanakan dan membudayakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan seseorang atau kelompok orang untuk melaksanakan layanan secara optimal.¹⁷ Berhubungan dengan hal tersebut setiap bank harus memberikan pelayanan prima yang baik contohnya seperti sikap atau cara karyawan dalam melayani nasabah agar nasabah tersebut merasa puas, kepuasan nasabah akan lebih mudah dipenuhi apabila petugas bank lebih mengenal sifat atau karakter dari para nasabah di bank tersebut. Apabila nasabah yang merasa puas terhadap suatu pelayanan jasa tersebut cenderung akan menyampaikan rasa puasnya kepada orang lain dan secara tidak langsung hal tersebut dapat mempengaruhi agar orang lain tersebut menggunakan jasa perbankan tersebut.¹⁸

Selain pelayanan, kualitas produk juga penting dalam dunia perbankan. Produk-produk yang dihasilkan bank harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Dengan terpenuhinya kebutuhan, maka nasabah akan tetap memilih bank tersebut dan tidak pindah ke bank lainnya. Selain itu nasabah akan tertarik untuk memilih bank tersebut jika nasabah merasa bahwa produk perbankan dapat memenuhi kebutuhannya. Nasabah akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang baik serta keistimewaan yang mencolok serta nasabah selalu menilai suatu

¹⁷ Muhammad Nazir and Badrus Soleh, "Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellent) Terhadap Loyalitas Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Lawang)," *Malia : Jurnal Ekonomi Islam* 8, no. 2 (June 2017): 259.

¹⁸ Rizky Aprisya, Eva Fauziah, and Ratih Tresnati, "Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Nasabah Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung)," *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah* 1, no. 2 (Agustus 2015): 390.

pelayanan yang diterimanya dan dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.¹⁹ Perbedaan produk dari industri perbankan syariah itu yang menjadi keunggulan, diberikannya pengertian mengenai produk-produk yang begitu beragam dan berbeda. Perbedaan tersebut menjadi salah satu daya tarik terhadap keputusan konsumen maupun nasabah dalam menggunakan bank syariah.²⁰

Keunggulan pada perbankan syariah yaitu menciptakan rasa aman dengan pihak bank dengan tidak menggunakan besarnya keuntungan dari adanya bunga, maka hal tersebut menunjukkan bahwa dilarangnya riba oleh kaum muslim. Dengan adanya perbedaan ini menjadikan perbankan syariah bebas riba sehingga masyarakat atau konsumen akan lebih tertarik dibandingkan dengan produk pesaing lainnya.²¹ Nasabah mengharapkan kualitas produk yang dibeli tersebut merupakan kualitas yang terbaik. Kualitas produk adalah salah satu ciri atau karakteristik pada suatu barang atau jasa yang berpengaruh untuk memuaskan kebutuhan nasabah dalam suatu bank. Untuk mencapai kualitas produk tersebut bank perlu suatu standarisasi kualitas, agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga nasabah tersebut merasa puas terhadap produk yang dimiliki.²²

¹⁹ Fadhilatul Hasanah, "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah" 4, No. 1 (June 2019): 486–487.

²⁰ Arief Firdy Firmansyah, "Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah," *Jurnal Ekonomi Islam* 2, No. 3 (2019): 17.

²¹ Ibid.

²² Rizal Zulkarnain, Taufik, and Agus David Ramdansyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel

Namun dalam meningkatkan kepuasan nasabah penanganan keluhan yang cepat tersebut berpengaruh dalam membuat nasabah merasa puas, Penanganan keluhan nasabah pada bank saat ini menjadi salah satu kunci utama suatu bank dapat terus tumbuh dan berkembang, karena apabila nasabah merasa tidak mendapatkan layanan yang baik saat menyampaikan keluhan maka nasabah akan dengan mudah beralih (Salay, 2008). Proses penanganan keluhan yang baik dapat memengaruhi loyalitas nasabah sehingga tidak berpindah ke bank lain. Dalam hal ini, bagaimana pihak bank dalam memberikan informasi yang jelas dan dapat dipercaya kepada nasabah (Artanti, 2011).²³ Dalam penanganan keluhan nasabah terdapat empat aspek penting yaitu empati terhadap pelanggan yang marah, kecepatan dalam penanganan keluhan, kewajaran dalam memecahkan keluhan dan kemudahan bagi konsumen untuk menyampaikan berbagai keluhannya.²⁴ Dalam hal ini bank muamalat perlu meningkatkan pelayanan prima, kualitas produk, serta penanganan keluhan agar menciptakan kepuasan nasabah.

Di Indonesia pelopor perbankan syariah adalah Bank Muamalat Indonesia. Berdiri tahun 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia. Bank Muamalat memulai kegiatan

Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon),” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (February 2020): 2.

²³ Qismatun Dlizah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepatuhan Syariah, Nilai Nasabah, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BTN Syariah KC Semarang)” (Skripsi, IAIN Salatiga, 2018)

²⁴ Arratri Ariyani, “Pengaruh Keunggulan Produk, Pemasaran Relasional Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. BPRS Sukowati Sragen),” 4–5.

operasinya pada 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslimq pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan.²⁵ Bank muamalat kini terus menambah jaringan kantor cabangnya tidak hanya di seluruh Indonesia akan tetapi juga di luar negeri. Pada tahun 2009, bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia. Saat ini Bank Muamalat Indonesia (BMI) telah memiliki 239 layanan termasuk 1 kantor cabang di Malaysia. Operasional bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 568 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM bersama dan ATM prima, 51 unit mobil kas keliling.²⁶

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan di Bank Muamalat KCP Madiun terdapat banyak keluhan nasabah contohnya seperti atm yang tertelan, lupa pin mobile banking, nasabah tidak merasa melakukan penarikan uang sehingga saldo yang dimiliki berkurang, dan lain sebagainya serta dalam pelayanan prima yang diberikan kurang memuaskan nasabah dikarenakan jumlah *teller* dan *customer service* di bank muamalat hanya satu sehingga nasabah perlu menunggu waktu lama untuk mengatri giliran.

²⁵Evi Okatviani Satriyanti, “Pengaruh Kualitas Layanan Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya”, Jurnal Bisnis dan Perbankan Volume 2, No.2 (2012), 171-172.

²⁶ <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/profil-bank-muamalat> diakses pada tanggal 8 Januari 2023 pukul 19.00 WIB

Namun apabila bank tersebut memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah akan membuat nasabah merasa puas dan membuat nasabah tersebut untuk tidak berpindah di bank lain. Pada produk yang ada di bank muamalat terdapat banyak sekali dan banyak nasabah yang membuka rekening dengan SAO (*Smart Account Opening*) serta dalam produk pembiayaan hanya terdapat murabahah dan musyarakah, bank muamalat perlu ditingkatkan lagi supaya nasabah merasa puas dengan apa yang ada pada produk bank muamalat. Menurut hasil wawancara dengan Ibu Santi yang merupakan salah satu nasabah bank muamalat KCP Madiun bahwa nasabah tersebut belum merasa puas dengan kualitas produk pada Bank Muamalat dikarenakan produk-produk bank muamalat masih belum sesuai dengan harapan nasabah. Serta dalam hal penanganan keluhan, nasabah masih kurang puas dikarenakan pihak bank kurang cepat menangani masalah nasabah.²⁷

Tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelayanan yang dilakukan bank kepada nasabah, bagaimana sikap bank dalam mengatasi keluhan nasabah tersebut serta kualitas produk yang dimiliki bank muamalat tersebut apakah itu sudah puas terhadap produk bank muamalat tersebut. Apabila di dalam suatu bank tersebut memberikan pelayanan prima, kualitas produk yang baik, dan penanganan keluhan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah tersebut, akan membuat nasabah merasa puas terhadap bank muamalat tersebut.

²⁷ Santi, *Wawancara*, 10 Januari 2023

Berdasarkan uraian di atas peneliti ingin mengambil judul “Pengaruh Pelayanan Prima, Kualitas Produk, dan Penanganan Keluhan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah di atas, maka dirumuskan permasalahan yaitu :

1. Apakah pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun?
3. Apakah penanganan keluhan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun?
4. Apakah pelayanan prima, kualitas produk, dan penanganan keluhan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah dan pertanyaan penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.
3. Untuk mengetahui pengaruh penanganan keluhan nasabah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.
4. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima, kualitas produk, dan penanganan keluhan nasabah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini berkaitan dengan kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membawa wawasan di bidang perbankan khususnya perbankan syariah dalam hal ini yang berkaitan dengan pelayanan prima, kualitas produk, dan penanganan keluhan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Peneliti

Peneliti diharapkan akan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dibidang ekonomi dan lembaga keuangan syariah khususnya perbankan syariah serta sebagai ajang ilmiah untuk menerapkan berbagai teori yang berkaitan dengan perbankan syariah yang telah diperoleh dibangku kuliah.

b. Bagi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumentasi dan referensi bagi pihak instansi yang bersangkutan serta dapat menjalin kerjasama yang lebih erat dengan lembaga perbankan atau lembaga keuangan lainnya terutama Bank Muamalat KCP Madiun.

c. Bagi Bank Muamalat KCP Madiun

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran kepada Bank Muamalat KCP Madiun untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika pembahasan dari penyusunan penelitian ini dibagi menjadi lima bab, maka untuk lebih terarah perlu disusun pemikiran sistematika dari masing-masing bab secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang beberapa sub bab yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai teori pelayanan prima, kualitas produk, dan penanganan keluhan nasabah serta

kepuasan nasabah, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

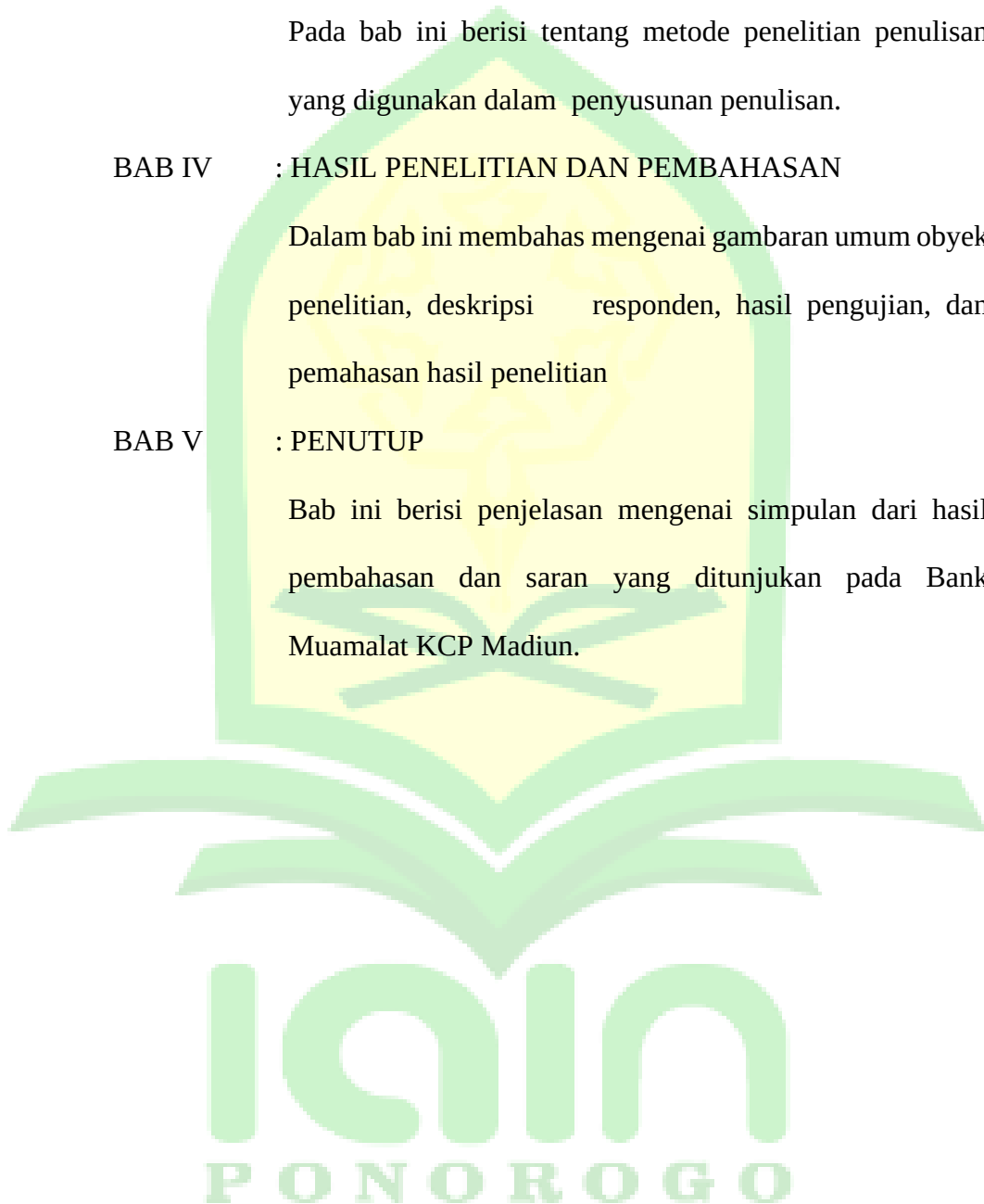
Pada bab ini berisi tentang metode penelitian penulisan yang digunakan dalam penyusunan penulisan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas mengenai gambaran umum obyek penelitian, deskripsi responden, hasil pengujian, dan pembahasan hasil penelitian

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi penjelasan mengenai simpulan dari hasil pembahasan dan saran yang ditunjukkan pada Bank Muamalat KCP Madiun.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Pelayanan Prima

a. Pengertian Pelayanan Prima

Secara umum arti pelayanan adalah suatu pekerjaan atau kegiatan yang dilakukan untuk memberi manfaat bagi yang lain. pelayanan terdiri dari kumpulan hal-hal yang kecil serta perhatian atas keinginan-keinginan dan perasaan orang lain, etimologi dalam bahasa inggrisnya mempunyai arti *service*. Kata *service* oleh beberapa pelaku bisnis dan istruktur sumber daya manusia diolah menjadi kata atau kalimat yang diertirakan akan lebih bermakna dengan mecara menguaraikan tiap hurufnya, seperti yang diungkapkan oleh Atep Adya Barata, (2003:20) yang mengelola kata *service* untuk dikaitkan dengan langkah-langkah strategis untuk menuju kesuksesan.¹

Pelayanan prima atau layanan unggul itu sendiri adalah bagaimana memberikan layanan maksimal kepada nasabah dan kesigapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara

¹ Deddy Junaedi, "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Di PT. Bank Jatim Capem Maron Probolinggo)," *Profit : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 4, No. 1 (2020): 27.

profesional.² Pelayanan ini kemudian akan meninggalkan kesan kepada nasabah sehingga mereka akan seterusnya datang kembali. Pelayanan prima (*customer care*) adalah faktor kunci dalam suatu keberhasilan perusahaan. Jika bisnis bisa tumbuh dan berkembang dan tetap bisa bertahan dalam persaingan maka keuntungan dan pendapatan juga harus meningkat.³

Pelayanan prima (pelayanan yang baik) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta pelaksana yang dimiliki. Dalam penerapan konsep mengutamakan kepentingan pelanggan atau nasabah, bank memerlukan pelayanan prima.⁴ Pelayanan prima (*service excellent/ customer care*) secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik, atau pelayanan yang terbaik. Pelayanan prima (*customer care*) adalah faktor kunci dalam suatu keberhasilan perusahaan. Sedangkan Barata (2004) menambahkan pelayanan prima adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan

² Ayu Farida dan Hardianawati, "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang Pahlawan Revolusi Baru," *Jurnal Administrasi Bisnis* 3, No. 2 (September 2019): 13.

³ Handini Khaerunnisa, "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Jabar Banten Cabang Pandeglang," *Jurnal Studia : Akuntansi Dan Bisnis* 1, No. 1 (2013): 49.

⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Edisi 3 (Jakarta: Kencana, 2003), 27.

kebutuhan dari mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu royal kepada perusahaan.⁵ Menurut Rahmayanty (2013:18) pelayanan prima adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisiten dan akurat.⁶

Atep Adya Barata mengembangkan bahwa pelayanan prima menjadi A6 diantaranya adalah sebagai berikut :⁷

1) Kemampuan (*ability*)

Kemampuan adalah pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program layanan prima yang dapat meliputi kemampuan dalam bidang kerja yang ditekuni untuk melaksanakan komunikasi yang efektif, mengembangkan motivasi dan menggunakan *public relation* sebagai instrument dalam membawa hubungan kedalam dan keluar organisasi/perusahaan.

2) Sikap (*attitude*)

Setiap insan mempunyai perilaku yang harus ditonjolkan ketika menghadapi pelanggan yang dapat disesuaikan dengan kondisi dan kemauan nasabah.

⁵ Khaerunnisa, "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Jabar Banten Cabang Pandeglang," 49.

⁶ Farida, "Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang Pahlawan Revolusi Baru," 13.

⁷ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003), 82.

3) Penampilan (appearance)

Penampilan adalah kemampuan seseorang baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang mampu merefleksikan kepercayaan deviden kredibilitas dari pihak lain.

4) Perhatian (attention)

Curahan perhatian seseorang adalah kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun peramahan atas saran dan kritikan seorang nasabah.

5) Tindakan (action)

Melakukan sesuatu harus memerlukan tindakan. Tindakan adalah suatu perbuatan dalam berbagai kegiatan yang nyata yang harus dilakukan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

6) Tanggung jawab (accountability)

Melaksanakan kegiatan tentu mempunyai tanggung jawab, yaitu suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidak puasan pelanggan.

ISAIN
PONOROGO

b. Indikator Pelayanan Prima

Terdapat lima indikator dapat dipakai untuk mengukur pelayanan prima pada perbankan syariah yaitu:⁸

1) Bentuk fisik (*Tangibles*)

Kemampuan bank dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik bank dan lingkungan sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan bentuk desain grafis bangunan yang menjadi ciri atau simbol bank syariah sehingga nasabah benar-benar percaya.

2) Ketanggapan (*responsiveness*)

Memberikan pelayanan yang cepat dan akurat sebagai upaya membantu nasabah dalam hal ini menunggu terlalu lama yang bisa menyebabkan kesan negatif terhadap kualitas layanan perbankan syariah.

3) Keandalan (*reability*)

Bank syariah mampu Memberikan pelayanan berkualitas sesuai yang diharapkan. Atau layak tidaknya suatu sistem layanan bank syariah melakukan fungsinya yang sesuai syariah.

⁸ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Cetak 2 (Bandung: Alfabeta, 2012), 221.

4) Empati (empathy)

Dengan memahami keinginan nasabah, pegawai bank syariah dapat memberikan perhatian yang tulus secara individual.

5) Jaminan (Assurance)

Menanamkan rasa percaya para nasabah merupakan hal yang harus dilakukan para pegawai bank baik dari segi pengetahuan maupun kesopansantunannya.

c. Tujuan Pelayanan Prima

Tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Apabila pelayanan yang diberikan tidak memuaskan tentu saja pelanggan akan merasa kecewa. Pelayanan prima juga bertujuan untuk:⁹

- 1) Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan.
- 2) Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang/ jasa yang ditawarkan pada saat itu juga.

⁹ Drs. Daryanto dan Drs. Ismanto Setyobudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, Edisi 1 (Yogyakarta: Gava Media, 2014), 108.

- 3) Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang/ jasa yang ditawarkan.
- 4) Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan yang tidak perlu dikemudian hari terhadap produsen.
- 5) Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan.
- 6) Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya.
- 7) Untuk mempertahankan pelanggan.

d. Manfaat Pelayanan Prima

Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Penyedia layanan, pelanggan atau *stakeholder* dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu, tempat dan proses pelayanan yang seharusnya.

2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan fokus utama dalam suatu perusahaan. Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya, begitu juga dengan kualitas produk

sangatlah penting bagi perusahaan. Pentingnya kualitas produk dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional dan manajemen pemasaran. Dilihat dari sudut manajemen operasional, kualitas produk merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing. Produk yang diciptakan haruslah produk yang dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya. Dilihat dari sudut manajemen pemasaran, kualitas produk merupakan salah satu unsur utama dalam bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan saluran distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan dan memperluas pangsa pasar suatu perusahaan.¹⁰

Menurut Lupiyoadi kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Menurut Kotler dan Keller, kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen; baik yang tersurat maupun yang tersirat. Berdasarkan dua pengertian tersebut, maka kualitas produk dibutuhkan untuk setiap produk yang dihasilkan. Setiap produk harus mencantumkan spesifikasi, agar bisa diketahui dan dipahami oleh konsumen. Konsumen akan merasa puas, apabila hasil evaluasi terhadap produk sesuai dengan spesifikasi produk.

¹⁰ Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), 2

Dengan demikian konsumen mengatakan, bahwa produk yang mereka gunakan adalah produk yang berkualitas.¹¹

b. Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono kualitas produk memiliki delapan dimensi sebagai berikut:¹²

- 1) *Performance* (kinerja), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
- 2) *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan), yaitu karaktersitik sekunder atau pelengkap.
- 3) *Reliability* (reliabilitas), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- 4) *Confermance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 5) *Durability* (daya tahan), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.

¹¹ Nia Safitri Dewi dan Rokh Eddy Prabowo, "Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang)," *Procedding*, 2018, 711.

¹² Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014), 75.

- 6) *Serviceability* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi; serta penanganan keluhan secara memuaskan.
- 7) *Esthetics* (estetika), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- 8) *Perceived Quality* (kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

c. Manfaat Adanya Meningkatkan Produk yang Baik

Ada banyak keuntungan atau manfaat yang dapat dipetik dengan adanya produk yang baik misalnya :¹³

- 1) Untuk meningkatkan penjualan. Dalam hal ini produk yang memiliki nilai lebih akan menjadi pembicaraan dari mulut ke mulut antar nasabah. Setiap kelebihan produk tersebut akan dibandingkan dengan produk pesaing, sehingga berpotensi untuk menarik nasabah lain atau memaksa nasabah lama untuk menambah konsumsi produk tersebut, misalnya untuk deposito nasabah menambah jumlah depositonya, atau keluarganya untuk membuka tabungan di bank tersebut. pada akhirnya akan meningkatkan penjualan.
- 2) Menimbulkan rasa bangga bagi nasabahnya. Hal ini disebabkan produk yang dijual memiliki keunggulan

¹³ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Edisi 3 (Jakarta: Kencana, 2003), 123.

dibandingkan produk pesaing, misalnya dalam hal fasilitas tabungan yang diberikan dengan multi fungsi. Artinya, apa yang dapat diberikan bank kita belum dapat dipenuhi pesaing.

- 3) Menimbulkan kepercayaan. Dalam hal ini akan memberikan keyakinan kepada nasabah akan kesenangannya dari fasilitas yang diberikan, sehingga nasabah semakin percaya kepada produk yang dibelinya.
- 4) Menimbulkan kepuasan. Pada akhirnya nasabah akan mendapatkan kepuasan dari jasa yang dijual sehingga kecil kemungkinan akan menambah konsumsinya.

3. Penanganan Keluhan Nasabah

a. Pengertian Penanganan Keluhan Nasabah

Keluhan secara bahasa berasal dari kata latin *plangere* yang artinya adalah memukul dan pukulan itu ditunjukkan pada bagian dada. Konteks keluhan pada saat ini, lebih diartikan sebagai sesuatu yang dianggap mengganggu atau tidak menyenangkan terhadap beberapa aspek yang diterima seseorang.¹⁴ Secara sederhana, komplain bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Organisasi bisa mengumpulkan komplain pelanggan melalui sejumlah cara, diantaranya kotak saran, formulir komplain pelanggan, saluran telepon khusus,

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014), 446.

website, kartu komentar, survei kepuasan pelanggan dan *customer exit surveys* (Fandy Tjiptono, 2013). Keluhan pelanggan merupakan ungkapan emosional pelanggan karena adanya sesuatu yang tidak dapat diterimanya, baik yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan maupun dengan pelayanan. Jadi dapat disimpulkan bahwa penanganan keluhan adalah permasalahan dari nasabah bank yang harus ditanggapi dan ditangani secara cepat dan tepat oleh karyawan bank.¹⁵

b. Dimensi Penanganan Keluhan

Dimensi penanganan keluhan setidaknya terdapat empat aspek penanganan keluhan yang penting yaitu :¹⁶

- 1) Kecepatan dalam penanganan keluhan. Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan, apabila keluhan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan pelanggan tersebut menjadi puas. Apabila pelanggan puas dengan cara penanganan keluhan, maka besar kemungkinannya akan menjadi pelanggan perusahaan kembali.

¹⁵ Mail Hilian Batin, "Pengaruh Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Kantor Capem Syariah UIN Raden Fatah Palembang," *Malia : Jurnal Perbankan Syariah Dan Keuangan* 3, no. 1 (2019): 50.

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014), 250.

- 2) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan. Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi —*win-win*” (*fiar*, realistis, dan proporsional), di mana pelanggan dan perusahaan sama-sama diuntungkan.
- 3) Empati terhadap pelanggan yang marah. Perlu diluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dengan demikian permasalahan yang dihadapi dapat menjadi jelas, sehingga pemecahan yang optimal dapat diupayakan bersama.
- 4) Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan. Hal ini sangat penting bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhannya. Di sini sangat dibutuhkan adanya metode komunikasi yang mudah dan relatif tidak mahal, di mana pelanggan dapat menyampaikan keluh-kesahnya. Bila perlu dan memungkinkan, perusahaan dapat menyediakan saluran telepon bebas pulsa (*hot line service*) dan atau website untuk menampung keluhan pelanggan.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keluhan Nasabah (Konsumen)

Sejumlah faktor yang mempengaruhi keluhan konsumen telah diidentifikasi. Perilaku konsumen meningkat apabila :¹⁷

- 1) Tingkat ketidakpuasan meningkat
- 2) Sikap konsumen untuk mengeluh meningkat
- 3) Jumlah manfaat yang diperoleh dari sikap mengeluh meningkat
- 4) Perusahaan disalahkan atas suatu masalah
- 5) Produk tersebut penting bagi nasabah (konsumen)
- 6) Sumber-sumber yang tersedia bagi konsumen untuk mengeluh meningkat

4. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Usaha mewujudkan kepuasan pelanggan tidaklah mudah. Tetapi usaha untuk senantiasa memperbaiki kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Performa suatu perusahaan berpengaruh besar terhadap minat pelanggan sehingga diperlukan suatu strategi yang jitu untuk melakukan hal tersebut. Pada hakikatnya, strategi kepuasan pelanggan akan

¹⁷ Etta Mamang Sungadji and Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2013), 244–45.

menyebabkan pesaing harus bekerja keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut pelanggan suatu penyedia jasa.¹⁸

Pengertian kepuasan pelanggan menurut (Tjiptono, 2012) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Sedangkan kepuasan pelanggan menurut (P. & G. A. Kotler, 2014) ialah: Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan tamu hotel dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka tamu hotel tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika kinerja sesuai dengan harapan maka tamu hotel akan merasa puas, namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka tamu hotel akan merasa gembira dan sangat puas.¹⁹

Adapun dalam pengukuran kepuasan nasabah yang dipakai dalam penelitian ini menurut Tjiptono(2015) kepuasan nasabah dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:²⁰

¹⁸ Sumarsid and Atik Budi Paryanti, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)," *Jurnal Ilmiah* 12, no. 1 (January 2022): 77.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Firdaus, "Analisis Kepuasan Nasabah Melalui Kepercayaan Nasabah, Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Kospin Jasa Cabang Welleri)," *Jurnal Ekonomi*, 2019, 3.

- 1) Kepuasan atas kemampuan perusahaan dalam melayani nasabah,
- 2) Kepuasan atas kesigapan nasabah dalam melayani nasabah, dan
- 3) Kepuasan atas terpenuhinya harapan nasabah

b. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Terdapat empat metode yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan (Kotler, 1997) :²¹

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi kepada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, dan keluhan mereka. Media yang digunakan dapat berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (tempat yang mudah diakses dan sering dilalui oleh pelanggan), kartu komentar (yang dapat diisi langsung maupun yang dikirim melalui via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, *website* dan lain-lain. Informasi yang diperoleh pada media ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga bagi perusahaan,

²¹ Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer*, Edisi 1 (Yogyakarta: Andi, 2000), 102.

sehingga memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam mengatasi masalah-masalah yang timbul.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing. Mereka lantas melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai keluhan dan kelemahan jasa perusahaan. Selain itu, para *ghost shoppers* juga dapat mengobservasi cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani setiap masalah atau keluhan pelanggan.

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seharusnya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih ke pemasok, agar memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *loss rate* juga penting, di mana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

d. *Survey Kepuasan Pelanggan*

Umumnya sebagian besar dari penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survey, baik via pos, telepon, email maupun wawancara langsung. Melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka.

c. **Indikator Kepuasan Nasabah**

Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:92), yaitu : ²²

a. *Kesesuaian Harapan*

Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, Tjiptono (2012:318). Sedangkan menurut Hawkins dan Lonney dalam Kusumasitta (2014:161) “Kesesuaian harapan adalah kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk atau jasa perusahaan.

²² Indrasari, Dr. Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Pertama. (Surabaya: UNITOMO Press, 2019),92.

Selanjutnya Lopez (2009:487) “Memandang harapan merupakan ekspektasi yang berinteraksi dengan pengharapan untuk mewujudkan kemungkinan dan berpengaruh pada tujuan yang dicapai”. Dari pendapat di atas dapat dikatakan bahwa kesesuaian harapan adalah sesuatu harapan konsumen terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari perusahaan.

b. Minat Berkunjung Kembali (Beli Ulang)

Menurut Hawkins dan Lonney dalam Suwito (2018:257) minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait. Kemudian menurut Kotler & Philip (2007:15) “Minat beli ulang yaitu sebagai tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum melakukan keputusan pembelian tahap selanjutnya.

Sedangkan menurut Tjiptono (2012:318) “Minat beli ulang yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi. Dari pendapat di atas dapat dikatakan bahwa Minat berkunjung kembali (beli ulang) adalah kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang, karena adanya kepuasan yang diterima sesuai dengan yang diinginkan

pelanggan sehingga pelanggan melanjutkan pembelian berulang-ulang.

c. Kesiediaan Merekomendasikan

Menurut Hawkins dan Lonney dalam Kusumasitta (2014:161) “Kesiediaan merekomendasikan adalah kesiediaan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti. Kemudian menurut Tjiptono (2012:318) “Kesiediaan merekomendasikan merupakan kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman maupun keluarganya. Selanjutnya menurut Luwis dan Harsini (2010:110) “Rekomendasi yaitu suatu bentuk komunikasi yang berkaitan dengan produk atau jasa tersebut kepada orang lain”.

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Lupiyoadi terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:²³

a. Kualitas Produk

²³ Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer*, Edisi 1 (Yogyakarta: Andi, 2000), 130.

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.

c. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas produk, tetapi dari nilai sosial atau self esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merk tertentu.

d. Harga

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

e. Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Konsumen yang puas kan setia lebih lama, dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

B. Kajian Pustaka

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Nama/Judul/Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Deddy Junaedi/ Pengaruh Pelayanan	Hasil penelitian menunjukkan	Di dalam penelitian	Sama-sama membahas

	Prima Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus di PT. Bank Jatim Capem Maron Probolinggo)/ 2020	bahwa variabel sikap terdapat pengaruh yang signifikan dan negative terhadap kepuasan nasabah, variabel perhatian mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan hasil analisis berganda menunjukkan bahwa variabel sikap dan perhatian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.	tersebut membahas pelayanan prima dengan konsep A3 yaitu sikap, perhatian dan tindakan.	pelayanan prima dan kepuasan nasabah
2.	Sri Wahyuni Safitri/ Pengaruh Pelayanan	Hasil penelitian menunjukkan	Di dalam penelitian	Sama-sama membahas

	Prima dan Etika Bisnis Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat KC Makassar/ 2021	bahwa pelayanan prima dan etika bisnis secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. namun secara parsial pelayanan prima (X1) berpengaruh negative dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y), sementara etika bisnis (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y)	terdapat variabel etika bisnis pada variabel X dan loyalitas nasabah pada variabel Y	pelayanan prima pada variabel X
3.	Anzal Huda Khoiri, Adityawarman /	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas	Sama-sama membahas, penanganan	Pada variabel Y membahas loyalitas

	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Semarang /2021	pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara simultan. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. berdasarkan analisis jalur, kualitas pelayanan dan penanganan keluhan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.	keluhan pada variabel X serta kepuasan nasabah pada variabel Y	nasabah serta pada variabel X membahas kualitas pelayanan
4.	Ayu Farida dan Hardianawati/ Pengaruh	Hasil penelitian menunjukkan	Dalam penelitian ini	Sama-sama membahas

	Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang Pahlawan Revolusi Baru/ 2019	bahwa variabel pelayanan prima memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah	menggunakan pengujian regresi linear sederhana	mengenai pelayanan prima dan kepuasan nasabah
5.	Ali Hardana, Jafar Nasution, Arti Damisa/ Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. BSI Cabang Padangsidempuan/ 2021)	Berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk dan variabel pelayanan terhadap minat nasabah menabung pada PT. BSI Cabang Padangsidempuan	Di dalam penelitian tersebut membahas kualitas pelayanan pada variabel X dan minat nasabah pada variabel Y	Sama-sama membahas kualitas produk pada variabel X
6.	Pinky Anjeli Kusuma Cahyani/ Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan. Dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk,	Di dalam penelitian tersebut variabel X terdapat	Sama-sama membahas kualitas produk pada variabel X

	Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan (2022)	kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Kota Pasuruan.	kualitas pelayanan dan promosi	dan kepuasan nasabah di variabel Y.
7.	Solikha Nurtrianti/ Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Purbalingga)/ 2020	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sedangkan variabel harga berpengaruh secara parsial dan simultan dan tidak	Di dalam penelitian tersebut membahas kualitas pelayanan dan harga pada variabel X	Sama-sama membahas kepuasan nasabah pada variabel Y

		signifikan terhadap kepuasan nasabah.		
8.	Ihwan Arifin/ Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Tabungan Wadiah Pasar Pada PT. BPRS Safir Kota Bengkulu (2018)	Hasil penelitian dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa kualitas produk ,kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan wadi'ah pasar. Namun dalam pengujian uji T menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh	Di dalam penelitian membahas kualitas pelayanan dan fasilitas pada variabel X	Sama-sama membahas mengenai kualitas produk pada variabel X dan kepuasan nasabah pada variabel Y

		terhadap kepuasan nasabah		
9.	Rizal Zulkarnain, HER Taufik, Agus David Ramdansyah/ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)/ 2020	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas produk berpengaruh positif	Pada variabel X membahas kualitas pelayanan dan pada variabel Y membahas mengenai loyalitas nasabah	Sama-sama membahas elayanan, kualitas produk pada variabel X dan kepuasan nasabah pada variabel Y

		dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.		
10.	Binta Malina Azkiya, Hendri Tanjung, Syarifah Gustiawati/ Pengaruh Kinerja Karyawan, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia : Studi Riset Bank Syariah Indonesia KCP Citeureup 1/2021	Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja karyawan tidak berpengaruh secara signifikan, sedangkan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan	Dalam variabel x membahas kinerja karyawan dan kualitas pelayanan	Sama-sama membahas kualitas produk pada variabel X serta kepuasan nasabah pada variabel Y

11.	Endah Kurniyawati dan Fernaldi Anggadha Ratno/ Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga)/ 2020	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepuasan memediasi kualitas	Di dalam variabel Y membahas membahas loyalitas nasabah serta di dalam penelitian tersebut di variabel x membahas membahas mengenai kualitas layanan.	Sama-sama membahas mengenai penanganan keluhan pada variabel X dan di variabel Y membahas kepuasan nasabah
-----	--	---	---	--

		layanan dan penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah		
12.	A H Khoiri/ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Semarang/ 2021	Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial maupun simultan. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil analisis jalur,	Di dalam penelitian tersebut di variabel x membahas kualitas pelayanan pada variabel X dan loyalitas nasabah di variabel Y.	Sama-sama membahas penanganan keluhan pada variabel X dan kepuasan nasabah pada variabel Y

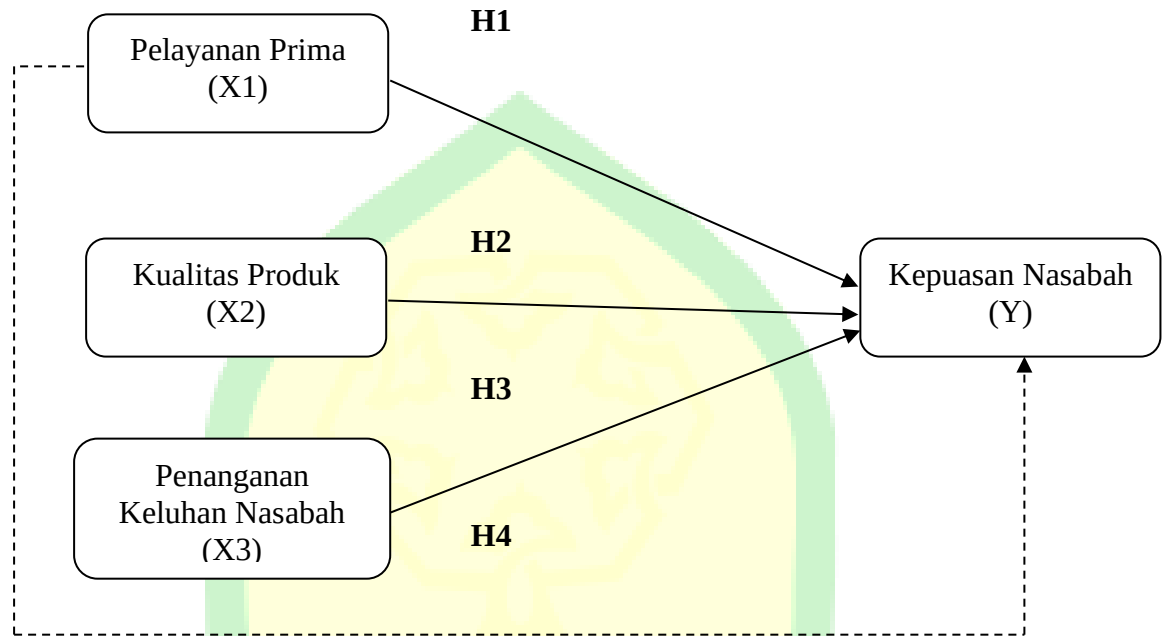
		kualitas pelayanan dan penanganan keluhan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah		
13.	Ditta Nur Hidayanti, Heni Noviarita, Erike Anggraeni / Analisis Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPRS Seprovinsi Lampung/ 2020	Hasil penelitian menemukan bahwa penanganan keluhan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah PT. BPRS se-Provinsi Lampung. Oleh sebab itu untuk mempertahankan loyalitas nasabah PT. BPRS se-Provinsi Lampung dapat melakukan berbagai opsi seperti peningkatan	Di dalam penelitian tersebut variabel Y adalah loyalitas nasabah	Sama-sama membahas mengenai penanganan keluhan nasabah pada variabel X

		kualitas layanan, meningkatkan kepuasan, persepsi nilai, E-Servqual dan penggunaan mobile banking.		
14.	Diantika Sepyarina/ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Penanganan Komplain dan Tingkat Margin Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Pada KSPPS BTM BiMU Bandar Lampung)/ 2019	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan penanganan komplain memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah, namun variabel tingkat margin memiliki pengaruh yang negative terhadap kepuasan nasabah	Di dalam penelitian tersebut membahas kualitas pelayanan dan tingkat margin pada variabel X	Sama-sama membahas penanganan keluhan pada variabel X dan kepuasan nasabah pada variabel Y
15.	Agil Nurcahyo/ Pengaruh Kualitas	Hasil penelitian menunjukkan	Di dalam penelitian	Sama-sama membahas

Pelayanan, Penanganan Komplain dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Koperasi Syariah Murni Amanah Sejahtera Malang)/ 2022	bahwa kualitas pelayanan, penanganan komplain, dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. dan variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang paling dominan.	tersebut membahas kualitas pelayanan pada variabel X	penanganan keluhan dan kualitas produk pada variabel X serta kepuasan nasabah pada variabel Y
--	---	--	---

C. Kerangka Berfikir

Dalam kerangka pemikiran teoritis ini, menggambarkan bahwa adanya pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah. kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, serta penanganan keluhan nasabah terhadap kepuasan nasabah. Kerangka berpikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.²⁴ Karena hipotesis merupakan kebenaran jawaban atau dugaan yang bersifat sementara maka perlu dibuktikan kebenarannya dengan penelitian lebih lanjut.

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 64.

Berdasarkan tinjauan di atas maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun

Menurut Kasmir pelayanan prima adalah pelayanan yang baik dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan.²⁵ Apabila dalam suatu bank tersebut memiliki pelayanan prima yang sesuai yang diharapkan oleh nasabah, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah pada suatu bank tersebut.

Sehingga penulis membuat hipotesis sebagai berikut :

H0: Tidak terdapat pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.

H1: Terdapat pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun

Menurut Kotler dan Keller (2009: 143), kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen; baik yang tersurat maupun yang tersirat.²⁶ Apabila dalam

²⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Edisi 3 (Jakarta: Kencana, 2003), 27.

²⁶ Nia Safitri Dewi and Rokh Eddy Prabowo, "Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang)," *Procedding*, 2018, 711.

suatu bank memiliki kualitas produk yang sesuai dengan harapan nasabah maka semakin tinggi tingkat kualitas produk pada suatu bank, maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah dalam suatu bank tersebut.

Sehingga penulis membuat hipotesis sebaga berikut :

H0: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.

H2: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.

3. Pengaruh Penanganan Keluhan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun

Menurut Tjiptono penanganan keluhan nasabah adalah sesuatu yang dianggap mengganggu atau tidak menyenangkan terhadap beberapa aspek yang diterima seseorang. Secara sederhana, komplain bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan.²⁷ Apabila dalam penanganan keluhan nasabah di bank syariah tersebut dilayani dengan cepat maka semakin tinggi penanganan keluhan nasabah maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah terhadap bank syariah.

Sehingga penulis membuat hipotesis sebagai berikut :

²⁷ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi, 2014), 446.

H0: Tidak terdapat pengaruh penanganan keluhan nasabah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.

H3: Terdapat pengaruh penanganan keluhan nasabah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.

4. Pengaruh Pelayanan Prima, Kualitas Produk dan Penanganan Keluhan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun

Hipotesis terakhir yang digunakan oleh peneliti adalah untuk menguji apakah pelayanan prima, kualitas produk, dan penanganan keluhan nasabah secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah atau tidak. Sehingga penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

Ho: Pelayanan prima, kualitas produk, dan penanganan keluhan nasabah tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun

H4: Pelayanan prima, kualitas produk, dan penanganan keluhan nasabah tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel satu dengan variabel yang lainnya. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹ Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner yang diberikan kepada responden. Untuk teknik analisis data pada penelitian menggunakan regresi linear berganda.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut,

¹ Ibid., 8.

kemudian ditarik kesimpulannya. Macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi :

a. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Di dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah pelayanan prima (X1), kualitas produk (X2), dan penanganan keluhan nasabah (X3).

b. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y).

2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang menjadikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut.

Definisi operasional memungkinkan sebuah konsep yang bersifat abstrak dijadikan suatu yang operasional sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan pengukuran.² Definisi operasional masing-masing variabel dalam penelitian adalah sebagai berikut:

² Nikmatur Ridha, "Proses Penelitian, Masalah, Variabel, Dan Paradigma Penelitian," *Jurnal Hikmah* 14, No. 1 (Juni 2017): 63.

Tabel 3.1

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel dan Definisi Operasional	Indikator	Dimensi	Pengukuran	Sumber
Pelayanan prima (X1) Pelayanan prima adalah pelayanan yang baik dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan.	1. Bentuk fisik (<i>tangibles</i>) 2. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) 3. Keandalan (<i>reability</i>) 4. Empati (<i>empaty</i>) 5. Jaminan (<i>assurance</i>)	1. Karyawan Bank Muamalat KCP Madiun mampu melayani nasabah dengan baik 2. Karyawan Bank Muamalat KCP Madiun mampu menjaga hubungan baik dengan nasabah 3. Karyawan Bank Muamalat KCP Madiun ramah dan sopan, mengucapkan salam serta mengucapkan terimakasih	SS = Sangat Setuju diberi skor 4 S = Setuju diberi skor 3 TS = Tidak Setuju diberi skor 2 STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1	M. Nur Rianto Al Arif, <i>Dasar-dasar Pemasaran</i> Bank Syariah, Edisi 2 (Bandung : Alfabeta, 2012), 221

		kepada nasabah 4. Karyawan Bank Muamalat berpakaian secara sopan, rapi, menarik dan menurut aurat sesuai syariat Islam 5. Kemampuan karyawan Bank Muamalat KCP Madiun selalu tanggap dan cepat dalam memberikan pelayanan kepada nasabah 6. Karyawan Bank Muamalat KCP Madiun bersikap secara adil kepada nasabah 7. Karyawan Bank Muamalat KCP Madiun bersikap perhatian saat melayani nasabah		
--	--	--	--	--

		8. Pegawai Bank Muamalat KCP Madiun mampu berkomunikasi dengan baik dan memberikan penjelasan dengan baik kepada nasabah		
Kualitas produk (X2) Kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya yang meliputi kinerja, keragaman produk, keandalan, kesesuaian, ketahanan, kemampuan layanan, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan.	1. Kinerja (<i>performance</i>) 2. Fitur (<i>features</i>) 3. Reabilitas (<i>reability</i>) 4. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specification</i>) 5. Daya tahan (<i>durability</i>) 6. <i>Serviciability</i> 7. Estetika (<i>esthetics</i>)	1. Produk-produk yang ada di Bank Muamalat sesuai dengan ketentuan syariah 2. Biaya administrasi yang terjangkau di Bank Muamalat KCP Madiun 3. Produk-produk yang dimiliki Bank Muamalat KCP Madiun sesuai dengan kebutuhan nasabah 4. Adanya kemudahan	SS = Sangat Setuju diberi skor 4 S = Setuju diberi skor 3 TS = Tidak Setuju diberi skor 2 STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1	Fandy Tjiptono, <i>Pemasaran Jasa</i> (Yogyakarta : Andi, 2014), 75

		untuk nasabah dalam menggunakan produk di Bank Muamalat KCP Madiun 5. Setoran pembukaan produk tabungan di Bank Muamalat KCP Madiun sudah sesuai dengan kemampuan nasabah 6. Adanya fasilitas <i>e-banking</i> di Bank Muamalat KCP Madiun yang dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi		
Penanganan keluhan (X3) Penanganan keluhan adalah suatu ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan dari nasabah.	1. Kecepatan dalam menangani keluhan 2. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan	1. Karyawan menangani dan menyelesaikan keluhan dengan cepat dan tepat 2. Karyawan bersikap sabar,	SS = Sangat Setuju diberi skor 4 S = Setuju diberi skor 3 TS = Tidak Setuju diberi skor 2	Fandy Tjiptono, <i>Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer</i>, Edisi 1 (Yogyakarta: Andi, 2000), 182.

	n atau keluhan 3. Emapti terhadap pelanggan yang marah 4. Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan	memberikan perhatian saat nasabah melakukan komplain 3. Bank Muamalat KCP Madiun menerima dengan baik keluhan yang disampaikan oleh nasabah 4. Bank memberikan kemudahan dalam pengajuan komplain 5. Bank Muamalat KCP Madiun selalu siap dalam menghadapi kemungkinan terjadinya permasalahan nasabah. 6. Bank Muamalat KCP Madiun bersikap adil dan jujur dalam menangani keluhan nasabah	STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1	
--	---	--	--	--

Kepuasan nasabah (Y) Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya,	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali (beli ulang) - Kesediaan merekomendasikan	1. Nasabah ingin menggunakan kembali produk dan jasa dari Bank Muamalat KCP Madiun 2. Nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan di Bank Muamalat KCP Madiun 3. Pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat KCP Madiun sudah sesuai dengan harapan saya 4. Nasabah akan merekomendasikan produk dan jasa Bank Muamalat KCP Madiun kepada keluarga atau teman 5. Produk-produk yang	SS = Sangat Setuju diberi skor 4 S = Setuju diberi skor 3 TS = Tidak Setuju diberi skor 2 STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1	Indrasari, Dr. Meithiana. <i>Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan</i>. Pertama. (Surabaya: UNITOMO Press, 2019),92.
--	---	---	---	--

		dimiliki Bank Muamalat KCP Madiun sesuai dengan harapan saya 6. Nasabah merasa puas dengan perhatian yang diberikan Bank Muamalat KCP Madiun kepada nasabah 7. Nasabah merasa puas dengan sikap dan perilaku karyawan Bank Muamalat KCP Madiun kepada nasabah		
--	--	--	--	--

C. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian tersebut di Bank Muamalat KCP Madiun yang terletak di Jl. Kolonel Marhadi No.20, Pangongangan, Kecamatan Manguharjo, Kota Madiun, Jawa Timur. Alasan saya memilih Bank Muamalat sebagai tempat penelitian saya dikarenakan bahwa lokasi Bank Muamalat KCP Madiun tersebut

dengan lokasi saya sehingga saya memilih Bnak Muamalat KCP Madiun sebagai lokasi penelitian ini. Sedangkan untuk waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 31 Maret 2023 sampai dengan 31 April 2023.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat KCP Madiun. Dalam penelitian ini jumlah nasabah bank muamalat KCP madiun sebanyak 8.920 nasabah yang masih aktif bertransaksi di Bank Muamalat KCP Madiun.⁴

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁵ Untuk menentukan sampel, perlu diperhatikan kualitas populasi. Jika populasi lebih dari 100 maka, diambil 10-15% sebagai sampel, sedangkan jumlah populasi kurang

80. ³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015),

⁴ Affandi, Wawancara, 16 Januari 2023.

82. ⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015),

dari 100, maka itu harus dijadikan sampel semua. Teknik penelitian sampel pada penelitian ini menggunakan tehnik *non probability sampling*. *Non probabiity sampling* yaitu tehnik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁶

Metode penentuan banyaknya sampel dilakukan dengan menggunakan *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.⁷ Dan yang menjadi sampel penelitian ini adalah sebagian dari seluruh nasabah penabung pada Bank Muamalat Cabang Madiun. Pada penelitian ini menggunakan teori slovin. Menurut slovin untuk menentukan besarnya sample dicari dengan rumus:

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

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan (5%)

⁶Yeti Nurizzati, "Peranan Statistika Dalam Penelitian Sosial Ekonomi", *Jurnal Edueksos*, Vol. 1, No. 1, Januari 2012, 95.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 90.

Jumlah populasi nasabah pada Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Madiun sebanyak 8.920 nasabah dan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 10%, maka jumlah sample dapat digunakan adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{8.920}{1 + 8920 \times (0.1)^2}$$

$$n = 99,98 \rightarrow 100 \text{ jika dibulatkan}$$

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah kuantitatif, maka data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari subyek yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Sugiyono dalam Popong Suryani data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan data primer diperoleh dari kuesioner yang dilakukan.⁸ Dalam penelitian

⁸Popong Suryani, Yoyok Cahyono, and Berliana Dita, "Pengaruh Motivasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja Pada Karyawan Bagian Produksi Di PT Tuntex Garment Indonesia," *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)* 1, no. 1 (June 2020): 74.

ini, data primer yang diperoleh adalah kuisiner. Pada kuisiner tersebut merupakan hasil responden terkait pelayanan prima, kualitas produk, penanganan keluhan nasabah, dan kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Madiun.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono dalam Popong Suryani data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen. Data penunjang penelitian didapat dari dokumen-dokumen, perusahaan yang berkaitan dengan penelitian tersebut.⁹ Pada penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah wawancara. Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung kepada objek yang akan diteliti atau kepada perantara yang mengetahui persoalan dari objek yang diteliti.¹⁰

F. Metode Pengumpulan Data

⁹ Ibid.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 64.

Untuk memperoleh suatu data dan pengelolaan dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah dengan menggunakan angket (kuisisioner). Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan responden.¹¹ Tujuan dari kuisisioner tersebut adalah untuk memperoleh data yang akurat sesuai dengan apa yang akan diteliti oleh peneliti. Pada penelitian ini kuisisioner tersebut disebarkan kepada nasabah Bank Muamalat KCP Madiun yang akan dijawabnya.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dapat diartikan pula sebagai alat untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisa dan menyajikan data-data secara sistematis serta objektif dengan tujuan memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis. Jadi semua alat yang bisa mendukung suatu penelitian bisa disebut instrumen penelitian atau instrumen pengumpulan data.¹² Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 142.

¹² Hamni Fadillah Nasution, "Instrumen Penelitian Dan Urgesinya Dalam Penelitian Kuantitatif," *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman* 4, no. 1 (June 2016): 64.

persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.¹³

Pada penelitian ini instrument yang digunakan adalah berupa kuisioner (angket). Pada kuisioner tersebut berisi tiga bagian pertanyaan-pertanyaan mengenai variabel pelayanan prima, kualitas produk, penanganan keluhan nasabah serta kepuasan nasabah. Di masing-masing instrumen akan diberi jawaban dan nilai berdasarkan Skala Likert diantaranya :

1. Sangat Setuju (SS) : Skor 5
2. Setuju (S) : Skor 4
3. Tidak Setuju (TS) : Skor 2
4. Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

¹³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 93.

H. Validitas dan Realibilitas Instrumen

a. Validitas

Uji validitas adalah alat untuk mengukur sah atau valid dan tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrument dikatakan valid, jika instrument itu mampu mengukur apa yang seharusnya diukur menurut situasi dan tujuan tertentu. Dengan kata lain, secara sederhana dapat dikatakan bahwa sebuah instrument dianggap valid, jika instrument itu benarbenar dapat dijadikan alat untuk mengukur apa yang diukur.¹⁴ Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor pertanyaan dengan total skor. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan yang digunakan dalam penelitian itu dianggap valid. Sedangkan apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut tidak valid atau gugur. Nilai r_{tabel} dicari dengan *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel dan *alpha* atau tingkat signifikan 0,05 atau 5%.¹⁵ Berikut ini contoh pengujian validitas dengan 30 responden.

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan Prima

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,391	0,361	Valid
X1.2	0,558	0,361	Valid
X1.3	0,623	0,361	Valid
X1.4	0,562	0,361	Valid
X1.5	0,809	0,361	Valid

¹⁴ Danang Sunyoto, *Praktik Spss Untuk Kasus Dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 110.

¹⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 53

X1.6	0,727	0,361	Valid
X1.7	0,660	0,361	Valid
X1.8	0,412	0,361	Valid

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X2.1	0,379	0,361	Valid
X2.2	0,379	0,361	Valid
X2.3	0,379	0,361	Valid
X2.4	0,791	0,361	Valid
X2.5	0,703	0,361	Valid
X2.6	0,536	0,361	Valid

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Variabel Penanganan Keluhan Nasabah

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
X3.1	0,680	0,361	Valid
X3.2	0,504	0,361	Valid
X3.3	0,737	0,361	Valid
X3.4	0,792	0,361	Valid
X3.5	0,757	0,361	Valid
X3.6	0,532	0,361	Valid

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Y1	0,589	0,361	Valid
Y2	0,520	0,361	Valid
Y3	0,611	0,361	Valid
Y4	0,798	0,361	Valid
Y5	0,571	0,361	Valid
Y6	0,626	0,361	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas di atas menunjukkan bahwa variabel pelayanan prima, kualitas produk, penanganan keluhan nasabah dan kepuasan nasabah dinyatakan valid. Hal ini

ditunjukkan dari nilai r hitung lebih besar dari 0,361 sehingga dapat dikatakan pernyataan-pernyataan tersebut valid.

b. Realibilitas

Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuisioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap kuisioner adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan kuisioner reliabel atau tidak reliabel menggunakan *alpha cronbach*. Kuisioner reliabel jika *alpha cronbach* $>0,60$ dan tidak reliabel jika sama dengan atau bawah $<0,60$.¹⁶

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear berganda dapat disebut baik jika terbebas dari asumsi-asumsi klasik statistik, yaitu normalitas, multikolinieritas, dan heterokedastisitas. Berikut ini akan dibahas satu per satu ketiga asumsi tersebut :

a. Uji normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik

¹⁶ Danang Sunyoto, *Teori, Kuisioner, dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013), 141.

adalah distribusi normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi normal atau tidak, dilakukan dengan cara melihat *Normal Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data akan membandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.¹⁷

b. Uji Linieritas

Uji linearitas adalah uji untuk melaksanakan uji regresi, yaitu untuk mengetahui apakah antara variabel independen/bebas (X) dan variabel dependen/terikat (Y) itu berbentuk linier (garis lurus) atau tidak. Kriteria yang digunakan dalam uji linieritas ini adalah apabila dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai Pvalue atau ditunjukkan oleh nilai $\text{sig.} > 0,05$ dan sebaliknya apabila nilai P-value atau ditunjukkan oleh nilai $\text{sig.} < 0,05$ maka data tidak linier atau non linier. Apabila data tersebut berbentuk linier maka uji akan dilanjutkan ke uji regresi linier berganda.¹⁸

c. Uji Autokorelasi

¹⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi kelima, (Semarang: Universitas Diponogoro, 2011), 161-162.

¹⁸ Andhita, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*, 55.

Uji autokorelasi adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t sebelumnya pada model regresi linier yang dipergunakan. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Persamaan regresi linier bergada yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi.¹⁹ Cara mendetek dengan uji Durbin-Waston (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:²⁰

- 1) Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW di bawah -2 atau $DW < -2$
- 2) Tidak terjadi autokorelasi, jika nilai DW diantara -2 dan +2 atau $-2 \leq DW \leq +2$
- 3) Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW di atas +2 atau $DW > +2$.

d. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada dan tidaknya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik, tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model

¹⁹ Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*, 119.

²⁰ Ibid, 41

regresi yaitu dengan menggunakan *VIF (Varians Inflation Factor)* dan *Tolerance*.²¹

e. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika residualnya mempunyai *varians* yang sama disebut homoskedastisitas dan jika *varians*nya tidak sama atau berbeda disebut heterokedastisitas.²²

2. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linier sederhana digunakan persamaan untuk garis regresi sebagai berikut:²³

$$Y = a + b X$$

Dimana :

Y : Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a : Konstan

²¹Singgih Santoso, *buku latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta:PT. Elex Media Komputindo, 2000), 166.

²²Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi:Alat Statistik & Analisis OutputKomputer*, (Yogyakarta:CAPS, 2011), 134.

²³ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 379.

b : Koefisien regresi

X : Variabel bebas

3. Uji Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini menggunakan analisis data dengan regresi linear berganda. Hal tersebut dikarenakan jumlah variabel independen dalam penelitian ini lebih dari satu. Adapun teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu menggunakan regresi linear sederhana. Adapun model regresi linier berganda yaitu:²⁴

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

Dimana :

Y : Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a : Konstan

b₁ b₂ : Koefisien regresi

X₁X₂ : Variabel bebas

e : Standar error (5%)

4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) adalah suatu ukuran yang dapat menjelaskan porsi variasi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh

²⁴ Ibid, 301

garis regresinya atau variabel bebasnya. Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1 yaitu $0 \leq r^2 \leq 1$. Bila $r^2 = 1$ berarti 100% total variasi variabel terikat dijelaskan oleh variabel bebasnya dan menunjukkan ketepatan yang baik. Dan bila $r^2 = 0$ berarti tidak ada total variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebasnya. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai *R Square* dikatakan baik jika di atas 0,5 karena nilai *R Square* berkisar antara 0 sampai 1. Pada output SPSS koefisien determinasi terletak pada tabel *Model Summary* dan tertulis *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *adjust R Square*, karena disesuaikan dengan jumlah variabel independen.²⁵

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang akan dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan hasil terhadap hipotesis awal yang sudah dibuat. Pengujian hipotesis dilakukan melalui:

a. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama yaitu menggunakan F hitung. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara

²⁵Yanti Budiasih, *Statistika Deskriptif untuk Ekonomi & Bisnis*, (Tangerang: Jelajah Nusa, 2012),198.

simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% (0,05) , adapun prosedurnya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima atau H_a ditolak, ini berarti menyatakan bahwa semua variabel independen atau bebas tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.
- 2) Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak atau H_a diterima, ini berarti menyatakan bahwa semua variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.²⁶

b. Uji t (Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari variabel masing-masing independen yaitu: pelayanan prima (X_1), kualitas produk (X_2), penanganan keluhan nasabah (X_3) terhadap satu variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah (Y), maka nilai signifikan t dibandingkan dengan derajat kepercayaannya. Apabila $\text{sig } t$ lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima. Demikian

²⁶ Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 137

pula sebaliknya jika $\text{sig } t$ lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak. Bila H_0 ditolak ini berarti ada hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.²⁷



²⁷Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Edisikelima, (Semarang: Universitas Diponogoro, 2011),101.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (BMI) memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 *Rabi'us Tsani* 1412 H. Pendirian BMI digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H.¹

BMI terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan *multifinance syariah* (*Al-Ijarah Indonesia Finance*) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Selain itu produk Bank yaitu *Shar-e* yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk *Shar-e Gold* Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip

¹ “Profil Bank Muamalat”, dalam <http://www.bankmuamalat.co.id//>, (diakses pada tanggal 24 April 2023 jam 11.00)

pertama di Indonesia serta layanan *e-channel* seperti *internet banking*, *mobile banking*, ATM, dan *cash management*. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.²

Pada 27 Oktober 1994, BMI mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi BMI di peta industri perbankan Indonesia.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia *Electronic*

² Ibid.

Payment (MEPS).

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, BMI melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu *Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF)* yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS).

Sejak tahun 2015, BMI bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah BMI akan terus melaju mewujudkan visi menjadi *“The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”*.

2. Visi dan Misi Bank Muamalat

a. Visi

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

b. Misi

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.³

3. Produk dan layanan Bank Muamalat

a. Penghimpun dana ⁴

1) Tabungan iB Hijrah

Tabungan dalam mata uang rupiah yang dapat digunakan untuk beragam jenis transaksi, memberikan akses yang mudah, serta manfaat yang luas. Tabungan iB Hijrah dilengkapi dengan dua pilihan kartu ATM/Debit yaitu kartu *Shar-e Reguler*, *Share Gold*, dan *Shar-e Ihram*.

2) Tabungan iB Hijrah Valas

Tabungan dalam denominasi valuta asing *US Dollar* (USD) dan *Singapore Dollar* (SGD) bertujuan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam.

3) Tabungan iB Hijrah Haji

Tabungan haji dan umrah dalam mata uang rupiah dan valuta asing *US Dollar* yang dikhususkan bagi nasabah muslim

³Visi dan misi”, dalam <http://www.bankmuamalat.co.id//>, (diakses pada tanggal 24 April 2023 jam 12.00)

⁴Ibid

Indonesia yang berencana menunaikan ibadah haji dan umrah.

4) Tabungan iB Hijrah Rencana

Tabungan Hijrah Rencana merupakan tabungan berjangka dalam mata uang rupiah, memiliki setoran rutin bulanan dan tidak bisa ditarik sebelum jangka waktu berakhir kecuali penutupan rekening serta pencairan dana hanya bisa dilakukan ke rekening sumber dana. Tabungan Hijrah Rencana solusi bagi perencanaan keuangan guna memenuhi rencana dan impian dimasa depan.⁵

5) TabunganKu iB

Tabungan syariah dalam mata uang rupiah yang sangat terjangkau bagi nasabah dari semua kalangan masyarakat.

6) Tabungan iB Hijrah Prima

Tabungan iB Hijrah Prima merupakan tabungan yang didesain bagi nasabah yang ingin mendapatkan bagi hasil maksimal dan kebebasan bertransaksi.

7) Tabungan iB Hijrah Bisnis

Tabungan iB Hijrah Bisnis adalah produk tabungan yang digunakan untuk mengakomodir kebutuhan bisnis nonindividu dengan memberikan kemudahan dan kenyamanan bertansaksi yang didukung oleh fasilitas *Cash Management System*.

8) Deposito iB Hijrah

⁵Ibid

Deposito syariah dalam mata uang rupiah dan US Dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal bagi nasabah. Deposito mudharabah diperuntukkan bagi nasabah perorangan dan institusi yang memiliki legalitas badan.

9) Giro iB Attijary

Giro iB Hijrah *Attijary* merupakan produk giro dengan akad wadiah yang memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi dan sarana untuk memenuhi kebutuhan bisnis nasabah perorangan maupun nonperorangan yang didukung oleh fasilitas cash management.

10) Giro iB Hijrah Ultima

Giro iB Hijrah Ultima yaitu produk giro berbasis akad mudharabah yang berlaku perorangan maupun non perorangan serta memberikan kemudahan bertransaksi dengan imbal bagi hasil optimal.

11) Dana Pensiun Muamalat

Dana Pensiun Muamalat DPLK Muamalat dapat diikuti oleh nasabah yang berusia minimal 18 tahun, atau sudah menikah, dengan dua pilihan usia pension dan iuran pension yang terjangkau, yaitu minimal Rp 20.000 per bulan dan pembayarannya dapat didebet secara otomatis dari rekening Bank

Muamalat Indonesia atau dapat ditransfer dari bank lain¹³.

b. Produk Penyaluran Dana

Dana yang dihimpun oleh Bank sebagian besar disalurkan dalam bentuk pembiayaan, baik untuk usaha produktif maupun untuk keperluan konsumtif. Produk yang disalurkan oleh Bank Muamalat adalah sebagai berikut:

- 1) KPR iB Muamalat KPR iB Muamalat adalah pembiayaan yang akan membantu nasabah untuk memiliki rumah tinggal/apartemen baru maupun *secondary*. Pembiayaan ini juga dapat digunakan untuk pengalihan *take over* KPR dari bank lain, pembangunan, dan renovasi tempat tinggal. Diperuntukkan bagi perorangan (WNI) cakap hukum yang berusia minimal 21 tahun atau maksimal 55 tahun untuk karyawan, dan 60 tahun untuk wiraswasta atau professional pada saat jatuh tempo pembiayaan.
- 2) iB Muamalat Multiguna Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam pembelian barang halal (selain tanah, bangunan, mobil dan emas) serta sewa jasa yang diperbolehkan secara syariah seperti umrah, wisata dan lainnya.
- 3) iB Muamalat Koperasi Karyawan Pembiayaan yang diberikan kepada koperasi karyawan untuk disalurkan kepada para anggotanya (karyawan BUMN/ PNS/Swasta) dengan tujuan pembelian barang halal. Diperuntukkan bagi para anggota koperasi karyawan dan diajukan secara berkelompok.
- 4) iB Muamalat Pensiun Pembiayaan yang diberikan kepada para pension PNS/TNI/ Polri/BUMN/BUMD/Swasta untuk pembelian

barang konsumtif yang halal (termasuk rumah tinggal dan kendaraan bermotor) atau sewa jasa halal (seperti keperluan pendidikan anak, umrah, wisata, dan lainnya) dengan ketentuan pembayaran manfaat pensiun wajib dialihkan melalui Bank Muamalat Indonesia.⁶

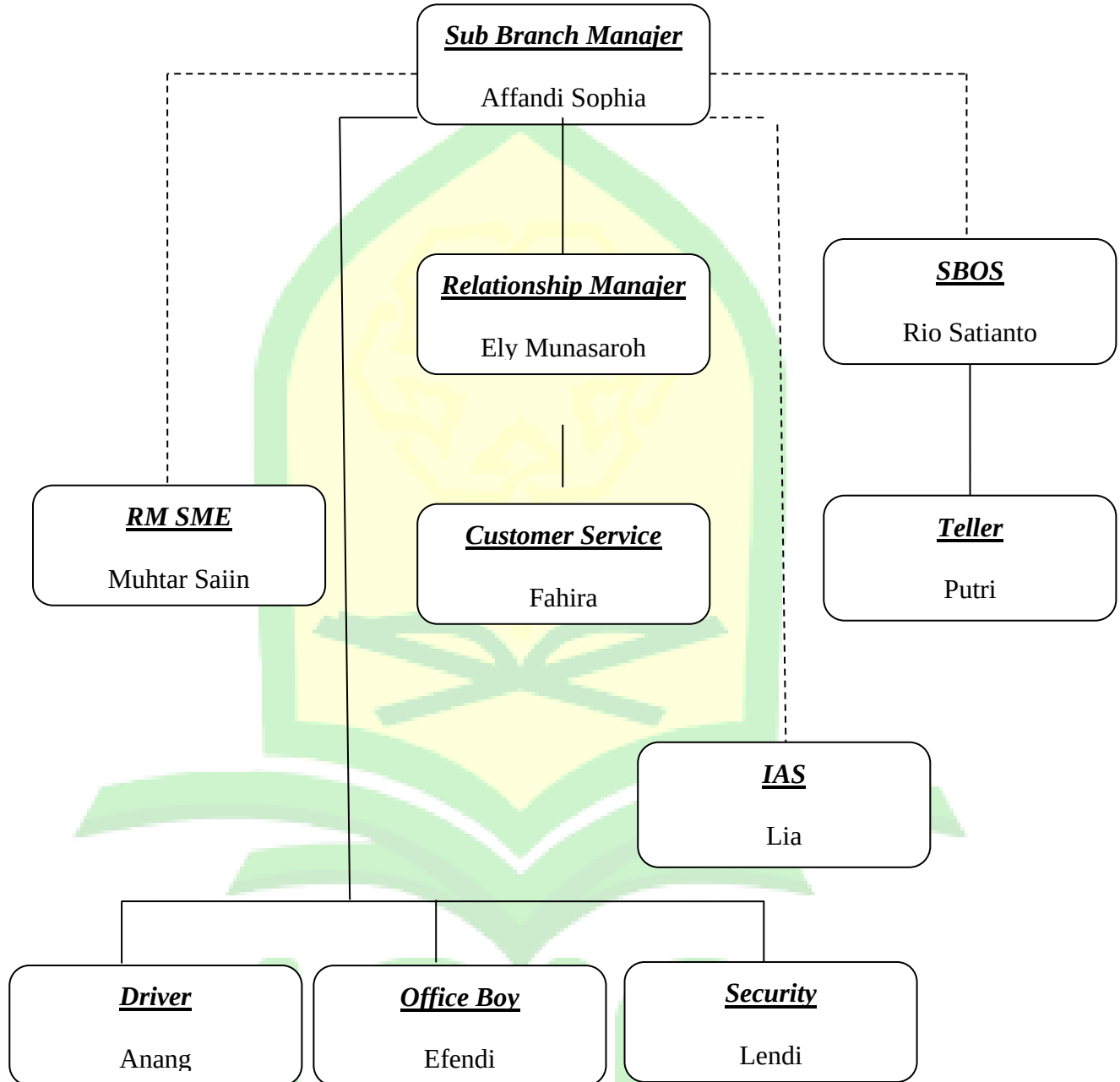
- 5) Pembiayaan Autoloan (*Via Multifinance*) Pembiayaan yang diberikan kepada end user dengan tujuan pembelian kendaraan bermotor (mobil dan motor) melalui perusahaan *multifinance* yang bekerja sama dengan Bank Muamalat Indonesia.
- 6) iB Modal Kerja Reguler Pembiayaan jangka pendek yang diperuntukkan bagi Nasabah Perorangan atau Badan Usaha untuk memenuhi kebutuhan Modal Kerja Asset Lancar.
- 7) iB Modal Kerja Proyek Pembiayaan produktif yang diperuntukkan bagi nasabah untuk memenuhi kebutuhan Modal Kerja Proyek atas pembangunan, pemeliharaan, atau pengadaan
- 8) iB Modal Kerja Kontruksi Developer Pembiayaan modal kerja khusus bagi Developer guna pembangunan *property residensial/non residensial*, sarana dan prasarana perumahan.
- 9) iB Modal Kerja Lembaga Keuangan Syariah Pembiayaan yang diberikan bagi Lembaga Keuangan Syariah (seperti BPRS, Modal Ventura, KopSyah.) untuk memenuhi kebutuhan modal kerja yang akan disalurkan kembali ke enduser dengan pola *executing*.

⁶Ibid

- 10) iB Investasi Reguler Pembiayaan yang disediakan dalam rangka pemenuhan pembelian asset tetap, pembelian mesin produksi, atau investasi lainnya selain properti dalam rangka peremajaan, perluasan, peningkatan kapasitas usaha, dan/atau pendirian unit usaha baru.
- 11) iB Properti Bisnis Pembiayaan yang disediakan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan akan pembelian Properti Bisnis sebagai investasi ataupun untuk peremajaan/renovasi dan pembangunan properti bisnis sebagai investasi ataupun untuk peremajaan/ renovasi dan pembangunan properti bisnis atau diatas lahan milik nasabah.
- 12) Muamalat Usaha Mikro Pembiayaan dalam bentuk modal kerja dan investasi yang diberikan kepada pengusaha mikro baik untuk perorangan maupun badan usaha non hukum.
- 13) iB Rekening Koran Muamalat Pembiayaan jangka pendek untuk modal kerja yang bersifat fluktuatif dengan perputaran transaksi yang cepat dengan penarikan dana yang dapat dilakukan sesuai kebutuhan melalui Cek atau Bilyet Giro.

lain
PONOROGO

4. Struktur Organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Madiun



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Madiun

Berikut penjelasan dari struktur organisasi di atas:

a. *Sub Branch Manager*

- 1) Memimpin kantor Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun, memonitor dan mensupervisi pencapaian *financing* dan *funding* sehingga mencapai target.
- 2) Mengendalikan pelaksanaan rencana kerja mengkoordinasi pelaksanaan operasional kantor.
- 3) Mengkoordinasi seluruh kegiatan dan sarana untuk mencapai suatu target yang sesuai dengan visi dan misi.

b. *Sub Branch Organization Manager*

- 1) Bertanggung jawab kepada Branch Manager atas semua pelaksanaan standar operasional perusahaan.
- 2) Mengawasi dan melakukan koordinasi kegiatan operasional.
- 3) Melakukan pengembangan kegiatan operasional.

c. *Marketing Funding Branch Manager*

- 1) Bertanggung jawab dalam kinerja marketing funding dalam mencapai target yang telah ditentukan.
- 2) Membina hubungan saling menguntungkan antar pihak bank dengan nasabah.
- 3) Melakukan komunikasi intensif dan memberi solusi nasabah yang berhubungan dengan produk/jasa.
- 4) Menyusun strategi planning dan sosialisasi kepada nasabah.
- 5) Berkewajiban meningkatkan pelayanan dan pengetahuan perbankan kepada calon nasabah.

d. *Customer Service*

- 1) Memberikan penjelasan kepada nasabah tentang produk, syarat dan tata cara secara langsung atau melalui telepon.
- 2) Melayani pembukaan rekening tabungan, giro dan deposito.
- 3) Melayani keluhan dari nasabah dengan menyelesaikan dengan segera dan benar.
- 4) Menawarkan produk atau jasa kepada nasabah.
- 5) Mengerjakan instruksi yang diminta atasan yang berkaitan dengan pekerjaan.

e. *Teller*

- 1) Membukukan transaksi yang berhubungan dengan penerimaan atau pengeluaran kas harian.
- 2) Pelaksanaan transaksi dalam keuangan tunai, penarikan dan setoran.
- 3) Melakukan pencocokan saldo dengan fisik uang dan saldo neraca harian.

f. *Security*

- 1) Membukakan pintu nasabah pada saat datang dan pulang.
- 2) Siap siaga, menjaga keamanan dan memantau situasi kantor.
- 3) Mengeluarkan dan memasukkan uang ke khasanah bersama teller dan operation officer.
- 4) Membantu dalam melayani nasabah.

g. *Office Boy*

- 1) Menjaga kebersihan dan kerapian kantor.
- 2) Membantu karyawan jika diperlukan.

- 3) Memelihara semua perlengkapan dan peralatan kantor.
- 4) Menyediakan minuman dan makanan untuk karyawan.

h. *Driver*

- 1) Memelihara kendaraan kantor.
- 2) Mengantar dan menjemput karyawan bank dalam melaksanakan tugas.
- 3) Siaga dalam melayani karyawan jika sewaktu-waktu diperlukan.

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2004:137). Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak di ukur. Dengan kata lain, uji validitas ialah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian.⁷

⁷Andi Arsi, "Langkah-Langkah Uji Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS," 2021, 1.

Tabel 4.1**Hasil Pengujian Validitas**

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pelayanan Prima	X1.1	0,400	0,195	Valid
	X1.2	0,464	0,195	Valid
	X1.3	0,403	0,195	Valid
	X1.4	0,551	0,195	Valid
	X1.5	0,626	0,195	Valid
	X1.6	0,492	0,195	Valid
	X1.7	0,631	0,195	Valid
	X1.8	0,559	0,195	Valid
Kualitas Produk	X2.1	0,581	0,195	Valid
	X2.2	0,503	0,195	Valid
	X2.3	0,469	0,195	Valid
	X2.4	0,654	0,195	Valid
	X2.5	0,732	0,195	Valid
	X2.6	0,370	0,195	Valid
Penanganan Keluhan Nasabah	X3.1	0,624	0,195	Valid
	X3.2	0,676	0,195	Valid
	X3.3	0,676	0,195	Valid
	X3.4	0,580	0,195	Valid
	X3.5	0,611	0,195	Valid
	X3.6	0,510	0,195	Valid
Kepuasan Nasabah	Y.1	0,588	0,195	Valid
	Y.2	0,581	0,195	Valid
	Y.3	0,495	0,195	Valid
	Y.4	0,525	0,195	Valid
	Y.5	0,404	0,195	Valid

	Y.6	0,313	0,195	Valid
--	-----	-------	-------	-------

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel pelayanan prima maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid sebab memiliki nilai r hitung lebih dari 0,195. Untuk variabel kualitas produk dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid sebab memiliki nilai r hitung lebih dari 0,195. Untuk variabel penanganan keluhan nasabah dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid karena memiliki nilai r hitung lebih dari 0,195. Sedangkan untuk variabel kepuasan nasabah dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan sudah valid karena memiliki nilai r hitung lebih dari 0,195.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (*reliability*) adalah instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya dilapangan.⁸ Uji ini hanya dapat dilakukan pada pertanyaan-pertanyaan yang valid saja. Dikatakan reliabel jika nilai $\alpha \geq 0.60$.⁹

Tabel 4.2

Pengujian Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
Pelayanan prima (X1)	0,811	Reliabel
Kualitas produk (X2)	0,715	Reliabel

⁸ Andi Arsi, "Langkah -Langkah Uji Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS," 2021, 1.

⁹ Purwaniati Nugraheni & Imam Subaweh, "Pengaruh penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Terhadap Kualitas Laporan Keuangan", *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1, (April 2008), 50.

Penanganan keluhan nasabah (X3)	0,793	Reliabel
Kepuasan nasabah (Y)	0,692	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas untuk variabel penelitian nilai cronbach's alpha $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel tersebut reliabel.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

1. Hasil Pengujian Responden

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti mengenai kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun dengan menyebar kuisioner kepada responden. Jumlah populasi nasabah di Bank Muamalat adalah 8.920 dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden. Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu pelayanan prima, kualitas produk, dan penanganan keluhan nasabah. Berdasarkan data yang telah di kumpulkan ada empat karakteristik responden yang dapat di simpulkan, yaitu,

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil penelitian kepada nasabah Bank Muamalat KCP Madiun yang menjadi responden pada penelitian ini di peroleh gambaran bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin di gambarkan sebagai berikut :

Tabel 4.3

Presentase jumlah responden berdasarkan jenis kelamin Bank

Muamalat KCP Madiun

Jenis Kelamin			
	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Pria	41	41.0	41.0
Perempuan	59	59.0	59.0
Total	100	100.0	100.0

Sumber : Data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 jumlah responden Bank Muamalat KCP Madiun, 41% berjenis kelamin laki-laki dan 58% berjenis kelamin perempuan. Dari jumlah tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden Bank Muamalat KCP Madiun sebagian besar berjenis kelamin perempuan.

b. Berdasarkan Usia

Tabel 4.4

Presentase jumlah responden berdasarkan usia Bank Muamalat KCP Madiun

Usia			
	Frequency	Percent	Valid Percent
20-29 tahun	43	43.0	43.0
30-39 tahun	27	27.0	27.0
40-49 tahun	19	19.0	19.0
50-59 tahun	11	11.0	11.0
Total	100	100.0	100.0

Sumber : Data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 jumlah responden Bank Muamalat KCP Madiun, jumlah responden

usia 20-29 tahun sebanyak 43 atau 43%, usia 30-39 tahun berjumlah 27 orang atau 27%, usia 40-49 berjumlah 19 atau 19%, dan usia 50-59 berjumlah 11 atau 11%,. Dari jumlah tersebut dapat di ketahui bahwa jumlah responden Bank Muamalat KCP Madiun berusia di rentang 20-29 tahun.

c. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.5

Presentase jumlah responden berdasarkan pekerjaan Bank Muamalat KCP Madiun

Pekerjaan		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Wiraswasta	12	12.0	12.0
	Pegawai	22	22.0	22.0
	Ibu Rumah Tangga	16	16.0	16.0
	Mahasiswa	24	24.0	24.0
	Lainnya	26	26.0	26.0
	Total	100	100.0	100.0

S

Sumber : Data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat di ketahui bahwa dari 100 jumlah responden Bank Muamalat KCP Ponorogo, jumlah

responden pada pekerjaan wiraswasta sebanyak 12 orang atau 12%, pegawai swasta berjumlah 22 orang atau 22%, ibu rumah tangga sebanyak 16 orang atau 16 persen, mahasiswa sebanyak 24 orang atau 24%, serta lainnya sebanyak 26 orang atau 26%. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden Bank Muamalat KCP Madiun memiliki pekerjaan lainnya, artinya dari responden tersebut tidak berkerja sebagai ibu rumah tangga, wiraswasta, mahasiswa, serta pegawai.

d. Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.6

Presentase jumlah responden berdasarkan pendidikan Bank Muamalat KCP Madiun

		Pendidikan		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	SD	25	25.0	25.0
	SMP	8	8.0	8.0
	SMA	39	39.0	39.0
	S1/D3	28	28.0	28.0
	Total	100	100.0	100.0

Sumber : Data primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat di ketahui bahwa dari 100 jumlah responden Bank Muamalat KCP Ponorogo, jumlah responden pada pendidikan SD sebanyak 25 orang atau 25%, SMP berjumlah 8 orang atau 8%, SMA sebanyak 39 orang atau 39% dan S1/D3 sebanyak 28 orang atau 28.5. Dari hasil tersebut dapat

diketahui bahwa jumlah responden Bank Muamalat KCP Madiun memiliki pendidikan yaitu SMA.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Selain itu dapat di uji dengan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk model regresi lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukan bahwa persamaan regresi untuk model dalam penelitian ini memiliki sebuah data yang normal.¹⁰

Tabel 4.7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67690019

¹⁰ Andhita, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*, 59-61.

Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.040
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa nilai signifikansi dari *Unstandardized residual* adalah 0,200. Nilai signifikansi = $0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas adalah apabila dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai *P-value* atau ditunjukkan oleh nilai sig. $> 0,05$ dan sebaliknya apabila nilai *P-value* atau ditunjukkan oleh nilai sig. $< 0,05$ maka data tidak linier atau non linier.

1) Hubungan Pelayanan Prima dengan Kepuasan Nasabah

Tabel 4.8

Hasil Uji Linieritas Variabel Pelayanan Prima

Hubungan	Sig	Keterangan
Pelayanan Prima (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	0,201	Linear

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan hubungan antara

variabel pelayanan prima (X1) dengan variabel kepuasan nasabah (Y) memiliki nilai signifikansi yaitu 0,201. Nilai signifikansi = $0,201 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan prima (X1) dengan kepuasan nasabah (Y) data tersebut linear dan layak dipakai.

2) Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Nasabah

Tabel 4.9

Hasil Uji Linieritas Variabel Kualitas Produk

Hubungan	Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	0,326	Linear

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan hubungan antara variabel kualitas produk (X2) dengan variabel kepuasan nasabah (Y) memiliki nilai signifikansi yaitu 0,326. Nilai signifikansi = $0,326 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X2) dengan kepuasan nasabah (Y) data tersebut linear dan layak dipakai.

3) Hubungan Penanganan Keluhan Nasabah dengan Kepuasan Nasabah

Tabel 4.10

Hasil Uji Linieritas Variabel Penanganan Keluhan Nasabah

Hubungan	Sig	Keterangan
Penanganan Keluhan Nasabah (X3) terhadap Kepuasan Nasabah	0,460	Linear

(Y)		
-----	--	--

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan hubungan antara variabel penanganan keluhan nasabah (X3) dengan variabel kepuasan nasabah (Y) memiliki nilai signifikansi yaitu 0,460. Nilai signifikansi = $0,460 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X3) dengan kepuasan nasabah (Y) data tersebut linear dan layak dipakai.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser yaitu mengusulkan untuk meregres nilai *absolut* residual terhadap variabel bebas. Lihat hasil pada tabel *coefficients* (a) pada kolom sig. Apabila nilai sig. $> 0,05$ tidak terjadi heteroskedastisitas.¹¹

Tabel 4.11

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	1.015	1.059	.958	.340
Pelayanan Prima	.061	.052	1.180	.241
Kualitas Produk	-.057	.064	-.890	.376
Penanganan Keluhan Nasabah	-.012	.069	-.176	.861

a. Dependent Variable: abs_RES

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai signifikansi

¹¹Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21*, 53.

pada variabel pelayanan prima(X1) adalah $0,241 > 0,05$, variabel kualitas produk (X2) adalah $0,376 > 0,05$ dan variabel penanganan keluhan nasabah (X3) adalah $0,861 > 0,05$. Dari ketiga variabel tersebut yakni X1, X2, dan X3 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi pada penelitian ini. Sehingga model regresi layak digunakan.

d. Uji Autokorelasi

Persamaan regresi linier berganda yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Cara mendeteksi terjadinya autokorelasi dengan metode Durbin-Watson, uji durbin watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya konstanta dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas.¹²

Tabel 4.12

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Durbin-Watson
1	.663 ^a	.440	1.990

a. Predictors: (Constant), Penanganan Keluhan Nasabah, Pelayanan Prima, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

¹² Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta, 2009), 121-122.

Berdasarkan Tabel 4.7 menunjukkan nilai dw yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,592 sedangkan dari tabel dW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data (n) adalah 100 serta jumlah variabel independen (k) adalah 3 diperoleh nilai dL sebesar 1,613 dan dU 1,736. Karena nilai $dW = 1,990 > dU = 1,736$, sehingga model regresi tidak terdapat masalah autokorelasi.

e. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas, mengacu pada nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai $tolerance > 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$.¹³

Tabel 4.13

Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Pelayanan Prima	.651	1.535
Kualitas Produk	.436	2.294
Penanganan Keluhan Nasabah	.449	2.226

Berdasarkan dari tabel di atas, maka nilai $tolerance$ pada pelayanan prima (X_1) sebesar 0,651, kualitas produk sebesar 0,436

¹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, IV (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006), 95

dan penanganan keluhan nasabah sebesar 0,449 yang artinya ketiganya $> 0,10$. Kemudian untuk nilai VIF, pada variabel pelayanan prima sebesar 1,535, kualitas produk sebesar 2,294 dan penanganan keluhan nasabah sebesar 2,226, yang artinya $< VIF 10$. Maka dapat dikatakan bahwa multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinieritas). Dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linier sederhana digunakan persamaan untuk garis regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14

Koefisien Determinasi X1 dan Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.400 ^a	.360	.151	2.02453

a. Predictors: (Constant), Pelayanan Prima

Dari hasil Tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien korelasi menunjukkan nilai sebesar 0,360 yang mengartikan bahwa pelayanan

prima memiliki hubungan positif terhadap kepuasan nasabah. Koefisien determinasi (R square) sebesar 0,360 menunjukkan bahwa pelayanan prima memiliki pengaruh sebesar 36 % berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan 64% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.15
Koefisien Determinasi X2 dan Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.581 ^a	.338	.331	1.79699

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Dari hasil Tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien korelasi menunjukkan nilai sebesar 0,581 yang mengartikan bahwa kualitas produk memiliki hubungan positif terhadap kepuasan nasabah. Koefisien determinasi (R square) sebesar 0,338 menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 33,8 % berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan 66,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4.16
Koefisien Determinasi X3 dan Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.615 ^a	.378	.372	1.74179

a. Predictors: (Constant), Penanganan Keluhan Nasabah

Dari hasil Tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien korelasi menunjukkan nilai sebesar 0,615 yang mengartikan bahwa penanganan keluhan nasabah memiliki hubungan positif terhadap kepuasan nasabah. Koefisien determinasi (R square) sebesar 0,378 menunjukkan bahwa penanganan keluhan nasabah memiliki pengaruh sebesar 37,8 % berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan 62,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Metode ini digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh dari dua atau tiga (dan atau lebih) variabel independen terhadap satu variabel dependen.¹⁴ Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu pelayanan prima, kualitas produk dan penanganan keluhan nasabah terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah.

Tabel 4.17

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

¹⁴ Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik untuk penelitian kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 267

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	5.947	1.689
Pelayanan Prima	.143	.083
Kualitas Produk	.236	.101
Penanganan Keluhan Nasabah	.375	.109

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,947 + 0,143 X_1 + 0,236 X_2 + 0,375 X_3 + e.$$

Keterangan:

- Nilai konstanta sebesar 5,947 satu satuan menyatakan bahwa jika dalam keadaan konstan atau tetap pelayanan prima, kualitas produk, dan penanganan keluhan nasabah maka kepuasan nasabah Bank Muamalat KCP Madiun bernilai 5,947 satu satuan.
- Koefisien regresi variabel pelayanan prima (X_1) sebesar 0,143 artinya apabila bank memberikan pelayanan prima yang baik maka dapat menaikkan satu satuan, sehingga kepuasan nasabah mengalami kenaikan sebesar 0,143 satu satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan positif antara pelayanan prima dan kepuasan nasabah.
- Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_2) sebesar 0,236 artinya apabila bank memberikan kualitas produk yang baik maka dapat menaikkan satu satuan, sehingga kepuasan nasabah mengalami kenaikan sebesar 0,236 satu satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan positif antara kualitas produk dan kepuasan nasabah.

- d. Koefisien regresi variabel penanganan keluhan nasabah (X3) sebesar 0,375 artinya apabila bank memberikan penanganan keluhan yang baik maka dapat menaikkan satu satuan, sehingga kepuasan nasabah mengalami kenaikan sebesar 0,375 satu satuan. Koefisien bernilai positif artinya ada hubungan positif antara penanganan keluhan nasabah dan kepuasan nasabah.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji ini digunakan untuk menentukan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam regresi linier berganda, hal ini perlu dilakukan karena tiap-tiap variabel independen memberi pengaruh yang berbeda dalam model, untuk pengambilan kesempatannya dinyatakan dengan melihat nilai sig. dan membandingkan dengan taraf kesalahan (5% atau 0,05) yang dipakai yakni jika $\text{sig.} < 0,05$, dan jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak.¹⁵ Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.18

Uji T

¹⁵ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21*, 99.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	5.947	1.689
Pelayanan Prima	.027	.083
Kualitas Produk	.236	.101
Penanganan Keluhan Nasabah	.375	.109

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas menjelaskan bahwa:

- 1) Nilai t_{hitung} pelayanan prima sebesar 3,331 dengan signifikan 0,001 dan nilai $t_{tabel} \pm 1,660$, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,331 > 1.660$ artinya pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- 2) Nilai t_{hitung} kualitas produk sebesar 2,330 dengan signifikan 0,022 dan nilai $t_{tabel} \pm 1,660$, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,497 > 1.660$ artinya kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- 3) Nilai t_{hitung} penanganan keluhan nasabah sebesar 3,430 dengan signifikan 0,001 dan nilai $t_{tabel} \pm 1,660$, maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,497 > 1.660$ artinya penanganan keluhan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama yaitu menggunakan F_{hitung} antara lain:

- 1) Menggunakan taraf signifikan (α) = 5%
- 2) H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ artinya diantara variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 3) H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya diantara variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.¹⁶

Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.19

Hasil Uji T

ANOVA^a

Model	F	Sig.
Regression	22.945	.000 ^b
Residual		
Total		

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Penanganan Keluhan Nasabah, Pelayanan Prima, Kualitas Produk

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas pada kolom F dan sig. diperoleh besarnya $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $22,945 > 2,696$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.

5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

¹⁶ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 304.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X1 (pelayanan prima), X2 (kualitas produk) dan X3 (penanganan keluhan nasabah) terhadap Y (kepuasan nasabah).¹⁷ Hasil Koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.646 ^a	.418	.399	1.70290

a. Predictors: (Constant), Penanganan Keluhan Nasabah, Pelayanan Prima,

Kualitas Produk

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa besarnya nilai *R Square* yaitu 0,418. Dengan demikian besarnya pengaruh variabel pelayanan prima, kualitas produk dan penanganan keluhan nasabah terhadap kepuasan nasabah sebesar 41,8%, adapun sisanya sebesar 58,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Pembahasan

Dari hasil uji hipotesis menggunakan IMB SPSS 21 analisis

¹⁷ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 396.

menggambarkan bahwa persamaan regresi sebagai berikut:

1. Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun

Menurut Kasmir pelayanan yang baik atau pelayanan prima adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta pelaksana yang dimiliki. Dimensi yang digunakan untuk mengukur pelayanan prima adalah bentuk fisik (*tangibles*), ketanggapan (*responsiveness*), kehandalan (*reability*), empati (*empaty*) dan jaminan (*assurance*).

Bedasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa pelayanan prima (X1) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). artinya jika semakin tinggi pelayanan prima atau sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Hal ini didukung dengan hasil variabel pelayanan prima memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,331 > 1.660$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima H1 menolak H0, sehingga, secara parsial variabel pelayanan prima nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 36 % berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan 64% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, pelayanan prima sangat besar pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah,

sehingga adanya kualitas produk yang baik akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Sehingga teori tersebut relevan dengan hasil penelitian ini yang juga membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau bagus pelayanan prima dan juga sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka kepuasan nasabah juga semakin tinggi atau meningkat, sebaliknya jika pelayanan prima bank jelek dan juga tidak sesuai dengan kebutuhan nasabah maka kepuasan nasabah juga akan rendah atau menurun.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun

Menurut Lupiyoadi kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya yang meliputi kinerja, keragaman produk, keandalan, kesesuaian, ketahanan, kemampuan layanan, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan. Dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas produk adalah kinerja (*performance*), fitur (*features*), reabilitas (*reability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), daya tahan (*durability*), *serviceability*, estetika (*esthetics*).

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk (X2) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). artinya jika semakin tinggi pelayanan prima atau sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka

semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Hal ini didukung dengan hasil variabel kualitas produk memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,497 > 1.660$ dengan nilai signifikansi $0,022 < 0,05$ maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis terima H_1 menolak H_0 , sehingga, secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar sebesar kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 33,8 % berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan 66,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau bagus kualitas produk dan juga sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka kepuasan nasabah juga semakin tinggi atau meningkat, sebaliknya jika kualitas produk bank jelek dan juga tidak sesuai dengan kebutuhan nasabah maka kepuasan nasabah juga akan rendah atau menurun.

3. Pengaruh Penanganan Keluhan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun

Menurut Tjiptono penanganan keluhan adalah suatu ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan dari nasabah. Dimensi yang digunakan adalah kecepatan dalam meangani keluhan, kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan, empati terhadap pelanggan yang marah, kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan.

Bedasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa penanganan keluhan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). artinya jika semakin tinggi pelayanan prima atau sesuai dengan kebutuhan nasabah,

maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Hal ini didukung dengan hasil variabel pelayanan prima memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,497 > 1.660$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima H1 menolak H0, sehingga, secara parsial variabel penanganan keluhan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 37,8 % berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan 62,2% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelayanan prima adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, pelayanan prima sangat besar pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah, sehingga adanya penanganan keluhan yang baik akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Sehingga teori tersebut relevan dengan hasil penelitian ini yang juga membuktikan bahwa penanganan keluhan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau bagus penanganan keluhan dan juga sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka kepuasan nasabah juga semakin tinggi atau meningkat, sebaliknya jika penanganan keluhan bank jelek dan juga tidak sesuai dengan kebutuhan nasabah maka kepuasan nasabah juga akan rendah atau menurun.

P O N O R O G O

4. Pengaruh Pelayanan Prima, Kualitas Produk, dan Penanganan Keluhan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa pelayanan prima(X1), kualitas produk (X2), dan penanganan keluhan (X3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y). artinya jika semakin tinggi pelayanan prima, kualitas produk, dan penanganan keluhan nasabah atau sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah. Hal ini didukung dengan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $22,945 > 2,696$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka hal ini berarti bahwa uji hipotesis menerima H1 menolak H0, sehingga secara simultan atau bersama-sama variabel pelayanan prima, kualitas produk dan penanganan keluhan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan nilai koefisien besarnya nilai R Square yaitu 0,418. Dengan demikian besarnya pengaruh variabel pelayanan prima, kualitas produk dan penanganan keluhan nasabah terhadap kepuasan nasabah sebesar 41,8%, adapun sisanya sebesar 58,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel X yakni pelayanan prima, kualitas produk dan penanganan keluhan mempengaruhi kepuasan Sehingga teori tersebut relevan dengan hasil penelitian ini yang juga membuktikan bahwa variabel X berpengaruh

terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel pelayanan prima terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun. Nilai yang diperoleh yaitu nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,331 > 1.660$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan untuk uji regresi linear berganda variabel pelayanan prima sebesar 0,360. Dan secara parsial variabel pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar sebesar 36 %.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun. Nilai yang diperoleh yaitu nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,497 > 1.660$ dengan nilai signifikansi $0,022 < 0,05$ dan untuk uji regresi linear berganda variabel kualitas produk sebesar 0,338. Dan secara parsial variabel pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar sebesar 33,8%.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan variabel penanganan keluhan nasabah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun. Nilai yang diperoleh yaitu nilai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,497 > 1.660$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan untuk uji regresi linear berganda variabel kualitas produk sebesar 0,338. Dan secara parsial variabel penanganan keluhan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar sebesar 37,8 %

4. Terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel pelayanan prima, kualitas produk dan penanganan keluhan nasabah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Madiun. Nilai yang diperoleh yaitu nilai hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $22,945 > 2,696$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dan untuk uji regresi linear berganda variabel kualitas produk sebesar 0,338. Dan secara parsial variabel penanganan keluhan nasabah berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar sebesar 37,8 % Sedangkan nilai koefisien besarnya nilai *R Square* yaitu 0,418. Dengan demikian besarnya pengaruh variabel pelayanan prima, kualitas produk dan penanganan keluhan nasabah terhadap kepuasan nasabah sebesar 41,8%,

B. Saran

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian-penelitian selanjutnya antara lain:

1. Bank Muamalat KCP Madiun perlu memperhatikan pelayanan prima yang ada, khususnya pada *teller* dan *customer service*. Sehingga nasabah yang datang tidak perlu mengantri terlalu lama untuk melakukan transaksi di Bank Muamalat KCP Madiun.
2. Bank Muamalat KCP Madiun perlu melakukan peningkatan pada kualitas produk yang ada di bank. Hal ini agar meningkatkan jumlah nasabah dan mempertahankan nasabah yang ada di Bank Muamalat KCP Madiun.
3. Bank Muamalat KCP Madiun perlu meningkatkan penanganan keluhan nasabah untuk lebih cepat dalam menangani nasabah. Hal tersebut agar

nasabah tersebut tetap melakukan transaksi di Bank Muamalat KCP Madiun.

4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber masukan bagi pengembangan penelitian ini di masa yang akan datang. Dan diharapkan juga pengaruh pelayanan prima, kualitas produk, dan penanganan keluhan nasabah secara simultan berpengaruh besar terhadap kepuasan nasabah di bank syariah.



DAFTAR PUSTAKA

Adelia Selvi, Sri Andriani, and Nova Aditya Ananda, "Analisis Faktor –Faktor

Keuangan Dan Aspek Teknologi Terhadap Market Share Perbankan Di Indonesia Periode 2013-2017,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia* 3, no. 2 (Desember 2018).

Affandi, Wawancara, 16 Januari 2023.

Ali Mustofa, Muhammad, Mulyani Fatekhatul Jannah, and Malik Ibnu Zaman, “Persepsi Masyarakat Dalam Kebijakan Merger Bank Syariah Indonesia Studi Kasus Kabupaten Tegal,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 5, No. 1 (2022).

Aprisya, Rizky Eva Fauziah, and Ratih Tresnati, “Pengaruh Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Nasabah Bank Danamon Syariah KCP Pungkur Bandung),” *Prosiding Keuangan Dan Perbankan Syariah* 1, no. 2 (Agustus 2015).

Ariyani, Arratri “Pengaruh Keunggulan Produk, Pemasaran Relasional Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. BPRS Sukowati Sragen)” (Skripsi, IAIN Salatiga, 2020).

Arsi, Andi. “Langkah-Langkah Uji Validitas Realibilitas Instrumen Dengan Menggunakan SPSS,” 2021.

Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2003).

Aziz, Manzur . “Perbandingan Kualitas Layanan Antara Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Ditinjau Dari Kepuasan Nasabah Di Kabupaten Pacitan,” *Activa : Jurnal Ekonomi Syariah* 1, No. 2 (Oktober 2018).

Budiasih Yanti, *Statistika Deskriptif untuk Ekonomi & Bisnis*, (Tangerang: Jelajah Nusa, 2012),198.

Azhari Meliana, Ayu “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Di Bank Safir Kota Bengkulu (Ditinjau Dari Produk Terhadap Pembiayaan)” (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2017).

Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, Edisi 1 (Yogyakarta: Gava Media, 2014).

Dlizabeth Qismatun, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepatuhan Syariah, Nilai Nasabah, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BTN Syariah KC Semarang)” (Skripsi, IAIN Salatiga, 2018)

Eka Yudiana, Fetria “Modifikasi Branchless Banking Pada Perbankan Syariah Di Indonesia Berdasarkan Kearifan Lokal,” *Jurnal Muqtasid* 9, No. 1 (Juni 2019).

Fadillah Nasution Hamni, “Instrumen Penelitian Dan Urgesinya Dalam Penelitian Kuantitatif,” *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman* 4, no. 1 (June 2016).

Fandrinal, Budi Trianto, dan Muhammad Erwin Soaduan Pohan, “Analisa

Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Di Nagari Pintu Padang Kecamatan Mapat Tunggul Kabupaten Pasaman),” *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Islam* 9, No. 1 (Juni 2020).

Farida Ayu and Hardianawati, “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang Pahlawan Revolusi Baru,” *Jurnal Administrasi Bisnis* 3, no. 2 (September 2019)

Farida, “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk Cabang Pahlawan Revolusi Baru,”.

Firdaus, “Analisis Kepuasan Nasabah Melalui Kepercayaan Nasabah, Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Kospin Jasa Cabang Welleri),” *Jurnal Ekonomi*, 2019, 3.

Firdy Firmansyah, Arief. “Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah,” *Jurnal Ekonomi Islam* 2, No. 3 (2019).

Hayati, Isra “Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan),” *Aghniya : Jurnal Ekonomi* 1, No. 2 (2019).

Hasanah, Fadhilatul “Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah” 4, No. 1 (June 2019).

Hidayati Nurul dan Siti Amilatus, “Kualitas Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Lenteng),” *Ekomadania : Jurnal Ekonomi Islam Dan Sosial* 6, no. 1 (July 2022).

Hilian Batin Mail, “Pengaruh Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Kantor Capem Syariah UIN Raden Fatah Palembang,” *Malia : Jurnal Perbankan Syariah Dan Keuangan* 3, no. 1 (2019).

<https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/profil-bank-muamalat> diakses pada tanggal 8 Januari 2023 pukul 19.00 WIB

<https://indonesia.go.id/profil/agama>. diakses pada tanggal 5 Januari 2022 pukul 10.00 WIB

<https://www.merdeka.com/uang/bos-ojk-akui-perbankan-syariah-masih-kalah-bersaing-dari-konvensional.html> diakses pada tanggal 12 Januari pukul 18.00

WIB

<http://www.ojk.go.id> diakses pada tanggal 5 januari 2022 pukul 11.00 WIB.

Ilyas, Rahmad. “Manajemen Permodalan Bank Syariah”. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 5, No. 2 (Desember 2017).

Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS 21

(Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006).

Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*,

Edisi kelima, (Semarang: Universitas Diponogoro, 2011).

Indah Febriana Nina, “Analisis Kua;Itas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan

Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang

Pembantu Tulungagung,” *An-Nisbah : Jurnal Ekonomi*

Syariah 3, no. 1 (Oktober 2016).

Indrasari. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Pertama. (Surabaya:

UNITOMO Press, 2019).

Indih Febriana, Nina “Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan

Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang

Pembantu Tulungagung,” *An-Nisbah : Jurnal Ekonomi Syariah*

3, No. 1 (2016).

Junaedi Deddy, “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah

(Studi Kasus Di PT. Bank Jatim Capem Maron Probolinggo),”

Profit : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah 4, no. 1

(2020).

Kasmir, *Pemasaran Bank*, Edisi 3 (Jakarta: Kencana, 2003).

Khaerunnisa Handini, “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan

Nasabah Di Bank Jabar Banten Cabang Pandeglang,” *Jurnal*

Studia : Akuntansi Dan Bisnis 1, no. 1 (2013).

Kurniyawati Endah and Fernaldi Agadha Ratno, “Pengaruh Kualitas Layanan

Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan

Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga),” *Baabu Al-Ilmi : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 5, no. 2 (Oktober 2020).

Kurniyawati, Endah “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BPRS Suriyah Cabang Salatiga)” (Skripsi, IAIN Salatiga, 2020).

M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Cetak 2 (Bandung: Alfabeta, 2012).

Mamang Sungadji Etta and Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2013).

Marlina Asti and Widhi Ariyo Bimo, “Digitalisasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BTN Syariah Cabang Bogor),” *Jurnal Ilmiah Inovator : Jurnal Manajemen* 7, No. 1 (2018).

Muzakir, Said Abadi, “Efektivitas Publisitas Produk Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Ponorogo),” *Falahiya : Research Journal of Islamic Banking and Finance* 1, No. 1 (June 2022).

Nurizzati Yeti, “Peranan Statistika Dalam Penelitian Sosial Ekonomi”, *Jurnal Edueksos*, Vol. 1, No. 1, Januari 2012.

Okatviani Satriyanti Evi, “Pengaruh Kualitas Layanan Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya”, *Jurnal Bisnis dan Perbankan* Volume 2, No.2 (2012)

Passe, Longginus . “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Papua Cabang Daerah Istimewah Yogyakarta)” (Skripsi, Universitas sanata Dharma, 2016).

Ridha Nikmatur, “Proses Penelitian, Masalah, Variabel, Dan Paradigma Penelitian,” *Jurnal Hikmah* 14, No. 1 (Juni 2017).

Safitri Dewi Nia and Rokh Eddy Prabowo, “Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang),” *Procedding*, 2018.

Santoso Singgih, *buku latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta:PT. Elex MediaKomputindo, 2000)

Saputra, Bambang. “Faktor-Faktor Keuangan Yang Mempengaruhi Market Share Perbankan Syariah Di Indonesia,” *Akuntabilitas* 7, No. 2 (Agustus 2014).

Saputra Sandi dan Selviani, “Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 Tentang Bunga Bank,” *Al-Muqayyad* 4, No. 1 (2021).

Saputri, Tetania “Pengaruh Penanganan Pengaduan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah KCP Rajabasa” (Skripsi, IAIN Metro, 2021).

Sari, Nurma. “Manajemen Dana Bank Syariah. *Al Maslahah : Jurnal Ilmu Syariah* 12, No. 1. (2016).

Siregar, Metode Penelitian Kuantitatif, 301

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung:

Alfabeta, 2015).

Sumarsid and Atik Budi Paryanti, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi),” *Jurnal Ilmiah* 12, no. 1 (January 2022).

Suryani Tatik, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*, Edisi 1 (Jakarta: Kencana, 2017).

Suryani Popong, Yoyok Cahyono, and Berliana Dita, “Pengaruh Motivasi Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja Pada Karyawan Bagian Produksi Di PT Tuntex Garment Indonesia,” *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)* 1, no. 1 (June 2020).

Sunyoto Danang, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi: Alat Statistik & Analisis Output Komputer*, (Yogyakarta: CAPS, 2011).

Sunyoto Danang, *Praktik Spss Untuk Kasus Dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011).

Sunyoto Danang, *Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013).

Syirfana Ramdaniar Eka dan Neneng Nurhasanah, “Analisis Fikih Muamalah Terhadap Pemikiran M. Dawam Rahardjo Mengenai Bunga Bank,” *Jurnal Riset Ekonomi Syariah* 1, No. 1 (July 2021).

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

Tjiptono Fandy, *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer*, Edisi 1

(Yogyakarta: Andi, 2000).

Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS*

Zulkarnain Rizal, Taufik, and Agus David Ramdansyah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu’amalah Cilegon),” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (February 2020).

