

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN

NASABAH PADA PT BNI SYARIAH

CABANG KOTA JAMBI



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi

OLEH

NAMA : Feny Anggraini
NIM : 1700861201338
KONSENTRASI : Manajemen Pemasaran

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini komisi Pembimbing Skripsi menyatakan bahwa skripsi sebagai berikut:

NAMA : Feny Anggraini
NIM : 1700861201338
PROGRAM STUDI : Manajemen
JUDUL : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
Pada PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi

Telah memenuhi persyaratan dan layak untuk di uji pada ujian skripsi dan kompherensif sesuai dengan prosedur yang berlaku pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.

Jambi, September 2021

Pembimbing Skripsi I

Pembimbing Skripsi II

(Hj. Susilawati,S.E,M.Si.)

(Riko Mappadeceng,S.E,M.M.)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

(Anisah, SE, MM)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan panitia penguji Skripsi dan Komprehensif Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi pada :

Hari :Sabtu

Tanggal : 4-september-2021

Jam :10.00-12.00

Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari

PANITIA PENGUJI

NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
------	---------	--------------

Ahmad Tarmizi, SE, MM.	Ketua	_____
------------------------	-------	-------

Riko Mappadeceng ,S.E.,M.M	Sekretaris	_____
----------------------------	------------	-------

Akhmad Irwansyah S,SE,MM	Penguji Utama	_____
--------------------------	---------------	-------

Hj. Susilawati,S.E.,M.Si.	Anggota	_____
---------------------------	---------	-------

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Batanghari Jambi

Ketua Program
Studi Manajemen

Dr.Hj.Arna Suryani.S.E.M.Ak.Ak.CA.

Anisah.S.E.MM.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Feny Anggraini
NIM : 1700861201338
Program Studi : Ekonomi Manajemen
Dosen Pembimbing : 1.Hj. Susilawati,S.E,M.Si.
2.Riko Mappadeceng,S.E,M.M
Judul Skripsi :Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Nasabah Pada PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri, Bahwa data-data yang saya cantumkan pada skripsi ini adalah benar bukan hasil rekayasa, bahwa skripsi ini adalah karya orisinil bukan hasil plagiarisme atau diupahkan pada pihak lain. Jika terdapat karya atau pemikiran orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain dengan peraturan yang berlaku diprogram Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.



Jambi, September 2021
Yang membuat Pernyataan

Feny Anggraini
1700861201338

LEMBAR PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim..

Rasa syukur selalu kita ucapkan atas segala nikmat dan karunia yang telah Allah SWT berikan serta salam tak lupa kita ucapkan untuk junjungan Nabi besar kita Muhammad SAW, yang senantiasa kita nantikan Syafa'atnya di Yaumul akhir kelak .. Amin ya robbal ,alamiin ..

Kupersembahkan sebuah karya sederhana ini kepada orang – orang yang sangat kukasihi dan kusayangi..

Terutama untuk diri sendiri

Terimakasih untuk diri sendiri yang telah kuat dan sabar menghadapi kemalasan keegoisan dan mood yang berentakan. menyelesaikan pendidikan ini bukanlah lah yang mudah telah banyak hal telah di lalui dan akhirnya bisa sampai di titik ini

Dan maaf diriku untuk malam –malam yang panjang dengan mata yang masih di paksa terbuka kepala yang sakit dan lelah yang datang tapi tetap di paksa berjuang terima kasih sudah sejauh ini

Ibu dan Ayah

Terimakasih Ibu untuk pengorbanan, semangat, dan do" a serta dorongan yang telah engkau berikan kepada anak mu ini. Begitu pun juga dengan Ayah, terimakasih atas semua support dan do" a yang telah engkau berikan kepada anak mu ini

Ibu dan Ayah terimalah bukti kecil ini sebagai hadiah keseriusanku untuk membalas semua pengorbanan kalian selama ini. Ini merupakan impian kalian untuk membuat anak mu ini mendapatkan pendidikan yang tinggi.

Ya Allah terimakasih telah menempatkanku diantara kedua Malaikat-Mu, berikan lah balasan yang setimpal untuk orang tua ku .

Dosen Pembimbing

Terimakasih kepada para dosen pembimbing 1 dan 2 saya yang telah sabar mendampingi saya, telah mengarahkan dalam menyelesaikan skripsi saya, menyelesaikan skripsi bukanlah hal yang mudah untuk saya jalani berkat penuh kesabaran bapak dan ibu juga banyak meluangkan waktu untuk membimbing saya untuk itu saya mengucapkan banyak terimakasih. terutama untuk buk Susilawati selaku ps 1 saya yang telah sangat banyak membantu saya sehingga saya dapat berada di tahap ini.

Teman seperjuangan

Terimakasih untuk teman- teman seperjuangan ku di geng “SansSquad”..

Desi wulandari, Desta ,Elfrida kezia, , Melyda dan Nur meysa

Tak terasa kita sudah menjalani pertemanan yang lama dari baru jadi maba sampe jadi pejuang skripsi

Pertemanan yang sudah terjalin dari semester satu hingga akhir Banyak hal yang kita lewati bersama

dalam suka dan duka selama 4 tahun belakang ini

banyak hal yang telah kita rencanakan namun tak dapat kita realisasikan bersama.

semogah dikemudian hari kita dapat mewujudkan hal yang kita inginkan

semoga kebaikan selalu mengelilingi kita

Untuk teman

Terimakasih untuk orang-orang yang sudah membantu dan yang sudah aku susahkan, yang mau membantu dan mendengarkan masalah ku walaupun kalian tidak mengerti masalah nya tapi tetap

mau mendengar dan mengerti



ABSTRACT

Feny Anggraini / 170861201338 / Faculty of Economics / 2021 / The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at PT BNI Syariah Jambi City Branch/1st Supervisor I Hj. Susilawati,S.E,M.Si / 2nd Advisor Riko Mappadeceng,S.E,M.M.

Marketing management is a part of the system that is at top priority for enterprise management performance. For a company marketing activities is very important, because marketing is very full role for all activities of the company.

The focus of this research is to prove the influence of quality on customer satisfaction because it can be seen that currently the rapid economic growth has reached the competition that must be faced by business people so that service quality becomes a focus for companies at this time to be able to survive and remain. To win the trust of customers, the object of this research is PT BNI Syariah Jambi city branch

. Service quality is an activity that benefits from providing satisfaction to customers through service, it is hoped that the desires and needs of customers can be fulfilled. Customer satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that arise after comparing their perceptions or impressions of the performance (or results) of their expectations. The analytical tool used in this study is simple linear regression

PT BNI Syariah is a bank that generally carries out business activities based on sharia principles which in its activities provides services in payment traffic. In accordance with Law no. 7 of 1992 concerning banking. Sharia is a rule of agreement based on Islamic law between a bank and other parties for financing business activities, or other activities that are declared in accordance with sharia, including financing with the principle of profit sharing (mudharabah), financing based on the principle of equity participation (musyarakah), the principle of buying and selling goods with profit (murabahah), or financing of capital goods based on the principle of pure lease without choice (ijarah), or with the option of transferring ownership of the goods leased from the bank by another party (ijarah wa iqtina).

The results of the questionnaire show that the dimensions of service quality have a good category because the average value is 399.07. Then customer satisfaction is considered good because the average value is 395.87. The regression results show that the service quality dimension variable partially (partial) has a significant effect on customer satisfaction. The company is expected to maintain customer satisfaction by providing useful products and providing the best service in serving customers who will entrust their financial system to be managed by PT BANK BNI Syariah Jambi City branch. And pay attention to the parking area at PT BANK BNI Syariah

Keyword: *Service Quality, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucap puji dan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan hidayahnya-Nya kepada penulis dalam menjalankan aktivitas sehari-hari yang telah memberi petunjuk, kesehatan dan kekuatan kepada penulis dalam mengikuti pendidikan serta penyelesaian hasil ini yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bni Syariah Cabang Kota Jambi” yang dapat berjalan dengan lancar. Penulisan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan studi guna memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Batanghari Jambi

1. Bapak H. Fachruddin Razi, SH, MH selaku Rektor Universitas Batanghari.
2. Ibu Dr. Hj. Arna Suryani, S.E., M.Ak., C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi universitas Batanghari.
3. Ibu Anisah, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Ibu Hj. Susilawati, S.E, M.Si. selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan serta pengarahan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. bapak Riko Mappadeceng, S.E, M.M. selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan serta pengarahan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh dosen pengajar, staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari.
7. Teman-teman Manajemen Pemasaran angkatan 2017, terimakasih untuk kalian semua yang telah saling support dan bertukar pikiran untuk kita bersama dalam menyelesaikan skripsi.

Dengan segala kerendahan hati penulis sadar bahwa dalam penulisan hasil penelitian ini masih banyak kekurangan, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun guna menyempurnakan skripsi ini.

Waalaikumsalam Warahmatullahi Wabarokatuh.

Jambi, september 2021
Penulis

Feny Anggraini
1700861201338



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Batasan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 Landasan Teori	12
2.1.1.1 Pengertian Ekonomi	12
2.1.1.2 Pengertian Manajemen.....	12
2.1.1.3 Pemasaran	13
2.1.1.4 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.1.5 Bauran Pemasaran.....	15
2.1.1.6 Manajemen Jasa	18
2.1.1.7 Manajemen Jasa Perbankan	20
2.1.1.8 Pengertian Bank	23
2.1.1.9 Pengertian Bank Syariah.....	24
2.1.1.10 Perbedaan Bank Syariah Dan Bank Konvensional	25
2.1.1.11 Perilaku Nasabah	29
2.1.1.12 Pengertian Keluhan (<i>complaint</i>)	31
2.1.1.13 Kualitas Pelayanan.....	31
2.1.1.14 Kepuasan Pelanggan	36
2.1.1.15 Hubungan Kualitas pelayanan dan Kepuasan Nasabah	41

2.1.1.16 Penelitian Terdahulu	42
2.1.1.17 Kerangka Pemikiran.....	43
2.1.1.18 Hipotesis Penelitian.....	44
2.2 Metodologi Penelitian	45
2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	45
2.2.2 Jenis Data	45
2.2.3 Sumber Data.....	46
2.2.4 Metode Pengumpulan Data.....	46
2.2.5 Populasi Dan Sampel	47
2.2.6 Metode Analisis Data.....	48
2.2.7 Operasional Variabel	53

BAB III GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

3.1. Sejarah Singkat PT BNI SYARIAH.....	55
3.2 Identitas Perusahaan.....	56
3.3 Visi, Misi dan Budaya Kerja.....	57
3.4. Budaya Kerja.....	57
3.5. Nilai-Nilai Perusahaan	58
3.6 Sistem Struktur, dan DPS	59
3.7. Keunggulan BNI Syariah	59
3.8. Struktur Organisasi	61
3.9. Produk-Produk BNI Syariah	65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	67
4.1.1 Karakteristik Responden.....	67
4.1.2 deskripsi variabel kualitas pelayanan (x).....	70
4.1.3 Deskripsi variable Kepuasan Nasabah (Y)	78
4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	81
4.1.5 Hasil Regresi Linier Sederhana.....	84
4.1.6 Koefisien Determinasi (R^2)	85

4.1.7 Pembahasan87

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan90

5.2 Saran90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN





BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pesatnya pertumbuhan ekonomi dunia telah mencapai pada persaingan yang harus dihadapi oleh para pelaku bisnis. Perubahan pola persaingan suatu perusahaan memerlukan analisis kekuatan yang dapat mempengaruhi perusahaan secara berkesinambungan. Hal ini menuntut para pemasar untuk selalu memahami kondisi pasar dan memikirkan strategi bisnisnya, dimana fokus pada pelanggan menjadi salah satu aspek penting yang harus diperhatikan. Saat ini peningkatan kualitas semakin mendapat perhatian dari konsumen. Konsumen tidak hanya membutuhkan jasa dari suatu badan usaha melainkan juga menginginkan mutu pelayanan yang semakin baik.

Menurut Kotler Dan Keller (2008:5) Pemasaran (*marketing management*) sebagai ilmu dan seni memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, penghantaran dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan usaha yang paling penting dalam suatu perusahaan, dalam rangka untuk mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan di dalam perkembangan untuk memperoleh laba. Pemasaran sebagai salah satu fungsi operasional dan memiliki peran yang penting bagi suatu perusahaan karena pemasaran sangat menentukan tercapai atau tidaknya suatu tujuan perusahaan. Saat ini perusahaan dalam pemasaran tidak hanya sebatas pada atribut fungsional saja misalnya seperti kegunaan produk tersebut, melainkan sudah dikaitkan dengan kualitas pelayanan yang mampu dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan dari pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Menurut Kotler dan

Keller dalam buku Ririn Wulandari (2018: 65) kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang di nyatakan atau tersirat.

Adanya kualitas pelayanan yang baik di suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan, yaitu dengan memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Pelayanan tersebut dapat berupa kecepatan dan ketepatan waktu dalam melayani pelanggan, tanggap terhadap keluhan pelanggan, serta memberikan pilihan solusi yang terbaik. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dilakukan perusahaan dengan menaruh perhatian yang lebih pada kepuasan pelanggan. Fokus pada kepuasan pelanggan merupakan salah satu upaya dalam mempertahankan pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono (2019:116) kepuasan pelanggan merupakan konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer. Dalam filosofi pemasaran, misalnya kepuasan pelanggan di pandang sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba.

Menurut Kotler dan Keller(2008:138) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Tujuan utama suatu perusahaan pada umumnya adalah mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Perusahaan dituntut untuk memberikan kesan yang baik kepada pelanggan untuk mempertahankannya. Salah satu faktor berharga dan meninggalkan kesan mendalam bagi pelanggan adalah pelayanan. Pelayanan merupakan faktor utama perusahaan baik perusahaan jasa maupun perusahaan manufaktur. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan karena mampu meningkatkan jumlah konsumen. Konsumen yang merasa puas atas pelayanan

perusahaan akan terus membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan sehingga status konsumen akan berubah menjadi pelanggan.

Pelayanan yang bermutu akan menciptakan kepuasan pelanggan yang akan berpengaruh pada kemajuan produk dan perusahaan. Berbagai pendukung kualitas pelayanan, yaitu berupa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Kelima variabel tersebut dapat meningkatkan nilai kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan dan profitabilitas. Hal itu semakin disadari oleh penyelenggara pelayanan untuk selalu merespon setiap kebutuhan dan keinginan pelanggan. Penerapan lima variabel kualitas pelayanan direalisasikan dengan tercapainya kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan hasil evaluasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dibandingkan dengan harapan yang mereka punyai.

Bank adalah salah satu bentuk usaha yang bergerak dalam bidang jasa keuangan yang mengutamakan kepuasan nasabah dan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik. Salah satu usaha bank dalam memuaskan nasabahnya adalah dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi. Setiap bank berlomba-lomba memberikan pelayanan atau fasilitas terbaik kepada nasabahnya. Hal ini dilakukan untuk menarik nasabah baru dan nasabah dari bank lain, agar para nasabah tidak berpindah ke bank lain karena kebutuhannya merasa tercukupi.

Bank pada mulanya berawal dari Paket 27 Oktober 1988 atau yang dikenal dengan pakto 1988 merupakan awal penting dalam sejarah perkembangan industri perbankan di Indonesia. Perbankan mengalami perkembangan yang sangat signifikan hal ini ditandai dengan pertumbuhan jumlah lembaga perbankan yang relatif tajam (81,8) persen dari 132 bank sebelum pakto, meningkat menjadi 240 bank setelah pakto. Akibatnya persaingan antar bank untuk mendapatkan nasabah potensial menjadi tidak terelakan.

Setelah krisis moneter global yang juga berdampak pada kinerja perbankan di Indonesia. Bank Indonesia menetapkan kebijakan Giro Wajib Minimum (GWM) primer 8 persen, akibatnya bank- bank berusaha memperkuat modal dengan cara melakukan merger atau akuisis. Hal ini berdampak pada perkembangan jumlah bank berdasarkan data statistik perbankan di Indonesia pada November 2011 terdapat 120 jumlah bank umum dengan kantor cabang 25.646 kantor cabang, pada tahun 2016 menurun menjadi 11 bank dengan jumlah kantor cabang yang lebih banyak, yakni 32. 949. Jumlah bank dan kantor cabang yang banyak ini tidak menyurutkan persaingan untuk mendapatkan nasabah yang potensial.

Di Indonesia juga terdapat bank yang berbentuk syariah yang tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah. Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Kata bank itu berasal dari bahasa latin *banco* yang artinya bangku atau meja.

Menurut Rinsky K. Judisseno, (2005: 92) pada abad ke-12 *banco* merujuk pada meja, *counter* atau tempat penukaran uang (money changer). Dengan demikian fungsi dasar bank adalah menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman dan menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa, bank syariah pertama meskipun praktiknya telah dilaksanakan sejak masa Islam diawali dengan berdirinya sebuah bank tabungan lokal yang beroperasi tanpa bunga di desa Mit Ghamir yang berlokasi di tepi sungai Nil. pada tahun 1936 oleh Dr Abdul Hamid an-Naggar. Meski pun setelah beberapa tahun kemudian di tutup, namun telah mengilhami diadakannya Konferensi Ekonomi Islam pertama di Mekkah pada tahun 1975. Sebagai tindak lanjut rekomendasi dari konferensi tersebut dua tahun kemudian lahirlah *Islamic Development Bank* (IDB), yang kemudian diikuti dengan pembentukan lembaga-lembaga keuangan Islam di berbagai negara yang

secara umum berbentuk bank islam komersial dan lembaga investasi. Sampai saat ini lebih dari 200 bank dan lembaga keuangan syariah beroperasi di 70 negara muslim dan nonmuslim.

Lalu pada tanggal 1 januari 2021. Diadakanya penggabungan 3 bank syariah yaitu BNI Syariah bergabung dengan Bank BRI Syariah dan Bank Syariah Mandiri menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI), tujuan penggabungan bank syariah yaitu untuk mendorong bank syariah lebih besar sehingga dapat masuk ke pasar global dan menjadi katalis pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia pada kali ini bank yang akan di pilih adalah bank BNI Syariah cabang kota jambi karena bank BNI Syariah cabang jambi ini merupakan bank BNI Syariah pertama di jambi yang telah berdiri dari 2013 hingga sekarang BNI Syariah ini telah beroperasi selama 8 tahun sehingga selama ini banyak hal yang bisa di pelajari dari bank BNI Syariah ini Nasabah yang akan diteliti adalah nasabah tabungan dan nasabah kredit.

Mulanya BNI Syariah dimulai dengan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI yang didirikan 9 april 2000 berlandaskan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998. Lalu pada tanggal 19 juni 2010 bermula dari Corporate Plan UUS bersifat tenporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada 19 juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah.

Bermunculannya bank yang beragam tentu juga memiliki kualitas pelayanannya masing masing pada bank juga memiliki pemain besar di antaranya: Bank Mandiri Syariah, dan Bank BRI Syariah maraknya perkembangan bank di ikuti juga dengan pertumbuhan persaingan Seperti pada bank BNI Syariah agar tetap eksis di kalangan masyarakat maka harus tetap konsisten dalam melayani dan memahami keinginan nasabahnya. Hal ini timbul karna muncul berbagai bank sebut saja Bank Mandiri Syariah, dan Bank BRI Syariah maupun sejenisnya sehingga perusahaan perlu mengetahui faktor

apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menjadi nasabah. Strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu dengan strategi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Khususnya dalam penelitian ini penulis mengambil sampel dari PT BNI Syariah Berikut data jumlah. Nasabah yang di peroleh penulis mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi”, sebagai berikut

Tabel 1.1
Data Jumlah Nasabah PT Bni Syariah Cabang Kota Jambi
Tahun 2016-2020

Tahun	Jumlah Nasabah (account)	Persentase (%)
2016	1.502	-
2017	2.043	26%
2018	2.675	24%
2019	3.435	22%
2020	4.397	22%
Rata-rata	2.810	24%

Sumber: PT Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Kota Jambi, 2021

Dari tabel diatas diketahui bahwa perkembangan jumlah nasabah BNI syariah terus meningkat. Jumlah nasabah pada tahun 2016 sebanyak 1.502 nasabah dan pada tahun 2017 sebanyak 2.043 nasabah dan mengalami kenaikan sebesar (26%) tahun 2018 sebanyak 2.675 nasabah dan mengalami kenaikan sebesar (24%) tahun 2019 sebanyak 3.435 nasabah dan mengalami kenaikan sebesar (22%) tahun 2020 sebanyak 4.397 dan mengalami kenaikan sebesar (22%) dapat dilihat pada setiap tahun bank Bni Syariah mengalami peningkatan nasabah.

Tabel 1.2
Data jumlah keluhan nasabah PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi
Tahun 2016 -2020

Tahun	Jumlah Keluhan	Persentase (%)
2016	-	-
2017	8	5
2018	21	62
2019	75	72
2020	65	-15
Rata –rata	42,25	30

Sumber : PT Bank BNI Syariah Cabang Kota Jambi, 2021

Dan tentu saja dengan meningkatnya nasabah timbulnya keluhanpun juga meningkat, terdapat beberapa keluhan seperti, pelayanan yang lambat sehingga menyebabkan antrian menjadi panjang. Customer service yang tidak memanggil nasabah sesuai dengan no antriannya, area parkir yang sempit, setor tunai dan juga transfer pada atm yang gagal. BNI syariah memiliki pedoman pada pelaksanaan tata kelola yang di susun dalam 5 (lima) prinsip yaitu, keterbukaan (transparency) Akuntabilitas (accountability), pertanggungjawaban (responsibility), profesional (professional) dan kewajaran (fairness). Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk proposal skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT BNI Syariah Cabang kota Jambi”

1. 2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini ada beberapa faktor yang dijadikan identifikasi masalah yaitu

- a. jumlah nasabah setiap tahunnya mengalami peningkatan, akan tetapi masih terdapat banyak keluhan yang terjadi.
- b. Pelayanan kepada nasabah masih belum optimal hal ini ditandai dengan masih terdapatnya keluhan terhadap pelayanan yang di berikan oleh PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi.

1.3 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi ?
- b. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi ?

1.4 Batasan Masalah

Dalam penulisan proposal ini penulis membatasi hanya pada manajemen pemasaran Bank BNI Syariah sebelum berganti nama menjadi BSI mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi.

1.5 Tujuan Penelitian

- a. Untuk Mengetahui Bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi.
- b. Untuk Mengetahui Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi.

1.6 Manfaat Penelitian

- a. Diharapkan penelitian ini menjadi salah satu bahan masukan bagi PT. Bank Negara Indonesia Cabang Kota Jambi dalam melakukan strategi yang tepat.
- b. Sebagai bahan tambahan pengetahuan bagi penulis khususnya dan umumnya bagi para pembaca serta sebagai bahan acuan bagi penelitian yang ingin melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1 Landasan Teori

2.1.1.1 Pengertian Ekonomi

Istilah “ekonomi” berasal dari bahasa Yunani yang berarti pihak yang mengelola rumah tangga. Menurut Mohammad Khusaini (2013:1). Menurut Samuelson dalam buku Sukirno (2013: 9) Ilmu ekonomi adalah studi mengenai individu-individu dan masyarakat membuat pilihan dengan atau tanpa menggunakan uang, dengan menggunakan sumber – sumber daya yang terbatas tetapi dapat digunakan dalam berbagai cara untuk menghasilkan beberapa jenis barang dan jasa mendistribusikannya untuk kebutuhan konsumsi sekarang dan masa yang akan datang, kepada individu dan berbagai golongan masyarakat. Menurut Mohammad Khusaini (2013:1) ilmu ekonomi merupakan salah satu cabang dari ilmu sosial yang menitik beratkan perhatiannya pada masalah pemanfaatan sumber daya yang langka untuk memenuhi kebutuhan manusia yang beragam dan tidak terbatas sifatnya.

2.1.1.2. Pengertian Manajemen

Istilah manajemen mengacu pada kata “*to manage*” yang berarti mengatur, mengurus, atau mengelola. Menurut Wendy Sepmady Hutahaean (2018:2) Menurut Mary Parker Follett dalam buku Wendy Sepmady Hutahaean (2018:2) manajemen merupakan seni dalam mencapai tujuan melalui orang lain. Definisi ini mengandung arti bahwa para manajer mencapai tujuan-tujuan organisasi melalui pengaturan orang-orang lain untuk.

Menurut Siswanto (2014:7) adalah seni dan ilmu dalam perencanaan pengorganisasian, pengarahan, pemotivasian dan pengendalian terhadap orang dan mekanisme kerja untuk

mencapai tujuan. Jadi dengan kata lain manajemen adalah sebagai sebuah proses perencanaan perorganisasian pengarahan dan pengawasan sumber daya untuk mencapai sasaran efektif dan efisien.

2.1.1.3 Pemasaran

Kesuksesan finansial sering bergantung pada kemampuan pemasaran. Financial, operasi, akuntansi, dan fungsi bisnis lainnya tidak akan berarti jika tidak ada cukup permintaan produk dan jasa sehingga perusahaan dapat menghasilkan keuntungan. Menurut Kotler dan Keller (2008:5) pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan.

Menurut Meithiana Indrasari(2019:2) pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu dan terencana yang dilakukn oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien , mitra dan masyarakat umum. Menurut Meithiana Indrasari(2019:2) definisi pemasaran lebih diidentifikasi dengan proses pengenalan produk atau servis kepada konsumen yang pontensial.

2.1.1.4 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran (*marketing management*) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuh kan pelanggan-pelanggan dengan menciptakan ,menghantar, dan Mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Manajemen pemasaran adalah sebuah rangkaian proses analisis, perencanaan, serta, pelaksanaan, serta pengawasan dan pengendalian suatu kegiatan pemasaran dimana tujuannya adalah untuk mencapai target perusahaan secara efektif dan efisien. Menurut Sofjan Assauri dalam buku Meithiana Indrasari (2019 :9) pengertian manajemen adalah

kegiatan analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian berbagai program yang di susun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan laba hasil dari transaksi/ pertukaran melalui sasaran pasar untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang Menurut Sunarto (2014:12).

Pengertian manajemen pemasaran adalah kegiatan analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian berbagai program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan dan pemeliharaan laba hasil dari transaksi atau pertukaran melalui sasaran pasar untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang. Menurut Kotler & Keller dalam buku Meithiana Indrasari (2016:9).

2.1.1.5 Bauran Pemasaran

Menurut Tatik Suryani (2017:84) bauran pemasaran jasa meliputi meliputi 7P yakni produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*) dan promosi (*promotion*), bukti fisik (*physical evidence*), proses penyedia jasa hingga nasabah dapat memanfaatkan jasa perbankan (*processes*) dan karyawan yang memberikan layanan dalam penyedia jasa perbankan (*people*) Bauran pemasaran memiliki peranan yang penting dalam kegiatan bisnis yang di jalankan perusahaan karena bauran pemasaran merupakan alat pemasaran yang di dalamnya memiliki variabel- variabel yang dapat membantu mensukseskan penjualan produk Menurut Buchari Alam dalam buku Tengku Firli Musfar (2007:130) bauran pemasaran adalah strategi mencampur kegiatan-kegiatan *marketing*, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang paling memuaskan. Menurut Zethaml dan Britner buku Tengku Firli Musfar, (2008:48) adalah elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat di kontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan tamu dan untuk memuaskan tamu.

Menurut Tatik Suryani (2017:84) Usaha- usaha yang dilakukan oleh pemasar Bank untuk memengaruhi nasabah agar memanfaatkan jasa perbankannya, dilakukan melalui bauran pemasaran jasa yang meliputi strategi:

a) Produk (*product*)

Produk perbankan dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok yakni produk tabungan atau disebut produk penghimpunan dana

(*funding*), produk kredit atau disebut penyaluran dana (*lending*), dan jasa lainnya, seperti *safe deposit box*, transfer, dan lain-lain. Strategi produk seperti jenis tabungan, manfaat, dan layanan tambahan yang melekat pada produk tabungan yang ditawarkan akan memengaruhi pertimbangan nasabah dalam memilih produk tabungan.

b) Harga (*price*)

Strategi penetapan harga yang tepat yang mencakup besarnya biaya administrasi, bunga dan cara pembayaran pengaruhnya sangat besar terhadap pengambilan keputusan nasabah. Nasabah yang rasional pada umumnya cenderung sensitif terhadap suku bunga dan biaya administrasi yang dibebankan kepada nasabah.

c) Distribusi (*place*)

Riset di bidang perbankan mengungkapkan bahwa kemudahan akses ke Bank yang memungkinkan nasabah lebih efisien dalam melakukan transaksi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih Bank.

d) Promosi

Komunikasi pemasaran yang tujuannya untuk mempromosikan produk dan jasa perbankan memainkan peran penting dalam mempengaruhi nasabah. Bauran promosi yang tepat: periklanan, kehumasan, penjualan personal, publisitas, dan

promosi penjualan akan memengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku nasabah, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan kinerja pemasaran Bank yang baik.

e) Bukti fisik (*physical evidence*)

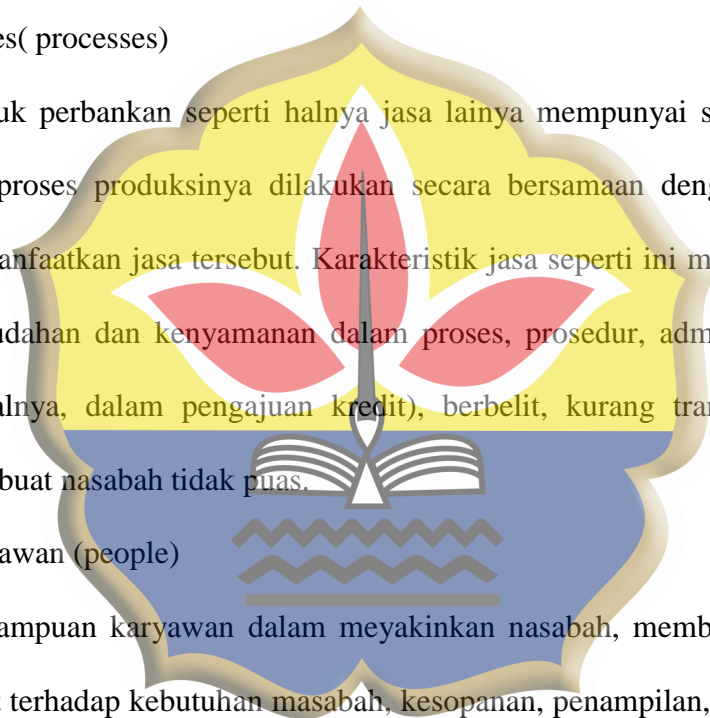
Bank yang bisnis utamanya kepercayaan dan keamanan, dari sisi fisiknya perlu didesain sedemikian rupa sehingga mendukung terbentuknya keyakinan nasabah Bank yang dikunjunginya adalah Bank yang terpercaya dan aman. Semakin lengkap fasilitas fisik yang disediakan dan semakin megah dan baik kantor Bank, semakin percaya nasabah terhadap Bank tersebut.

f) Proses (*processes*)

Produk perbankan seperti halnya jasa lainnya mempunyai sifat tidak berwujud dan proses produksinya dilakukan secara bersamaan dengan waktu nasabah memanfaatkan jasa tersebut. Karakteristik jasa seperti ini menuntut kesadaraan, kemudahan dan kenyamanan dalam proses, prosedur, administrasi yang lama (misalnya, dalam pengajuan kredit), berbelit, kurang transparan sering kali membuat nasabah tidak puas.

g) Karyawan (*people*)

Kemampuan karyawan dalam meyakinkan nasabah, memberikan respon yang cepat terhadap kebutuhan nasabah, kesopanan, penampilan, dan berbagai aspek lainnya yang mendukung layanan yang diberikan karyawan Bank memiliki peran penting dalam mempengaruhi pengambilan keputusan dan perilaku nasabah.



2.1.1.6 Manajemen Jasa

Menurut Kotler dan Armstrong dalam buku Tatik Suryani (2016: 122) mengemukakan bahwa jasa

1. Tidak berujud (*intangibility*)

Artinya, bahwa produk dan jasa perbankan bersifat tidak dapat di raba atau dilihat yang secara fisik dapat langsung diketahui. Produk tabungan sulit diamati bentuk produknya . Buku tabungan hanyalah bentuk fisik yang merekam semua transaksi selama menabung, menarik tabungan dan memindahkan, tetapi pegawai dan kinerjanya, kecepatan layanan, kenyamanan selama menabung, relatif sulit untuk diamati.

2. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*)

Seperti halnya jasa lainnya proses produksi dan konsumsi dalam jasa perbankan sangat sulit dipisahkan. Kapan proses pengajuan kredit dilakukan, kapan nasabah mendapatkan dan menggunakan layanan kredit sangat sulit dipisahkan. Kapan produk tabungan diproduksi apakah pada saat nasabah membuka rekening tabungan, lalu menyetorkan uang atukah pada saat merasakan manfaat menabung dan mendapatkan layanan tabungan sangat sulit untuk dipisahkan.

3. Beraneka ragam (*Variability*)

Kualitas jasa perbankan sangat bervariasi karena perbedaan kapabilitas karyawan yang memberikan layanan, perbedaan waktu, dan tempat. Meskipun *teller* yang memberikan layanan sama dalam satu hari, namun bisa jadi ketika nasabah yang sama datang ke Bank waktu pagi dan siang hari kualitas layanan berbeda. Pada pagi hari ketika suasana belum ramai, teller memberikan perhatian yang baik dan ramah, namun pada siang hari ketika banyak nasabah yang bertransaksi, dan teller sudah agak lelah kondisinya, bisa jadi perhatian *teller* menjadi berkurang dan kurang bersahabat. Bahkan pada jam yang

sama sering kali kualitas layanan yang di berikan berbeda, karena teller mendapat masalah yang mempengaruhi suasana hatinya dan kurang dapat optimal dalam memberikan layanan.

4. Mudah rusak (*perishability*)

Produk dan jasa perbankan tidak dapat disimpan, oleh karena itu bagaimana mengatur pengelolaanya agar layanan dapat dituntaskan merupakan hal yang penting untuk dilakukan adanya.

a. Mengelola permintaan.

Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengurangi permintaan pada periode puncak, meningkatkan permintaan pada periode sepi, menerapkan sistem reservasi, menggunakan sistem antrean, dan memberikan layanan alternatif

b. mengelola penawaran .

Dalam upaya menjaga layanan yang bermutu, sebaiknya Bank mengelola antrian dengan baik.

5. Tidak adanya pemindahan kepemilikan (*lack of ownership*)

Lack of ownership merupakan perbedaan dasar antara jasa dan barang. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya, sedangkan pada jasa termasuk produk dan jasa perbankan nasabah tidak memiliki hak tersebut.

2.1.1.7 Manajemen Jasa Perbankan

Menurut Tatik Suryani(2017:132) jasa bank yaitu

1. Safe deposit box(SDB)

SDB merupakan jasa penyewaan tempat penyimpanan barang- barang berharga nasabah. Dalam masyarakat modern SDB dipandang sebagai tempat yang aman dari sisi kerahasiaan, maupun dari sisi pencurian dan kerusakan (karena tahan api dan

tahan terhadap ledakan dalam kekuatan tertentu) untuk menyimpan barang –barang berharga.

Bagi nasabah, SBD menyediakan sejumlah manfaat antara lain:

- a) Aman karena ruang penyimpanan kokoh, tahan api dan dijaga keamannya selama 24 jam. Untuk membuka diperlukan kunci dari nasabah sebagai penyewa dan kunci dari Bank
- b) Fleksibel , karena besar kecilnya dapat di sesuaikan dengan kebutuhan nasabah
- c) Praktis proses pengurusanya

2. Tranfer

Jasa ini berupa pemindahan dana tertentu dari nasabah (pemberi amanat) kepada pihak lain yang ditunjuk.

3. inkaso

Jasa ini merupakan pemberian jasa kepada Bank oleh nasabah (perorangan maupun perusahaan) guna melakukan penagihan terhadap surat –surat berharga (baik yang berupa dokumen maupun tidak berdokumen) yang harus dibayar setelah pihak yang bersangkutan (pembayaran atau tertarik) berada di tempat lain (dalam atau luar negeri) menyetujui pembayaran Anonim, LSP dan IBI, dalam buku Tatik Suryani (2013:26).

4. Bank draft

Merupakan wesel yang dikeluarkan oleh Bank kepada nasabahnya dan dapat diperjual belikan.

5. Cek wisata (travellers cheque)

Cek wisata merupakan jasa Bank berupa kertas berharga dalam mata uang tertentu yang dikeluarkan oleh bank dimana Bank tersebut akan membayarkan sejumlah dan

asesuai dengan yang tertera dalam cek wisata kepada nasabah yang tertera dalam surat berharga tersebut. Jasa ini praktis dan aman bagi nasabah yang bepergian.

6. Surat kredit berdokumen (*letter of credit/ LC*)

LC merupakan jasa yang ditawarkan Bank dalam rangka pembelian barang, berupa penangguhan pembayaran pembelian oleh pembelian sejak LC dibuka hingga jangka waktu tertentu sesuai dengan perjanjian.

7. Electronic banking

Merupakan jasa perbankan yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan teknologi internet, *mobile phone (mobile banking)*, maupun SMS. Produk ini merupakan layanan tambahan kepada nasabah yang sudah memiliki rekening di Bank. Meskipun produk ini merupakan produk tambahan, namun bagi nasabah dipandang sangat penting, apalagi bagi nasabah yang sudah terbiasa menggunakan teknologi *electronic banking* selain memberikan manfaat kepraktisan, efisiensi, dan kecepatan bagi nasabah.

8. Bank garansi

Bank garansi merupakan suatu fasilitas kredit yang diberikan Bank kepada debitur dan/ atau pihak lainnya yang bersifat *non cash laon* yang disetujui oleh debitur di mana Bank menyatakan sanggup memenuhi kewajiban dari pihak yang dijamin kepada pihak ketiga sebagai penerima Bank garansi, apabila suatu waktu tertentu yang telah ditetapkan pihak yang dijamin tersebut tidak memenuhi kewajiban.

Selain jasa tersebut, Bank juga menawarkan jasa lainnya, seperti: jasa kliring. Sistem Bank Indonesia Real Time Gross Settlement (BI- RTGS), jual beli valuta asing, dan *bancassurance*

2.1.1.8 Pengertian Bank

Menurut Dr Kasmir(24:2014) bank adalah usaha dalam penghimpun dana untuk membiayai operasinya. Hak ini sesuai dengan fungsinya adalah lembaga keuangan di mana kegiatan sehari-harinya adalah dalam bidang jual beli uang. Tentu saja sebelum menjual uang(memberikan pinjaman) bank harus lebih dulu membeli uang (menghimpun dana) sehingga dari selisih bunga tersebutlah bank mencari keuntunagn.

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak. Menurut buku Ikatan Bankir Indonesia(2017 :3) Menurut Bustari Muchtar, Rose Rahmidani dan Menik Kurnia (2016:53) bank dikenal sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan , dan deposito, kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya.

Menurut Ade Onny Siagian (2021:7) prinsip bank syariah adalah pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*masyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*) atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip dawa murni tanpa pilihan (*ijarah*)atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*)

Bank memiliki tiga fungsi utama, yaitu :

- 1.Penghimpunan Dana (funding) Bank menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan. Masyarakat mempercayai bank sebagai tempat yang aman untuk menyimpan uang. Bank akan membayar jumlah tertentu atas penghimpunan dana masyarakat yang besarnya tergantung pada jenis simpanan.

2. Menyalurkan dana (Lending) Dalam hal ini bank memberikan pinjaman (kredit) kepada masyarakat. Sebelum kredit diberikan bank terlebih dahulu menilai apakah kredit tersebut layak diberikan atau tidak.
3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (services) Jasa-jasa lainnya seperti pengiriman uang (transfer), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari dalam kota (clearing), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari luar kota dan dalam negeri (inkaso), letter of credit (L/C), safe deposit box, bank garansi, bank notes, traveller cheque, dan jasa lainnya.

2.1.1.9 Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah pertama di Indonesia merupakan hasil kerja tim perbankan MUI, yaitu dengan dibentuknya PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akte pendiriannya ditandatangani tanggal 11 November 1991. Bank ini ternyata berkembang cukup pesat sehingga saat ini bank BMI sudah memiliki puluhan cabang yang tersebar di beberapa kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, Makasar, dan kota lainnya.

Secara Filosofi, bank syariah adalah bank yang aktivitasnya meninggalkan masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia Islam dewasa ini. Menurut Dr Amir Machmud dan H.Rukma (2010:4)

Menurut Dr Kasmir (2014:166) produk yang ditawarkan bank syariah sudah tentu Islami, berikut ini jenis-jenis produk Bank Syariah yang ditawarkan adalah sebagai berikut.

1. Al-wadi'ah (simpanan)

Merupakan titipan atau simpanan pada bank Syariah merupakan titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik perorangan maupun badan hukum yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja bila si penitip menghendakainya.

2. Pembiayaan dengan bagi hasil

Penyaluran dana dalam bank konvensional, kita kenal dengan istilah kredit atau pinjaman. Sedangkan dalam Bank Syariah untuk penyaluran dananya dikenal dengan istilah pembiayaan.

3. Bai' al-Murabahah

Merupakan kegiatan jual beli pada harga pokok dengan tambahan keuntungan yang di sepakatai.

4. Bai'as-Salam

Merupakan pembelian barang yang diserahkan kemudian hari, sedangkan pembayaran dilakukan di muka.

5. Bai' Al-Istihna

Adalah bentuk khusus dari akad Bai'as-Salam, oleh karena itu, ketentuan dalam Bai' Al-Istihna, mengikuti ketentuan dan aturan Bai'as-Salam.

6. Al-Ijarah (Leasing)

Merupakan akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.

7. Al-Wakalah(Amanat)

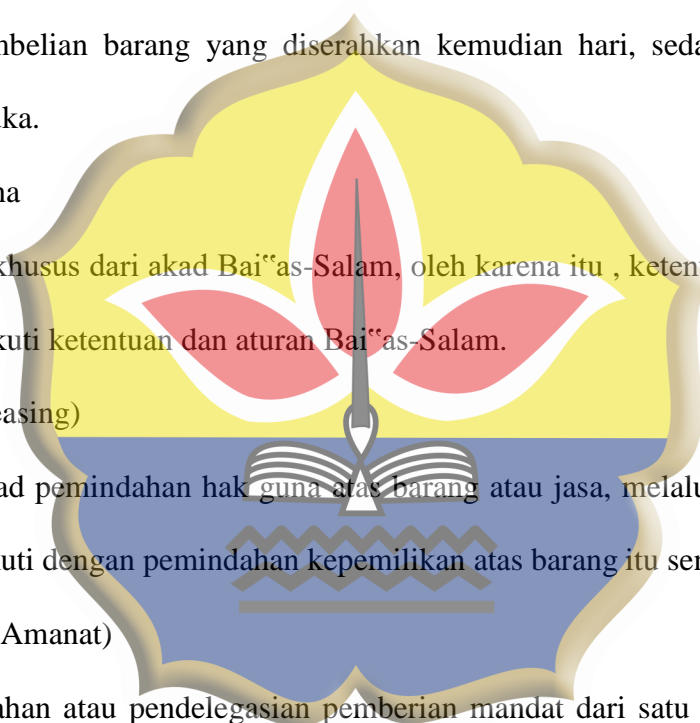
Artinya penyerahan atau pendelegasian pemberian mandat dari satu pihak kepada pihak lain.

8. Al- Kafalah(Garansi)

Adalah jaminan yang di berikan penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau ditanggung.

9. Al-Hawalah

Merupakan pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya.



10. Ar- Rahn

Adalah kegiatan menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman atas pinjaman yang diterimanya.

2.1.1.10 Perbedaan Bank Syariah Dan Bank Konvensional

Menurut Ririn Wulandari (2020: 9)

Tabel 1.4
Perbedaan Bank Syariah Dan Bank Konvensional

Karakter	Sistem Bank Syariah	Sistem Bank Konvensional
Kerangka Bisnis	Model bisnis didasarkan pada hukum syariah. Bank harus yakin bahwa semua aktivitas bisnis adalah sesuai dengan tuntunan syariah.	Fungsi dan operasional didasarkan pada prinsip perbankan konvensional dan tidak didasarkan pada Syariah Islam
Fungsi perbankan	Fungsi Masqasid: kemanfaatan dunia akhirat ,ekonomi, sosial, dan lingkungan	Ekonomi,social, lingkungan
Bungan	Pembiayaan tidak dikenakan bunga dikenakan bagi hasil atas keuntungan atau kerugian, dimana ditetapkan sebesar keuntungan tetap. Keuntungan tetap tersebut menjadi bagian bagi hasil yang diterima oleh nasabah deposito, tabungan , dan sukuk ritel	Nasabah debitur dan kreditur berorientasi pada bunga. Tingakt bunga ditentukan , dan dibayar atau dibayarkan selain pokok pinjaman, maupun pokok simpanan.
Orientasi bisnis	Profit dan keuntungan jangka panjang, dunia akhirat(orientasi falah)	Profit
Batasan transaksi	Transaksi dari kegiatan yang mengandung unsue perjudian dan spekulasi (<i>maysir</i>) sangat dilarang	Perdagangan dan perjanjian dan segala jenis <i>derivative</i> atau yang mengandung unsur spekulasi diijinkan
Pengawasan	Otoritas jasa keuangan, Otoritas fatwa yaitu dewan Syariah Nasional	

Menurut Dr. Amir Machmud dan H. Rukmana, (2010:11) perbedaan pokok antara sistem bank konvensional dengan sistem bank syariah secara ringkas dapat dilihat dari empat aspek yaitu

1. Falsafah: pada bank syariah tidak berdasarkan atas bunga, spekulasi dan ketidakjelasan, sedangkan pada bank konvensional berdasarkan atas bunga.
2. Operasional : Pada bank syariah, dana masyarakat berupa titipan dan investasi baru akan mendapatkan hasil jika di usahakan terlebih dahulu , sedangkan pada bank konvensional dana masyarakat berupa simpanan yang harus di bayar bunganya pada saat jatuh tempo. Pada sisi penyaluran, bank syariah menyalurkan dananya pada sektor usaha yang halal dan menguntungkan, sedangkan pada bank konvensional, aspek halal tidak menjadi pertimbangan utama.
3. Sosial : Pada bank syariah, aspek sosial dinyatakan secara eksplisit dan tegas yang tertuang dalam visi dan misi perusahaan, sedangkan pada bank konvensional tidak tersirat secara tegas.
4. Organisasi : Bank syariah harus memiliki DPS. Sementara itu, bank konvensional tidak memiliki Dewan Pengawas Syariah.

2.1.1.11 Perilaku Nasabah

Menurut Tatik Suryani (2017:79) perilaku nasabah tidak mudah dipahami karena perilaku manusia sifatnya kompleks dan dinamis. Perilaku nasabah di pengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor internal yang ada pada diri nasabah maupun faktor eksternal. Memahami faktor internal sebagai proses psikologis, memerlukan kecermatan dan pemahaman ilmu psikologi ,sedangkan memahami eksternal membutuhkan pemahaman disiplin ilmu sosiolog, antropologi, ekonomi,dan lain-lain.

Menurut Tatik Suryani (2013:80) menyatakan bahwa studi perilaku nasabah itu mencakup aspek yang luas, tidak hanya mengkaji perilaku yang terjadi pada nasabah yang terlihat, namun juga yang tidak mudah untuk diamati, dan dampak perilaku yang dilakukan.

Secara lebih spesifik studi tentang perilaku nasabah mencakup:

1. Apa yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah ketika memilih Bank, produk, dan jasa perbankan?

Ketika memilih produk perbankan, misalnya produk tabungan nasabah tidak hanya membutuhkan tempat untuk menyampaikan uang tetapi ada kegiatan –kegiatan dan harapan nasabah lain yang hendak di penuhi.

2. Kapan nasabah memanfaatkan jasa perbankan?

Kapan nasabah menabung, kapan nasabah mengambil kredit , kapan nasabah mentransfer uang serta memanfaatkan jasa perbankan lainnya merupakan hal yang penting untuk diketahui oleh pemasar perbankan. Dengan mengetahui secara lebih tepat waktu nasabah memanfaatkan jasa perbankan, bank dapat mengatur sumber daya manusia untuk melayani dengan baik.

3. Bagaimana nasabah memanfaatkan produk dan jasa perbankan ?

Bagaimana proses yang dilakukan nasabah dalam memanfaatkan produk dan jasa perbankan dan bagaimana caranya sehingga nasabah dapat memanfaatkan produk dan jasa perbankan produk dan jasa perlu di pahami oleh manajer Bank.

4. Mengapa nasabah tertarik dan memanfaatkan jasa perbankan ?

Terdapat banyak alternatif yang dapat dipilih nasabah pada saat mengambil keputusan berinvestasi. Nasabah dapat memilih menabung dananya di Bank dalam bentuk tabungan dan deposito, atau dapat juga membeli emas kemudian disimpan atau membeli saham, reksa dana atau yang lain.

5. Siapa yang terlibat dalam proses pengambilan keputusan nasabah dalam memilih Bank?

Dalam memilih produk perbankan dan memilih bank, nasabah sering kali tidak mengambil keputusan sendiri. Suami, istri, anak atau orang tua bahkan teman dekat seringkali mempengaruhi bahkan kadang kadang berperan dominan dalam pengambilan keputusan.

6. Dimanakah lokasi bank yang disukai nasabah?

Faktor tempat atau lokasi Bank dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih Bank. Nasabah pada umumnya tertarik pada Bank yang dekat dari rumah atau di daerah yang jauh asal mudah dijangkau transportasi umum.

2.1.1.12 Pengertian Keluhan (*complaint*)

Komplain atau keluhan pelanggan adalah umpan balik dari pelanggan yang ditunjukkan kepada perusahaan yang cenderung bersifat negatif. Komplain tersebut terjadi bila pelanggan merasa tidak senang atau puas dengan standar pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan (Kaihatu dkk, 2015) Menurut Dartayanto dan Setyabudi (2014:32) “komplain atau keluhan adalah pengaduan atau penyampaian ketidakpuasan, ketidaknyamanan, kejengkelan dan kemarahan atas *service* jasa atau produk” hal tersebut juga dikemukakan oleh Bell dan Luddington (2016:78) bahwasanya “keluhan pelanggan (*customer complaint*) adalah umpan balik (*feedback*) dari pelanggan yang ditujukan kepada perusahaan yang cenderung bersifat negatif. Umpan balik dapat dilakukan secara tertulis atau pun secara lisan berdasarkan pengertian tersebut bahwa pengertian keluhan atau komplain adalah ekspresi perasaan ketidakpuasan atas standar pelayanan, tindakan atau tidak adanya tindakan pemberi pelayanan yang berpengaruh terhadap pelanggan.

2.1.1.13 Kualitas Pelayanan

Pelayanan (*customer service*) adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi dalam dalam kamus besar indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang) Menurut *American Society* dalam buku Ririn Wulandari (2016:65) pengertian kualitas pelayanan adalah keseluruhan karakteristik produk, layanan yang dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller dalam buku Ririn Wulandari (2015: 65) *service quality* adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh kepada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas pelayanan merupakan dasar dalam penciptaan nilai bagi pelanggan dan perusahaan, dengan memberikan pelayanan yang berkualitas secara lebih efisien. Menurut Tjiptono dalam buku Meithiana Indrasari (2001:61) kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi kualitas pelayanan yang di harapkan, definisi kualitas ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatan bahwa *service quality* adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Rambat Lupiyoadi dalam Meithiana Indrasari(2011:62) *Service quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Menurut Kotler dalam buku Meithiana Indrasari(2011:62) Menjelaskan karakteristik layanan yang diperlu diperhatikan seperti

- a. Akses, yaitu layanan tersebut harus menjangkau keseluruhan tempat dan waktu secara tepat.
- b. Komunikasi, yaitu bahwa dalam memberikan layanan perlu dilakukan komunikasi yang efektif, efisien dan jelas serta akurat
- c. Kompetensi, yaitu terkait dengan pegawai atau karyawan yang memiliki keahlian dan keterampilan serta pengetahuan yang diperlukan berdasarkan layanan yang di berikan
- d. Kesopanan, yaitu bahwa pegawai harus ramah cepat tanggap dan tenang untuk memberikan layanan yang memuaskan
- e. Kredibilitas , yaitu perusahaan dan pegawai dapat dipercaya dan mempunyai tempat di hati pelanggan
- f. Keandalan, yaitu bahwa layanan yang di berikan secara konsisten dan tepat
- g. Responsif, yaitu yaitu terkait dengan layanan dan respon yang cepat dan kreatif terhadap permintaan pelanggan atau permasalahan yang di hadapi pelanggan.
- h. keamanan, yaitu layanan yang di berikan harus bebas resiko, bahaya dan keraguan serta kerugian.
- i. Nyata, yaitu layanan tersebut harus bisa dicerminkan dalam bentuk fisik yang benar-benar mencerminkan kualitas layanan
- j. Memahami konsumen, yaitu pegawai benar benar membuat usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumendan memberikan perhatian secara individu

Menurut Tatik Suryani (2007:199) nasabah menilai kualitas layanan dari beberapa dimensi yang dianggap penting sesuai dengan keinginan dan harapan berikut merupakan dimensi yang umumnya dinilai oleh nasabah.

1. Reliabilitas

Nasabah menilai reliabilitas berdasarkan penilaian terhadap kemampuan Bank dalam memberikan layanan yang konsisten sesuai dengan yang di janjikan.

2. Daya Tanggap(Ketanggapan)

Dalam menilai kualitas layanan, nasabah juga akan menilai dari kecepatan pegawai dalam menindak lanjuti keluhan yang disampaikan oleh nasabah

3. Kompetensi

Salah satu aspek yang dinilai nasabah dalam menilai kualitas layanan adalah kompetensi para pegawai dinilai dari kemampuan pegawai menguasai produk yang di tawarkan serta memahami prosedur.

4. Akses

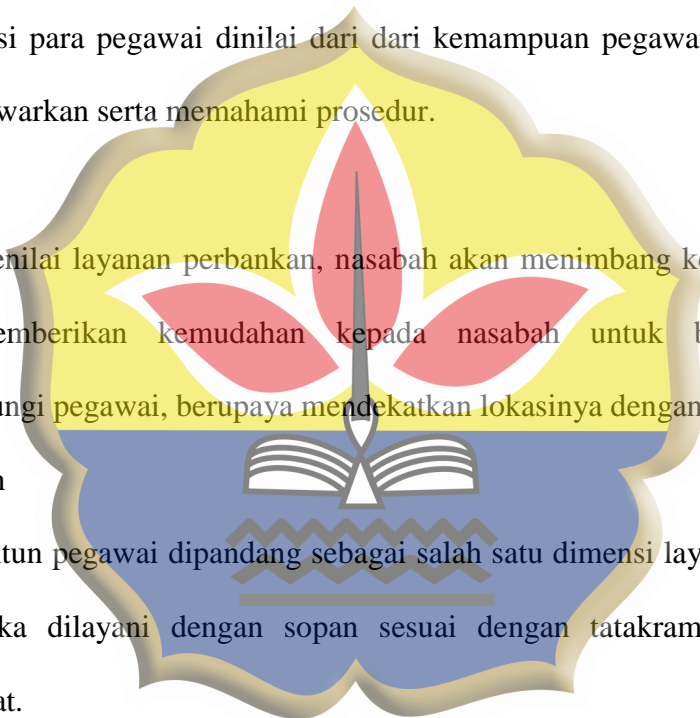
Dalam menilai layanan perbankan, nasabah akan menimbang kecepatan akses. Jika Bank memberikan kemudahan kepada nasabah untuk berkomunikasi dan menghubungi pegawai, berupaya mendekatkan lokasinya dengan nasabah.

5. Kesopanan

Sopan santun pegawai dipandang sebagai salah satu dimensi layanan. Nasabah akan senang jika dilayani dengan sopan sesuai dengan tatakrama yang berlaku di masyarakat.

6. Kemampuan Komunikasi

Layanan yang bermutu dapat berlangsung dengan baik, jika pegawai memiliki kemampuan berkomunikasi dengan nasabah. Nasabah akan merasa tidak puas dan memberikan penilaian yang buruk, jika ketika menanyakan sesuatu yang terkait dengan kredit maupun produk simpanan, informasi yang di peroleh tidak lengkap.



7. Kredibilitas

Kredibilitas pegawai merupakan hal yang penting dalam mendukung layanan yang bermutu berkaitan dengan kejujuran dan hal-hal terkait psikologis.

8. Keamanan

Salah satu faktor yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih Bank adalah faktor keamanan. Nasabah menabung di bank atau menyimpan barang-barang di Bank karena kebutuhan akan rasa aman.

9. Pemahaman terhadap kebutuhan nasabah

Manajemen Bank melalui karyawan yang berinteraksi langsung dengan nasabah perlu mendengarkan dan berusaha menggali kebutuhan, keinginan, serta harapan nasabahnya.

10. Faktor berwujud dan fasilitas fisik lainnya

Lokasi, kondisi tempat, ruangan, tempat parkir serta sarana fisik Bank merupakan faktor yang dipertimbangkan dalam memilih Bank.

2.1.1.14 Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler (2008:138) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) ekspektasi mereka. Menurut Oliver dalam buku Fandy Tjiptono (2019:123) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Menurut Umar dalam buku Meithiana Indrasari (2005: 82) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya

Menurut Fandy Tjiptono (2019:155) mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu: sistem keluhan dan saran, survey kepuasan pelanggan, ghost shopping dan lost customer analisis.

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang sangat luas kepada para pelanggannya untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan media yang dapat digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau yang sering dilewati pelanggan)

2. Survey kepuasan pelanggan

Umum nya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survei, baik pos, telepon, email, web site, maupun wawancara langsung. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan perhatian terhadap mereka.

3. Ghost shopping

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing.

Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk – produk tersebut.

4. Lost customer analisis

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

Menurut Fandy Tjiptono (2019:151) hingga saat ini belum ada kesepakatan universal mengenai ukuran tunggal „terbaik“ mengenai kepuasan pelanggan, walaupun begitu di

tengah bragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan terdapat kesamaan paling tidak dalam konsep ini yaitu:

1. kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Dalam konsep ini, cara mengukur kepuasan pelanggan yaitu langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa suatu perusahaan. Penilaiannya meliputi mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan/atau jasa perusahaan bersangkutan serta membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan pesaing.

2. Dimensi kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan diukur dengan empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan pesaing berdasarkan item yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi yang penting dalam menilai kepuasan pelanggan.

3. konfirmasi ekspektasi (*Confirmation of Expectations*)

Kepuasan diukur berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja produk/jasa perusahaan.

4. Niat beli ulang

Dalam konsep ini, caranya adalah dengan menanyakan pelanggan secara langsung apakah akan membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

5. Kesediaan untuk merekomendasikan (*Willingness to Recommend*)

Kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti dalam kasus pembelian produk/jasa yang pembelian ulangnya relatif lama.

6. Ketidakpuasan pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Ketidakpuasan pelanggan meliputi complaint, return atau pengembalian produk, biaya garansi, product recall (penarikan kembali produk dari pasar), gethok tular negatif, dan defections (konsumen yang beralih ke pesaing)

Menurut Fandy Tjiptono (2019: 143) riset kepuasan pelanggan selama ini mengindikasikan sebagai berikut

1. Niat beli ulang

Pelanggan yang puas cenderung berminat melakukan pembelian ulang produk / jasa yang sama, berbelanja di tempat yang sama, atau menggunakan penyedia layanan jasa yang sama lagi di kemudian hari.

2. Loyalitas pelanggan

Sudah banyak yang menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berdampak positif bagi terciptanya loyalitas pelanggan.

3. Perilaku komplain

Pelanggan yang puas lebih kecil kemungkinannya melakukan komplain. Sebaliknya jika konsumen tidak puas akan ada kemungkinan ia akan melakukan komplain.

4. Gethok tular positif

Kepuasan pelanggan berdampak positif pada kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk atau perusahaan kepada orang lain (gethok tular positif.)

Menurut Ririn Wulandari(2018:90) terdapat empat faktor dimensi kepuasan nasabah yaitu

1. Kualitas Produk

Nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi dan persepsi mereka menunjukkan bahwa produk bank syariah sesuai harapan dan keinginan mereka

2. Kualitas Pelayanan

Nasabah akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan dari bank syariah yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dan keinginannya

3. Emosional

Nasabah merasakan adanya ikatan secara emosi merasakan kekeluargaan dengan bank syariah apabila berinteraksi dengan perusahaan.

4. Harga

Harga adalah bunga, biaya administrasi, biaya provisi dan komisi, biaya kirim, biaya tagihan, biaya sewa, biaya iuran, dan biaya-biaya lainnya. Sedangkan harga bagi bank berdasarkan prinsip syariah adalah bagi hasil.

2.1.1.15 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono dan Diana (2016:68) kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berkaitan erat. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat kepada perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta membutuhkan mereka. Dengan demikian, perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan memuaskan.

Harapan pelanggan dapat bersumber dari berbagai hal, seperti dari pengalaman layanan sebelumnya, teman, dan informasi layanan. Kepuasan pelanggan dapat menciptakan loyalitas atau citra yang tinggi pelanggan. Dalam konteks kualitas dan kepuasan, telah tercapai konsensus bahwa harapan pelanggan memiliki peranan besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan Tjiptono(2004:14)

Kualitas layanan adalah salah satu penentu keberhasilan perusahaan untuk menarik konsumen baru atau mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Dalam bisnis perbankan, kualitas pelayanan, sangat penting untuk mempertimbangkan dengan baik sebagai referensi bagi konsumen dalam memilih bank yang berkualitas dan layanan yang baik menurut Ririn Wulandari(2020:74). Menurut Lee H.S, dalam Ririn Wulandari (2013:74) menyatakan bahwa kualitas layanan juga dianggap sebagai penentu kepuasan pelanggan yang sangat kompleks dan sebagai ukuran dari struktur dimensi persepsi baik dan buruk yang saat ini diterima.

2.1.1.16 Penelitian Terdahulu

Sepanjang pengamatan peneliti melakukan memang ada ditemukan beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Sebagai bahan perbandingan dan acuan peneliti dalam melakukan penelitian ini ,maka peneliti menelaah sebuah penelitian yang dilakukan oleh:

TABEL 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama penulis	Judul	Hasil Penelitian
1	Rachmad hidayat 2009. Jurnal manajemen dan kewirausahaan Universitas Trunojoyo Madura	Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
2	Luh Ayu Mulyaningsih. I G st Agung Ketut Gede Suasana, 2016.Jurnal E-Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana	pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada bank Ocbc Nisp di Denpasar	Kual itas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank OCBC NISP di Denpasar Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank OCBC NISP di Denpasar

3	Desika Primasari, 2016. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam institut agama islam negeri (IAIN)	pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan ib hasanah terhadap kepuasan nasabah pada bank bni syariah kcp ungaran	kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran. Sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang di berikan maka semakin tinggi kepuasan nasabah . Kualitas produk tabungan Ib Hasanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Bni Syariah KCP Ungaran. Kualitas pelayanan dan kualitas Tabungan Ib Hasanah secara simultan mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank Bni Syariah KCP Ungaran
4	Ahmad Guspul 2014. Program Studi Manajemen Universitas Sains Al Qur'an (UNSIQ) Wonosobo	pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan berdasarkan uji t (parsial) dan uji F (simultan) bahwa kualitas pelayanan yang dilihat dari 5 dimensi: tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy dan variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah jasa keuangan Kospin Jasa Cabang Wonosobo. Dari kedua variabel diatas yang memberikan pengaruh paling dominan adalah variabel kualitas pelayanan.

2.1.1.17 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dimaksudkan untuk menggambarkan paradigma penelitian sebagai jawaban atas masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2017:60) kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dalam penelitian variabel independennya adalah kualitas pelayanan. Sedangkan variable dependennya adalah

kepuasan nasabah. Untuk mempermudah kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat di gambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.1.1.18 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:63). Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang di berikan baru didasarkan pada teori yang relavan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan, teori, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut

1. Ho: Kualitas pelayanan berpengaruh kepada kepuasan nasabah PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi
2. Ha: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi.

2.2 Metodologi Penelitian

2.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif . Menurut Sugiyono(2017:7). Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama di gunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian .

2.2.2 Jenis Data

Jenis data yang diperlukan dan dikumpulkan dalam penelitian ini ialah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:244) Analisis data kuantitatif bersifat induktif , yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang– ulang sehingga selanjutnya dapat disampaikan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul. Objek penelitian ini mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi

a. Data primer

Menurut Sugiyono (2017:137) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data

b. Data sekunder

Menurut Sugiyono (2017: 137) merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview(wawancara), kuesioner(angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya

2.2.3 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari

1. PT. Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Kota Jambi
2. para nasabah PT. Bank Negara Indonesia syariah Cabang Kota Jambi

2.2.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:224) pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Dalam melakukan penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2017:145) adalah teknik pengumpulan data yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Yaitu wawancara dan kuesioner

2. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2017:142) teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

3. Pengukuran variabel

Menurut Sugiyono angket yang diberikan kepada responden merupakan instrumen penelitian, yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Oleh karena itu instrumen angket tersebut harus dapat digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan reliabel yang diukur.

2.2.5 Populasi Dan Sampel

Seperti menurut Sugiyono(2017:80).” Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek /subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan” populasi dari penelitian adalah jumlah account nasabah PT BNI Syariah pada tahun 2020 yang berjumlah 4.397 nasabah dalam penelitian ini di asumsikan 1 orang nasabah memiliki 1 account

Menurut Sugiyono (2017: 80). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk melakukan sebuah penelitian, tidak harus diteliti keseluruhan anggota populasi yang ada. Sampel adalah subset dari populasi atau beberapa anggota dari populasi yang diamati. Dengan meneliti sebagian populasi, diharapkan dapat memperoleh hasil yang dapat menggambarkan sifat populasi yang bersangkutan. Maka dari populasi tersebut ditetapkan sampel dengan menggunakan metode slovin

(husein ,2012:54) dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana

n= Ukuran atau jumlah sampel

N= Jumlah populasi(jumlah konsumen)

e= Presepsi yang diharapkan (0,1 persen)

Dari rumus diatas maka diperoleh jumlah sampel sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{4.397}{1 + 4.397(0,1)^2}$$

=99, 97 (dibulatkan menjadi 100 sampel)

Dari perhitunga diatas didapat jumlah sampel yang akan diambil adalah sebanyak 100 orang responden. Teknik penarikan sampel dilakukan secara non probability sample random sampling. Dimana sampel diambil dengan di berikan ke pada para nasabah bank BNI Syariah cabang kota jambi

2.2.6 Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis data yang diperoleh secara deskriptif kualitatif. Analisis dilakukan berdasarkan teori yang mempunyai kaitan erat dengan aspek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2017:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode Deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka untuk mencadarkan karakteristik individu atau kelompok.

Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2011: 225) bahwa perhitungan skor setiap komponen yang di teliti dengan mengalikan seluruh frekuensi data dengan nilai bobot.

Rumus digunakan

adalah :

Tabel 2.2
Skala likert

Jawaban Responden	Bobot
Sangat Tidak Baik / Sangat Tidak Puas (STB/STP)	1
Tidak Baik/ Tidak Puas(TB/TP)	2
Cukup Baik/Cukup Puas(CB/CP)	3
Baik/Puas(B/P)	4
Sangat Baik/ Sangat Puas	5

Skor terendah = Bobot terendah x jumlah sampel

Skor tertinggi = Bobot tertinggi x jumlah sampel

Skor terendah = 1 x 100
= 100

Skor tertinggi = 5 x 100
= 500

Sedangkan untuk mencari rentang skala menurut Sugiyono (2017:58) digunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :RS =Rentang Skala
n=Jumlah sampel

m=Jumlah alternatif item

$$\text{Rentang Skala} = \frac{100(5-1)}{5}$$

=80

Tabel 2.3
Rentang Skala

Skor	Kategori
100-179	Sangat Tidak Baik / Sangat Tidak Puas
180-259	Tidak Baik/ Tidak Puas
260-339	Cukup Baik / Cukup Puas
340-419	Baik / Puas
420-500	Sangat Baik/ Sangat Puas

Menurut Sugiyono (2017: 92) skala pengukuran kesepakatan yang di gunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila di gunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Penelitian ini menggunakan kuisioner dengan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2017:93) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah di tetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Alasan menggunakan metode pengukuran skala *likert* karena peneliti menggunakan sistem penyebaran angket atau kuisisioner, sehingga hasilnya digolongkan dalam skala data ,yaitu ordinal interval. Selanjutnya metode yang paling efektif untuk ordinal interval adalah skala *likert*.

2. Analisa Regresi Linier Sederhana

Regresi sederhana merupakan suatu proses untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk suatu persamaan antara variabel tak bebas tunggal dengan variabel bebas tunggal dengan kata lain, regresi linier yang hanya melibatkan satu peubah bebas X yang di hubungkan dengan satu peubah bebas Y. Menurut Sugiyono (2017: 188)) rumus persamaan regresi sederhana adalah

sebagai berikut :

$$Y^{\wedge}=a+ b X$$

Keterangan

Y = Kepuasan Nasabah

a= Konstanta

b=koefisien regresi

X=Kualitas pelayanan



3. Pengujian Hipotesis

1. Uji Hipotesis t

Uji Statistic t (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah variable bebas kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variable terikat kepuasan nasabah (Y), Priyanto (2013: 37), signifikan pengaruh tersebut dapat didestiasi dengan membandingkan antara nilai t hitung dengan nilai t tabel. Apabila nilai t hitung > t tabel maka variable independen secara individual mempengaruhi variable dependen, sebaliknya jika t hitung < t tabel

maka variable independen secara individual tidak mempengaruhi variable dependen.

a) Rumus hipotesis

- $H_0 : b = 0$, artinya variable independen (X) berpengaruh terhadap variable dependen (Y)
- $H_a : b \neq 0$. Artinya variable independen (X) berpengaruh terhadap variable dependen (Y)

b) Tingkat signifikan 5% ($\alpha = 0,05$)

c) Kriteria keputusan

$T_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima

$T_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak

Uji t juga bias dilihat pada tingkat signifikan :

- Jika tingkat signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika tingkat signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variable bebas secara bersama-sama terhadap variable tergantung. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel tergantung (Priyanto,2013:13). Besarnya koefisien determinasi dari 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 0 besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Sebaliknya, semakin mendekati 1 besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi, maka semakin besar pula pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen

2.2.7 Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan definisi atau uraian-uraian yang menjelaskan dari suatu variabel-variabel yang akan diteliti dan mencakup indikator-indikator yang ada pada masing-masing variabel. Dengan adanya uraian tersebut maka peneliti akan lebih mudah mengukur variabel yang ada penjabaran operasional variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut:

TABEL 2.4
Operasional Variabel

Variabel	Konsep variabel	Dimensi	Sub Indikator	Ukuran
X Kualitas pelayanan (Tatik Suryani, 2017: 199)	Kualitas pelayanan adalah penilaian nasabah terhadap keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan harapannya	1. Reliabilitas	1. Jam buka layanan 2. Sesuai janji	Ordinal
		2. Daya Tanggap	3. Kecepatan pegawai 4. Pegawai cekatan 5. Respon pegawai	Ordinal
		3. Kompetensi	6. Menguasai produk 7. Memahami prosedur 8. Instruksi kerja	Ordinal
		4. Akses	9. Kemudahan akses 10. Lokasi 11. Menghubungi pegawai	Ordinal
		5. Kesopanan	12. Pegawai sopan 13. Bahasa dan tutur kata 14. Cara menyapa	Ordinal
		6. Kemampuan Komunikasi	15. Kemampuan berkomunikasi 16. Ekspresi Wajah 17. Bahasa tubuh	Ordinal
		7. Kredibilitas	18. Kejujuran 19. Kepercayaan	Ordinal
		8. Keamanan	20. Keamanan nasabah 21. Keamanan dana	Ordinal
		9. Pemahaman Terhadap Kebutuhan Nasabah	22. Keinginan nasabah 23. Harapan nasabah 24. Kebutuhan nasabah	

		10. Faktor Berwujud dan Fasilitas Fisik Lainnya	25. lokasi 26. Kondisi tempat 27. Ruangan 28. Tempat parkir 29. Sarana Fisik	
Y Kepuasan konsumen (Ririn Wulandari ,2018:90)	Kepuasan nasabah adalah persepsi pembeli berkenaan dengan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara hasil pelayanan yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan (Howard dan Sheth dalam Tjiptono (2014:88)	1. Kualitas Produk	1. Produk berkualitas 2. Produk sesuai harapan	Ordinal
		2. Kualitas Pelayanan	3. Pelayanan yang di dapat 4. Pelayanan yang di harapkan	Ordinal
		3.Emosional	5. Merasakan kekeluargaan	Ordinal
		4. Harga	6. Harga produk bisa bersaing 7. bagi hasil	Ordinal



BAB III

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

3.1. Sejarah Singkat PT BNI SYARIAH

Bank syariah adalah bank yang umumnya melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sesuai dengan UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariaiah antara antara lain pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang dengan keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau dengan pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain(ijarah wa iqtina).

Bank dengan prinsip syariah yang mengikuti aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain untuk penyampaian dan pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah(Bank Indonesia: 2000). Sejak berlakunya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 yang memungkinkan bank-bank umum untuk membuka layanan syariah , maka Bank BNI membuka layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep *Dual Banking System*, yakni menyediakan layanan perbankan umum dan syariah sekaligus. Diawali dengan pembentukan tim bank syariah.

1999, Bank Indonesia kemudian mengeluarkan izin prinsip dan usaha untuk beroperasinya unit usaha syariah BNI. Setelah itu BNI Syariah menerapkan strategi pengembangan jaringan cabang syariah .

Pada awal tahun 2013, yang lebih tepatnya pada tanggal 2 januari 2013. BNI Syariah membuka cabang di kota kecil yakni jambi, dan mulai beroperasi pada tanggal 22 april

2013 dibawah pimpinan M.Rinaldi Mu Codas. Serta memiliki 5(lima) kantor cabang syariah di daerah-daerah potensial, yakni KCP Singkut KCP Bangko, KCP Kuamang Kuning, KCP Rimbo Bujang, dan KCP Sipin sebagai pembantu KC kota Jambi.

Berikut pimpinan – pimpinan terdahulu sampai sekarang

- 1) M. Rinaldi Mu Codas, dari 2013- 2016
- 2) Samad, dari 2017-2018
- 3) Rahmad, dari tahun 2017-2021
- 4) Gusniwati, dari tahun 2021-sekarang

3.2 Identitas Perusahaan



Nama : PT Bank Negara Indonesia kantor Cabang Syariah (Mikro)

Website : <http://www.bni.co.id>

Jenis Usaha : Bank Umum Milik Negara (BUMN). Kantor cabang jambi

Alamat : Jl. Raden Mataher No. 33 RT. 10 Kelurahan .Orang kayo hitam.
Kecamatan Pasar Jambi, Kota Jambi

Jumlah kantor : 1 Kantor Cabang Utama dan 5 Kantor Cabang Pembantu

3.3 Visi, Misi dan Budaya Kerja

1. Visi

Menjadi Bank Syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

2. Misi

- a. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- b. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah
- c. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- d. menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.

e. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

3.4. Budaya Kerja

1) Amanah

- a. jujur dan menepati janji
- b. Bertanggung jawab
- c. Bersemangat untuk menghasilkan karya terbaik
- d. Bekerja ikhlas dan mengutamakan niat ibadah
- e. Melayani melebihi harapan

2) Jamaah

- a. peduli dan berani memberi maupun menerima umpan baik yang konstruktif
- b. Membangun sinergi secara profesional
- c. Membagi pengetahuan yang bermanfaat
- d. Memahami keterkaitan proses kerja
- e. Memperkuat kepemimpinan yang efektif

3.5. Nilai-Nilai Perusahaan

Bank Negara Indonesia (BNI) senantiasa berupaya dan mengimplementasikan peraturan perundangan yang berlaku terkait dengan *Good Corporate Governance* (GCG) pada Bank Syariah, *self assessment* terhadap penerapan GCG tahun 2010 sesuai peraturan Bank Indonesia No. PBI No. 11/33/PBI/2009 tentang pelaksanaan *Good Governance* bagi Bank umum Syariah dan Unit Syariah. Bank BNI Syariah dalam melakukan kegiatan usaha berkomitmen untuk menerapkan *Good Corporate Governance* dengan menerapkan 2 prinsip yaitu:

- a. Prinsip spiritual berlandaskan pada sifat nabi (shidik. Fatonah, amanah, dan tagligh)
- b. prinsip dasar tata kelola perusahaan yang baik yaitu keterbukaan (*transparency*) akuntabilitas (*akuntability*), penanggung jawaban (*responsibility*) profesional (*professional*) dan kewajaran (*fairness*). Penerapan secara.

konsisten dan berkelanjutan. Tahap kedua prinsip tersebut diharapkan dapat memperkuat posisi daya saing Bank BNI Syariah, memaksimalkan nilai perusahaan, mengelola Sumber Daya dan pada gilirannya akan mencapai bisnis yang berkesinambungan dan memperkokoh kepercayaan pemegang saham dan *stake holder*.

Sesuai ketentuan Bank Indonesia No. PNI No 11/33/PBI/ 2009 tentang pelaksanaan *Good Governance* pada Bank Umum Syariah tentang pelaksanaan *Good Corporate Governance* bagi Bank Umum Syariah dan Unit Syariah. Salah satu yang dilakukan oleh Bank BNI Syariah adalah “Transparansi Kondisi Keuangan dan Non Keuangan”

3.6 Sistem Struktur, dan DPS

1. Sistem yang digunakan adalah *Dual Banking System* sistem berjalan bersama dan berdampingan antara BNI Syariah dan BNI.
2. Secara structural dalam kegiatan diawasi oleh dewan pengawasan Syariah yang terdiri dari Bpk.KH.Ma`ruf Amin dan Bpk. Drs. Hasanudin, M.Ag., sehingga *insya allah* produk dan jasa BNI Syariah telah sesuai dengan kaidah islam.

3.7. Keunggulan BNI Syariah

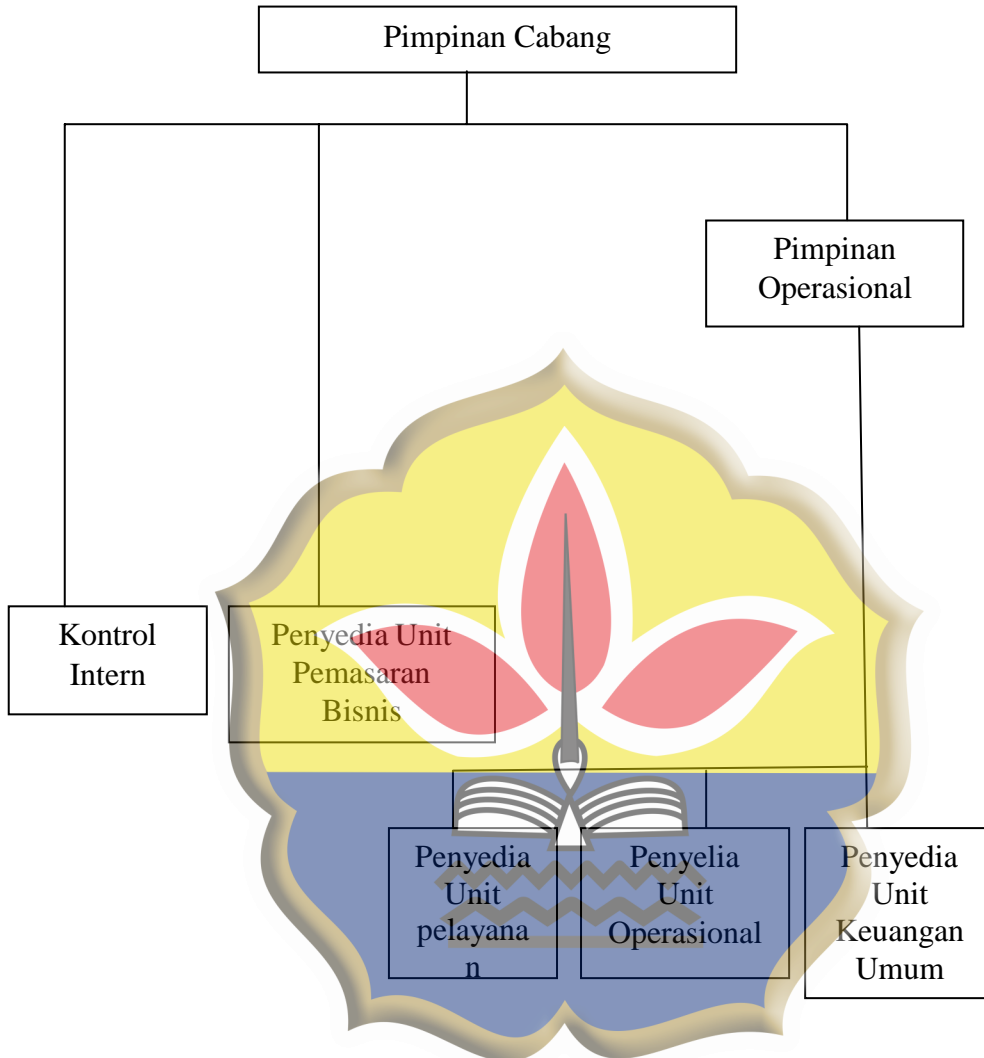
1. pembukaan rekening dan transaksi dapat dilakukan di seluruh cabang BNI, baik BNI Syariah maupun BNI Konvensional *Syariah Channeling Outlet* Cabang BNI yang bisa memberikan layanan syariah (tabungan, deposit, dan giro) untuk dan giro) untuk dan atas nama BNI Syariah dalam satu wilayah kerja kantor Bank Indonesia.

2. Fasilitas *On Line* di seluruh Cabang BNI Syariah dan Cabang BNI Konvensional
3. BNI *Syariah Card* dapat digunakan disemua mesin ATM BNI, ATM Bersama, ATM Link, jaringan Cirrus, dan Masater Card. Layanna 24 jam melalui *E-BANKING* (*SMS Banking, Phone Banking, dan Internet Banking*).



3.8. Struktur Organisasi

Gambar 3.1
Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia
KC Jambi RD. Mataher



Pimpinan Cabang : Gusniwati

Pimpinan Operasional : R Mukti Wibowo

Kontrol Inter : Emilia Yunita

Unit Pemasaran Bisnis : Bambang Triatmodjo

Unit Pelayanan: Ririn Sera O

Unit Operasional: Dimas Setiawan

Unit Keuangan Umum : Robby Pranata

Susunan personal bank BNI Syariah Cabang kota jambi berdasarkan struktur organisasi diatas adalah sebagai berikut:

1. Pimpinan Cabang

Pimpinan kantor memiliki tugas sebagai berikut :

- a) Memimpin segala kegiatan
- b) Menentukan kebijakan umum BNI Syariah sesuai dengan tujuan bank
- c) Menyusun arahan kerja bagi aparat cabang bank Syariah
- d) Mengendalikan dan mengawasi proses harian dan manajemen bank

2. Pimpinan Operasional, mempunyai tugas sebagai berikut :

- a) Membantu pimpinan cabang mengendalikan dan mengawasi proses kegiatan harian dan manajemen bank
- b) Mendistribusikan surat masuk yang berkaitan dengan ketentuan tentang pelaksanaan suatu transaksi (aktifitas perbankan)

3. Bidang Operasional bagian unit pelayanan nasabah

A. Unit pelayanan , mempunyai tugas sebagai berikut

- 1) Melayani informasi mengenai produk jasa dalam negeri dan luar negeri
- 2) Melayani semua jenis transaksi kas/ tunai dan pemindahan
3. mengelola kas besar

4. Melayani kegiatan eksternal *payment point*, control kas, kas mobil dan CAPEM(Cabang Pembantu)
5. Mengelola transaksi giro, tabungan, deposito , dan lain-lain
6. Melayani nasabah inti dan *custodian* (nasabah yang menggunakan jasa- jasa bank yang hanya ada pada waktu transaksi saja atau pada waktu jatuh tempo sesuai kesepakatan) dengan artian hanya satu kali transaksi saja selebihnya habis sesuai dengan kontrak atau kesepakatan yang ada.

Unit pelayanan dibagi menjadi dua yaitu:

a) pelayanan jasa mempunyai tugas sebagai berikut

1. Menyediakan informasi dan servis kepada nasabah
2. Mengelola transaksi dalam luar negri
3. Melayani nasabah *kustodiam* atau nasabah sementara
4. Membuat laporan ke Bank Indonesia
5. Melayani penerbitan *card plus* ATM seperti KTM mahasiswa ATM pabrik atau perusahaan, atau dalam bentuk lain

b) Pelayanan tunai mempunyai tugas sebagai berikut :

1. Melayani transaksi – transaksi kas atau tunai dan pemindahan
2. Melayani transaksi tabunaga

B) Unit pemasaran mempunyai tugas sebagai berikut

1. Memasarkan produk dan jasa perbankan kepada nasabah atau calon nasabah
2. Memperbanyak penjualan silanh (*croos selling*) kepada nasabah / calon nasabah
3. Mengelola permohonan pembiayaan atau kredit
4. Melakukan pemantauan nasabah koletibilitas pinjaman

C) Unit Operasional mempunyai tugas sebagai berikut

1. Mengelola administrasi kredit pembiayaan
2. Mengelola administrasi keuangan
3. Mengelola administrasi dalam dan luar negeri
4. Mengelola komunikasi cabang
5. Mengelola daftar hitam nasabah
6. Mengelola masalah kepegawaian
7. Menyelenggarakan administrasi umum

Dibawah ini unit operasional terbagi lagi menjadi tiga bagian yaitu:

a. Unit Kliring

- 1) Menangani penyelesaian transaksi dalam negeri
- 2) Menangani penyelesaian tranfer dalam negeri

b. Unit Administrasi Pembiayaan

1. Mengelola dan memantau administrasi pembayaran
2. Menganalisa laporan keuangan nasabah / debitur
3. Memantau proses pemberian pembiayaan

c. Unit Akutansi bertugas mengelola masalah logistic

3.9. Produk-Produk BNI Syariah

1. Produk Dana

- a. Tabungan iB Hasanah, adalah tabungan yang dikelola berdasarkan prinsip Mudharabah Mutlaqah atau simpanan berdasarkan akad Wadiah. Dengan prinsip ini tabungan anda akan diinvestasikan secara produktif dalam investasi akan dibagi hasilkan antara nasabah dan bank sesuai nisbah yang disepakati diawal pembukaan rekening.

- b. Tabungan iB Tapanas Hasanah, adalah investasi dana perencanaan masa depan yang dikelola secara syariah dengan akad Mudharabah Mutlaqah dengan sistem setoran bulanan, bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana linuran, ibadah umrah, pendidikan, ataupun rencana masa depan lainnya.
- c. Tabungan iB Prima Hasanah, adalah investasi dana dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah mutlaqah dan bagi hasil yang lebih kompetitif.
- d. Tabungan IB Tunas Hasanah, adalah investasi dana dalam mata uang rupiah berdasarkan akad wadiah yang di peruntukan untuk anak- anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun.
- e. Tabungan IB Bisnis Hasanah, adalah investasi dana dalam mata uang rupiah yang di kelola berdasarkan prinsip syariah mudharabah mutlaqah dan di lengkapi dengan detail mutasi debit dan kredit pada tabungan
- f. Tepenas Griya Hasanah, adalah perencanaan memiliki rumah lebih awal dan mendapatkan kemudahan untuk memperoleh pembiayaan, kepemilikan rumah dengan proses persetujuan yang relatif cepat dan mudah.
2. Produk Pembiayaan Produktif
- a. Tunas Usaha IB Hasanah, adalah fasilitas pembiayaan produktif berdasarkan akad mudharabah yang di berikan untuk usaha produktif yang *feasibel* namun belum *bankable* guna memenuhi kebutuhan modal usaha atau investasi usaha.
- b. Wirausaha IB Hasanah, adalah fasilitas pembiayaan produktif berdasar kan akad mudharabah, musyarakah yang di berikan untuk pertumbuhan usaha produktif yang *feasible* guna memenuhi modal usaha atau investasi usaha.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.2 Hasil Penelitian

4.1.1 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, telah diperoleh berdasarkan data primer yang diolah, maka telah dilakukan penyebaran kuesioner dengan mendapatkan 100 responden yang merupakan nasabah di PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi. Dibawah ini, dapat dilihat dari jenis kelamin responden pada tabel berikut :

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui karakteristik responden yaitu nasabah bank BNI Syariah berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	47	47
2	Perempuan	53	53
	Jumlah	100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan tabel 4.1 diatas terlihat bahwa dari 100 responden, responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 53 responden atau 53%. Sedangkan laki – laki sebanyak 47 responden atau 47

2. Karakteristik berdasarkan Usia

Karakteristik berdasarkan usia dibagi kedalam tiga kategori yakni ≤ 20 tahun, 20 – 30 tahun, 31 – 40 tahun, ≥ 40 tahun. Dapat dilihat dari tabel berikut ini

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
≤ 20	2	2
20 – 30	17	17
31 – 40	28	28
≥ 40	53	53
Jumlah	100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.2 diatas terlihat bahwa usia yang paling banyak yaitu ≥ 40 tahun sebanyak 53 orang atau 53%, 31 – 40 tahun sebanyak 28 orang atau 28%, 20 – 30 tahun sebanyak 17 orang atau 17% dan ≤ 20 tahun sebanyak 2 orang atau 2%

3. Karakteristik berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik berdasarkan pekerjaan dibagi dalam 6 kategori yaitu PNS, wiraswasta, polisi/TNI, pedagang, ibu rumah tangga dan lain – lain. Dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	PNS	18	18
2	Wiraswasta	35	35
3	Polisi/TNI	5	5
4	Pedagang	12	12
5	Ibu Rumah Tangga	20	20
6	Dan lain – lain	10	10
	Jumlah	100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden terbanyak yaitu wiraswasta berjumlah 35 orang atau 35%, dan responden terendah yaitu dan lain – lain sebanyak 10 orang atau 10%.

4. Lama Menjadi Nasabah

Karakteristik berdasarkan lama menjadi nasabah dibagi kedalam 4 kateгоре yakni ≤ 1 tahun, 1 – 2 tahun, 2 - 3 tahun, ≥ 3 tahun. Dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
≤ 1	16	16
1 – 2	34	34
2 – 3	24	24
≥ 3	26	26
Jumlah	100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan pada tabel 4.2 diatas terlihat bahwa lama menjadi nasabah yang paling banyak yaitu 1 – 2 tahun sebanyak 34 orang atau 34%, dan presentase lama menjadi nasabah yang paling rendah yaitu < 1 tahun sebanyak 16 orang atau 16%.

4.1.2 Deskripsi variabel kualitas pelayanan (X)

Untuk lebih jelas mengenai variabel kualitas pelayanan berdasarkan 29 pertanyaan dari kuesioner yang dibagikan secara langsung berkaitan dengan 10 indikator kualitas pelayanan di PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Kompetisi

Untuk dimensi kualitas pelayanan tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.6
Hasil Skor Responden Keseuain dengan Kompetisi

No	Pertanyaan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
1	Pegawai melakuakn pekerjaan sesuai dengan perintah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-		26	50	24	398	Baik
	Total						398	
	Rata-rata						398	

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas skor sebesar 398 artinya pegawai melakukan pekerjaan sesuai dengan perintah di PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi. Rata-rata skor sebesar 398 artinya dimensi kompetisi dinilai sangat baik oleh nasabah.

b. Akses

Untuk dimensi kualitas pelayanan tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.7
Hasil Skor Responden Akses

No	Pertanyaan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
2	Bank memberikan kemudahan berkomunikasi dengan pegawai di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	4	23	40	33	402	Baik
3	Lokasi bank mudah dijangkau oleh nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	3	26	43	28	396	Baik
4	Nasabah mudah untuk menghubungi para pegawai di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	13	14	44	29	389	Baik
	Total						1187	
	Rata-rata						395,67	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas skor sebesar sebesar 402 artinya bank memberikan kemudahan berkomunikasi dengan pegawai di PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi. Skor sebesar 396 artinya lokasi bank mudah dijangkau oleh nasabah dan skor sebesar 389 artinya nasabah mudah untuk menghubungi para pegawai di PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi. Rata-rata skor sebesar 395,67 artinya dimensi akses dinilai baik oleh nasabah.

c. Kesopanan

Untuk dimensi kualitas pelayanan tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.8
Hasil Skor Responden Kesopanan

No	Pertanyaan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
5	Pegawai sopan dalam melayani kebutuhan nasabah di di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	3	26	43	28	381	Baik
6	Pegawai bank menggunakan bahasa dan tutur kata yang baik saat berbicara pada nasabah	-	-	24	47	29	405	Baik
7	Pegawai bank menyapa nasabah dengan sopan	-	-	30	48	22	392	Baik
Total							1178	
Rata-rata							392,67	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas skor sebesar sebesar 381 artinya pegawai sopan dalam melayani kebutuhan nasabah di PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi. Skor sebesar 405 artinya pegawai bank menggunakan bahasa dan tutur kata yang baik saat berbicara pada nasabah dan skor 392 artinya pegawai bank menyapa nasabah dengan sopan dan di nilai baik oleh nasabah. Rata-rata skor sebesar 392,67 artinya dimensi kesopanan dinilai baik oleh nasabah.

d. Kemampuan Komunikasi

Untuk dimensi kualitas pelayanan tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.9
Hasil Skor Responden Kemampuan Melayani

No	Pertanyaan	ST	TB	CB	B	SB	Skor	Keterangan
		B						
		1	2	3	4	5		
8	Pegawai bank memiliki kemampuan komunikasi yang baik di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	2	23	40	35	408	Baik
9	Pegawai bank menyapa nasabah dengan senyuman hangat di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	11	13	45	31	396	Baik
10	Pegawai bank memberikan perhatian khusus kepada nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	4	25	42	29	396	Baik
Total							1200	
Rata-rata							400	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas skor sebesar 408 artinya pegawai memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Skor sebesar 396 artinya pegawai bank menyapa nasabah dengan senyuman hangat di nilai dengan baik oleh nasabah dan skor 396 artinya pegawai memberikan perhatian khusus kepada nasabah di nilai baik oleh nasabah. Rata-rata skor sebesar 400 artinya dimensi kemampuan komunikasi dinilai baik oleh nasabah.

e. Kredibilitas

Untuk dimensi kualitas pelayanan tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.10
Hasil Skor Responden Kredibilitas

No	Pertanyaan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
11	Pegawai bank jujur dalam melayani nasabah di PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	2	22	41	35	409	Baik
12	Nasabah percaya pegawai amanah dalam menjalankan tugas di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	3	26	42	29	397	Baik
Total							806	
Rata-rata							403	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas skor sebesar 409 artinya pegawai bank jujur dalam melayani nasabah di nilai baik oleh nasabah. Skor sebesar 397 artinya nasabah percaya pegawai amanah dalam menjalankan tugas di nilai baik oleh konsumen. Rata-rata skor sebesar 403 artinya dimensi kredibilitas dinilai baik oleh nasaba.

f. Keamanan

Untuk dimensi kualitas pelayanan tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.11
Hasil Skor Responden Kualitas yang di Keamanan

No	Pertanyaan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
13	Bank menjaga rasa aman nasabah di di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	3	22	42	33	405	Baik
14	Nasabah merasa aman menyimpan dana di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	11	13	45	31	396	Baik
Total							801	
Rata-rata							400,5	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas skor sebesar 405 artinya bank menjaga rasa aman nasabah di nilai baik oleh nasabah. Skor sebesar 396 artinya nasabah merasa aman menyimpan dana dinilai baik oleh nasabah. Rata-rata skor sebesar 400,5 artinya dimensi keamanan dinilai baik oleh nasabah.

g. Pemahaman terhadap kebutuhan nasabah

Untuk dimensi kualitas pelayanan tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.12
Hasil Skor Responden Pemahaman terhadap kebutuhan nasabah

No	Pertanyaan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
15	Pegawai menanyakan keinginan nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	3	26	42	29	397	Baik
16	Pegawai menanyakan harapan nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	5	25	41	29	394	Baik
17	Pegawai memperhatikan kebutuhan nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	-	22	55	23	401	Baik
Total							1192	
Rata-rata							397,3	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas skor sebesar 397 artinya pegawai menanyakan keinginan nasabah di nilai baik oleh nasabah. Skor sebesar 394 artinya pegawai menanyakan harapan nasabah di nilai baik oleh nasabah dan skor 401 artinya pegawai memperhatikan kebutuhan nasabah di nilai baik oleh nasabah. Rata-rata skor sebesar 397,3 artinya dimensi pemahaman terhadap kebutuhan nasabah di nilai baik oleh nasabah.

h. Faktor Berwujud dan Fasilitas fisik lainnya

Untuk dimensi kualitas pelayanan tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.13
Hasil Skor Responden Faktor berwujud dan fasilitas fisik lainnya

No	Pertanyaan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
18	Lokasi bank di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi strategis	-	11	21	43	25	382	Baik
19	Ruangan kantor di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi nyaman	-	-	22	53	25	403	Baik
20	Ruangan terlihat bersih di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	2	23	41	34	407	Baik
21	Kondisi areal parkir di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	15	15	44	26	366	Baik
22	Fasilitas di ruangan tertata rapi di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	3	25	43	29	398	Baik
Total							1956	
Rata-rata							391,2	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas skor sebesar 382 artinya lokasi bank yang strategis di nilai baik oleh konsumen. Skor 403 artinya ruangan kantor nyaman di nilai baik oleh nasabah. Skor 407 artinya ruangan terlihat bersih di nilai baik oleh nasabah. Skor 366 artinya kondisi areal parkir di nilai baik oleh nasabah. Dan skor 398 sebesar artinya fasilitas ruangan tertata rapi dinilai baik oleh nasabah. Rata-rata skor sebesar 391,2 artinya dimensi faktor berwujud dan fasilitas fisik lainnya dinilai baik oleh nasaba

4.1.3 Deskripsi variable Kepuasan Nasabah (Y)

Untuk lebih jelas mengenai variable kepuasan nasabah berdasarkan 7 pertanyaan dari kuesioner yang dibagikan secara langsung berkaitan dengan 4 indikator kepuasan nasabah PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi, dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Kualitas Produk

Untuk dimensi kepuasan nasabah tanggapan responden dapat di lihat pada tabel berikut

Tabel 4.14
Hasil Skor Responden Kualitas Produk

No	Pertanyaan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
23	Produk yang di tawarkan oleh bank PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi adalah produk berkualitas	-	1	23	44	32	407	Baik
24	Produk yang di tawarkan oleh PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi sesuai dengan harapan nasabah	-	-	28	44	28	400	Baik
	Total						807	
	Rata-rata						403,5	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas skor sebesar 407 artinya produk yang di tawarkan oleh bank adalah produk yang berkualitas di nilai baik oleh nasabah. Skor sebesar 400 artinya Produk yang di tawarkan sesuai dengan harapan nasabah di nilai baik oleh nasabah. Rata-rata skor sebesar 403,5 artinya dimensi kualitas produk dinilai baik oleh nasabah.

b. Kualitas Pelayanan

Untuk dimensi kepuasan nasabah tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.15
Hasil Skor Responden Publik

No	Pertanyaan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
25	Kualitas pelayan yang di berikan sesuai dengan yang diinginkan nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	-	22	53	25	403	Baik
26	Kualitas pelayan yang di harapkan nasabah sesuai dengan yang di berikan oleh PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	3	32	37	28	390	Baik
	Total						793	
	Rata-rata						396,5	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas skor sebesar 403 artinya kualitas pelayanan yang di berikan sesuai dengan yang diinginkan dinilai baik oleh nasabah. Skor 390 artinya kualitas pelayanan yang diharapkan nasabah sesuai dengan yang diberikan dinilai baik oleh konsumen. Rata-rata skor sebesar 396,5 artinya dimensi kualitas pelayanan dinilai baik oleh nasabah.

c. Emosional

Untuk dimensi kualitas pelayanan tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.16
Hasil Skor Responden Emosional

No	Pertanyaan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
27	Pegawai berhasil menciptakan suasana kekeluargaan dengan nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	13	20	36	31	385	Baik
Total							385	
Rata-rata							385	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas skor sebesar sebesar 385 artinya pegawai berhasil menciptakan suasana kekeluargaan dengan nasabah dinilai baik oleh nasabah.

d. Harga

Untuk dimensi kualitas pelayanan tanggapan responden dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.17
Hasil Skor Responden Harga

No	Pertanyaan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Keterangan
		1	2	3	4	5		
28	Harga produk bank bisa bersaing dengan produk bank lain di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi	-	1	25	48	26	399	Baik
29	Bank menerapkan produk produk investasi dengan bagi hasil	-	-	30	42	28	398	Baik
Total							797	
Rata-rata							398,5	Baik

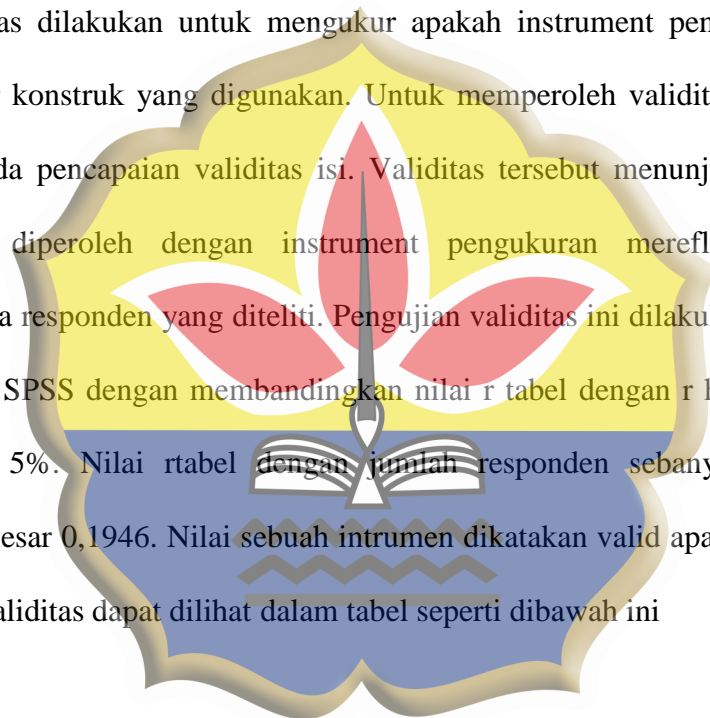
Sumber : Hasil Pengolahan Kuesioner

Berdasarkan tabel diatas skor sebesar sebesar 399 artinya harga produk bank bisa bersaing dengan produk bank lain dinilai baik oleh nasabah. Skor sebesar 398 artinya bank menerapkan produk – produk investasi dengan bagi hasil di nilai baik oleh nasabah. Rata-rata skor sebesar 398,5 artinya dimensi harga dinilai baik oleh nasabah.

4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah instrument penelitian benar benar mampu mengukur konstruk yang digunakan. Untuk memperoleh validitas kuesioner, usaha dititikberatkan pada pencapaian validitas isi. Validitas tersebut menunjukkan sejauh mana perbedaan yang diperoleh dengan instrument pengukuran merefleksikan perbedaan sesungguhnya pada responden yang diteliti. Pengujian validitas ini dilakukan dengan bantuan program software SPSS dengan membandingkan nilai r tabel dengan r hitung (r_{x-y}) pada taraf signifikansi 5%. Nilai r tabel dengan jumlah responden sebanyak 100 responden diperoleh nilai sebesar 0,1946. Nilai sebuah intrumen dikatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel. Hasil uji validitas dapat dilihat dalam tabel seperti dibawah ini



Tabel 4.18
Hasil Uji Validitas Kedua

Variabel	Indikator	r ^{hitung}	r ^{tabel}	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	8	0,531	0,1966	Valid
	9	0,598		Valid
	10	0,628		Valid
	11	0,632		Valid
	12	0,674		Valid
	13	0,373		Valid
	14	0,568		Valid
	15	0,665		Valid
	16	0,642		Valid
	17	0,651		Valid
	18	0,459		Valid
	19	0,418		Valid
	20	0,655		Valid
	21	0,66		Valid
	22	0,676		Valid
	23	0,382		Valid
	24	0,384		Valid
	25	0,456		Valid
	26	0,355		Valid
	27	0,675		Valid
28	0,679	Valid		
29	0,675	Valid		
Kepuasan Nasabah	1	0,557	0,1966	Valid
	2	0,751		Valid
	3	0,775		Valid
	4	0,432		Valid
	5	0,514		Valid
	6	0,679		Valid
	7	0,736		Valid

Sumber : Data diolah, 2021

Seperti dikemukakan diatas bahwa, bila koefisien korelasi sama dengan koefisien korelasi kritis ($r \text{ tabel} = 0,1966$) atau lebih, maka butir instrumen dinyatakan valid. Dan hasil uji validitas tersebut ternyata tidak semua koefisien korelasi instrumen pernyataan variabel kualitas pelayanan dalam penelitian dapat dinyatakan valid, karena pada pernyataan nomor 1,2,3,4,5,6, dan 7 dinyatakan tidak valid karena nilai koefisien korelasinya lebih kecil dari 0,1966, sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian akan diteliti ulang uji validitasnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen yang mengukur konsep. Reliabilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas suatu kuesioner dengan tujuan tertentu. Dalam mengukur reliabilitas alat pengukuran yang digunakan adalah Teknik *Alpha Cronbach*. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan reliabel. Jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0.6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak reliabel (Ghozali, 2005).

Tabel 4.19
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Cronbach	Kesimpulan
Kualitas pelayanan	0,900	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,813	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument penelitian dapat dinyatakan *reliabel / handal* dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Artinya kuisisioner ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model atau desain yang berbeda.

4.1.5 Hasil Regresi Linier Sederhana

Dari nilai-nilai koefisien yang terdapat pada tabel persamaan regresi yang disusun untuk penelitian ini berdasarkan SPSS sebagai berikut :

Tabel 4.20
Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	10,902	2,235		4,879	,000
	Kualitas Pelayanan	,134	,033	,383	4,099	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 10,902 + 0,134 X$$

Keterangan:

Y = Kualitas Pelayanan

X = Kepuasan Nasabah

Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana diatas diketahui bahwa koefisien regresi kualitas pelayanan bernilai positif. Dengan kata lain variable dapat dijadikan alat untuk memprediksi kepuasan nasabah di PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi.

Koefisien variable kualitas pelayanan 0,134 artinya setiap terjadi kenaikan skor kualitas pelayanan sebesar 1 maka meningkatkan skor nasabah PT. BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi sebesar 0,134

Berdasarkan keterangan diatas diketahui nilai constant sebesar 10,902 artinya apabila variable kualitas pelayanan dianggap constant (bernilai 0), maka variable kepuasan nasabah PT. BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi akan bernilai 10,902

4.1.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dilambangkan dengan R^2 . Nilai ini menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai dependen yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linier dengan variable independen, selain itu (sisanya) diterangkan oleh variable lain. Hasil perhitungan SPSS untuk melihat koefisien determinasi dapat dilihat pada model *summary* berikut ini :

Tabel 4.21
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,383 ^a	,146	,138	3,76221

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Koefisien korelasi dalam penelitian ini adalah 0,134 atau 13,4% artinya terdapat hubungan yang baik antara variable kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi.

Dari hasil pengujian SPSS maka diperoleh nilai koefisien determinasi = R square sebesar 0,146 atau 14,6% menyatakan bahwa variable kualitas pelayanan (X) mampu menjelaskan variable kepuasan nasabah (Y) sebesar 14,6% dan sisanya 85,4% disebabkan oleh variable lain diluar variable yang diteliti.

1. Hasil Uji Parsial

Uji t statistik merupakan pengujian secara parsial yang bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing koefisien regresi signifikan atau tidak terhadap variabel dependent dengan menganggap variable lain nyakonstan. Untuk melihat hasil setiap variable terikat secara parsial yang di uji dengan uji-t secara rinci koefisien regresi pada setiap variable dapat dilihat pada table berikut

Tabel 4.22
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10,902	2,235		4,879	,000
Kualitas Pelayanan	,134	,033	,383	4,099	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

a. Variabel Kualitas Pelayanan

Dari hasil pengujian diperoleh nilai probabilitas untuk variable kualitas pelayanan sebesar 0,000. Dengan tingkat keyakinan ($\alpha = 5\%$), dari perhitungan tersebut dapat dilihat bahwa nilai probabilitas lebih kecil dari alpha ($0,000 < 0,05$), artinya H_a ditolak dan H_0 diterima artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi.

4.1.7 Pembahasan

Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana diketahui bahwa koefisien regresi kualitas pelayanan bernilai positif. Dengan kata lain variable kualitas pelayanan dapat dijadikan alat untuk memprediksi kepuasan nasabah di PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi. Koefisien variable kualitas pelayanan 0,134 artinya setiap terjadi kenaikan kualitas produk sebesar 1% maka mengakibatkan kepuasan nasabah PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi akan mengalami peningkatan sebesar 13,4%.

Berdasarkan olah SPSS diketahui nilai constant sebesar 10,902 artinya apabila variable kualitas produk dianggap constant (bernilai 0), maka variable kepuasan nasabah PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi akan bernilai 1090,2. Berdasarkan perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,099 > 1,98477$), maka keputusannya adalah H_a ditolak dan H_0 diterima. Dengan demikian ada pengaruh signifikan antara variable kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi.

Nilai R square sebesar 0,146 angka ini menyatakan variable kualitas pelayanan (X) terhadap variable kepuasan nasabah (Y) sebesar 14,6% dan sisanya sebesar 85,4% disebabkan oleh factor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Mungkin saja faktor faktor lain itu seperti kualitas produk, emosional, system bagi hasil.

Hasil ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Desika Primasari(2016) dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas produk tabungan ib Hasanah terhadap kepuasan nasabah pada BANK BNI Syariah KCP Ungaran. Bahwa faktor kualitas pelayanan Kualitas produk dan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah berpengaruhnya faktor kualitas pelayan dan kepuasan nasabah adalah dua faktor yang saling terkait . Semakin baik kualitas pelayan yang di berikan maka semakin banyak nasabah yang merasa puas Berdasarkan hasil regresi linier sederhana, maka diperoleh kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi.

Dan jawaban dari setiap pertanyaan (kualitas pelayana Jawaban tertinggi berkaitan dengan Pegawai bank jujur dalam melayani nasabah di PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi dengan skor 409 diperkirakan hal ini terjadi karena pegawai memberikan informasi yang jelas, jujur mengenai produk Bank dan juga pegawai bank melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan jujur. Sedangkan jawaban responden terendah berkaitan Kondisi areal parkir di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi dengan skor 366 hal ini mungkin terjadi di karnakan area parkir yang kurang baik sehingga merepotkan para nasabah.

Jawaban tertinggi dari pertanyaan kepuasan nasabah berkaitan dengan Produk yang di tawarkan oleh bank PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi adalah produk berkualitas sebesar 407 hal ini diperkirakan terjadi karena bank memberikan kualitas di setiap barang yang ditawarkan pada nasabah nya sedangkan jawaban responden terendah yaitu berkaitan dengan Pegawai berhasil menciptakan suasana kekeluargaan dengan nasabah di

PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi sebesar 385. Hal ini mungkin terjadi dikarenakan para pegawai yang tidak terlalu perhatian kepada para nasabahnya sehingga para nasabah tidak merasakan suasana kekeluargaan di bank BNI Syariah.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi dinilai baik oleh nasabah dengan rata – rata skor 399,07 dan kepuasan nasabah PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi dinilai baik dengan rata-rata skor sebesar 395,87.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi, hal ini dibuktikan oleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,099 > 1,9847$).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat diajukan saran atau rekomendasi sebagai berikut :

Semakin ketatnya persaingan dalam dunia perbankan di harapkan PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi dapat mempertahankan kepuasan nasabah dengan memberikan produk – produk yang bermanfaat serta memberikan layanan terbaik dalam melayani nasabah – nasabah yang akan mempercayakan sistem keuangannya untuk di kelola oleh PT BANK BNI Syariah cabang Kota Jambi. Serta lebih banyak melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai produk-produk maupun jasa perbankan Syariah karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui produk maupun jasa perbankan syariah sehingga masyarakat enggan untuk memanfaatkannya.

Daftar Pustaka

- Bustari Muchtar, Rose Rahmidani dan Menik Kurnia, 2016. **Bank dan lembaga keuangan lain**, Jakarta. Kencana.
- Hasibuan, Melayu. 2014. **Manajemen dasar pengertian dan masalah**. Cetakan Kesepuluh Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Hutahaean, Sepmady Wendy. 2008. **Dasar Manajemen**. Malang: Ahlimedia Press.
- Ikatan Bankir Indonesia, 2017 **Mengelola BANK Komersial**. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Indrasari, Meithiana. 2019. **Pemasaran & kepuasan Pelanggan**: Jawa Timur. UP Unitomo Pres.
- Keller, Kotler 2018 **Manajemen Pemasaran jilid 1**, dan Poweer Macpro: Erlangga.
- Khusaini, Mohammad. 2013. **Ekonomi Mikro**, Malang UB Press.
- Kotler, Philip. 2010. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Jakarta : Prenhalindo .
- Kotler, Philip. 2005. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta : Penhalindo,
- Kotler, Philip. 2015. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1, Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta : Indeks. Tahun.
- Rimsky K. Judissen. 2005. **Sistem Moneter dan Perbankan di Indonesia**. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siswanto. 2014. **Pengantar Manajemen**. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sugiyono, 2017. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**, PT Alfabet: Yogyakarta.
- Sugiyono. 2017. **Metode Penelitian**. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, 2013:10 **ilmu Ekonomi**. Penerbit PT .Gramedia pustaka utama, Jakarta .
- Sukirno, Sadono. 2013. **Mikroekonomi** PT RajaGrafindo Persada .
- Sunarto . **Pengantar Manajemen Pemasaran**: UTS Pres. tahun 2014.
- Suryani, Tatik, 2017. **Strategi Bank di Era Global**. Kencana.
- Tjiptono 2001 **Manajemen kualitas pelayanan**. Penerbit pustaka karya cipta, Jakarta.
- Tjiptono Fandy , 2018, **Strategi Pemasaran edisi ketiga** CV. Andi offset Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. & Anastasia Diana (2016), **pemasaran**, Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2014. **Strategi Pemasaran** . Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy.2019. **Kepuasan Pelanggan**. Yogyakarta penerbit Andi.

Tjiptono,Fandy &Yanto,**Marketing Scales**, Yogyakarta: Andi.

Tjiptono. 2012. **Manajemen Pemasaran Edisi Keempat** . Yogyakarta : Andi Offset.

Umar, Husein 2013. **Riset Penelitian** , Gramedia Pustaka Utama, Jakarta .

Umar, Husein **Metode Penelitian**. Edisi Kedua. Jakarta : Rajawali Press Tahun 2013.

Wulandari, Ririn. 2020. **Membidik Nasabah Bank Syariah**.Makassar: Nas Media Pustaka.





LAMPIRAN

KUISONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BNI SYARIAH CABANG KOTA JAMBI

Yth. Bapak/Ibu/Saudara

Nasabah PT. BNI Syariah

Cabang Kota Jambi

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir yang merupakan salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi maka ditengah-tengah kesibukan anda, kami mohon kesedian waktu anda untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang kami ajukan.

Adapun identitas saya adalah sebagai berikut:

Nama : Feny Anggaraini

Nim : 1700861201338

Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
Pada PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi

Para responden kami mohon untuk memberikan jawaban menurut pendapat anda masing-masing (bukan menurut pandang umum), agar sesuai dengan tujuan penyelesaian tugas akhir ini. Seluruh informasi / jawaban yang diberikan dijamin kerahasiannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penyusunan skripsi ini, serta bukan merupakan penilaian pekerjaan anda.

Akhir kata kami mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas kesedian responden untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya,

Feny anggraini

DATA RESPONDEN

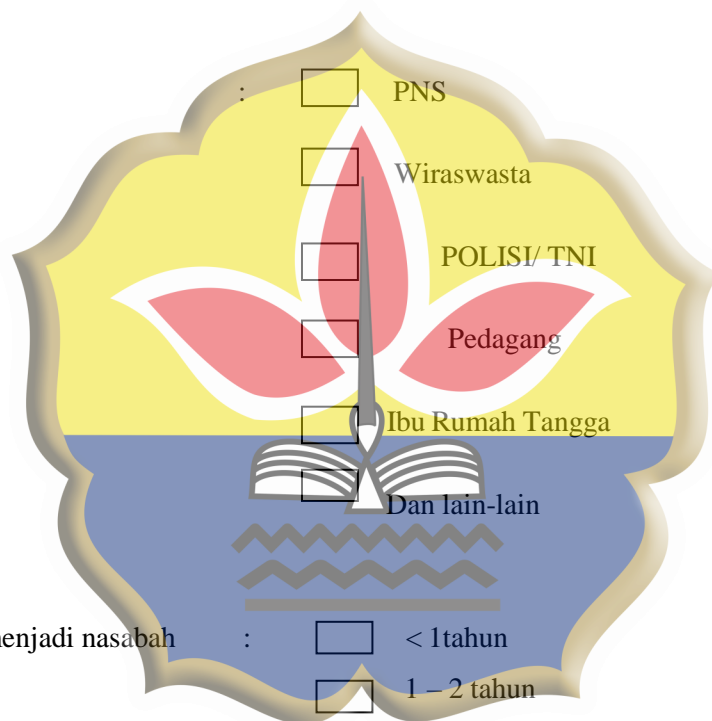
1. Karakteristik Responden

Nomor kuisioner(diisi petugas)

Jenis kelamin : Laki – Laki Perempuan

Usia : < 20 31- 40
 20-30 >40

Pekerjaan :



PNS
 Wiraswasta
 POLISI/ TNI
 Pedagang
 Ibu Rumah Tangga
 Dan lain-lain

1. Lama menjadi nasabah : < 1tahun
 1 – 2 tahun
 2 – 3 tahun
 > 3 tahun

Petunjuk pengisian kuesioner

1. Pilih jawaban ini dengan memberikan tanda cheklis (\surd) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut anda.
2. Pilihan jawaban yang tersedia adalah :
 - a. Sangat tidak setuju = Diberi Skor 1
 - b. Tidak Setuju = Diberi Skor 2
 - c. Kurang Setuju = Diberi Skor 3
 - d. Setuju = Diberi Skor 4
 - e. Sangat Setuju = Diberi Skor 5
3. Jawablah pertanyaan ini dengan jujur dan benar.



KUESIONER

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
	A. KUALITAS PELAYANAN RELIABILITAS					
		STB	TB	CP	B	SB
1	Jam buka layanan sesuai dengan jadwal di PT . BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
2	Pegawai melayani sesuai dengan yang di janjikan di PT . BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
DAYA TANGGAP						
3	Petugas cepat dalam memenuhi kebutuhan nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
4	Pegawai cekatan dalam menangani keluhan nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
5	Respon pegawai cepat dalam menanggapi keluhan nasabah pada PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
KOMPETISI						
6	Pegawai mampu menjelaskan produk perbankan di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
7	Pegawai memahami prosedur bank dengan baik di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
8	Pegawai melakuakn pekerjaan sesuai dengan perintah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
AKSES						
9	Bank memberikan kemudahan berkomunikasi dengan pegawai di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					

10	Lokasi bank mudah dijangkau oleh nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
11	Nasabah mudah untuk menghubungi para pegawai di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
Kesopanan						
12	Pegawai sopan dalam melayani kebutuhan nasabah di di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
13	Pegawai bank menggunakan bahasa dan tutur kata yang baik saat berbicara pada nasabah					
14	Pegawai bank menyapa nasabah dengan sopan					
KEMAMPUAN KOMUNIKASI						
15	Pegawai bank memiliki kemampuan komunikasi yang baik di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
16	Pegawai bank menyapa nasabah dengan senyuman hangat di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
17	Pegawai bank memberikan perhatian khusus kepada nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
KREDIBILITAS						
18	Pegawai bank jujur dalam melayani nasabah di PT BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
19	Nasabah percaya pegawai amanah dalam menjalankan tugas di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
KEAMANAN						
20	Bank menjaga rasa aman nasabah di di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
21	Nasabah merasa aman menyimpan dana di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					

Pemahaman Terhadap Kebutuhan Nasabah						
22	Pegawai menanyakan keinginan nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
23	Pegawai menanyakan harapan nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
24	Pegawai memperhatikan kebutuhan nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
Faktor Berwujud dan Fasilitas Fisik Lainnya						
25	Lokasi bank di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi strategis					
26	Ruangan kantor di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi nyaman					
27	Ruangan terlihat bersih di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
28	Kondisi areal parkir di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
29	Fasilitas di ruangan tertata rapi di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
B. Kepuasan Nasabah						
Kualitas Produk						
30	Produk yang di tawarkan oleh bank PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi adalah produk berkualitas					
31	Produk yang di tawarkan oleh PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi sesuai dengan harapan nasabah					
Kualitas Pelayanan						
32	Kualitas pelayan yang di berikan sesuai dengan yang diinginkan nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
33	Kualitas pelayan yang di harapkan nasabah sesuai dengan yang di berikan oleh PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					
Emosional						
34	Pegawai berhasil menciptakan suasana kekeluargaan dengan nasabah di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi					

Harga					
35	Harga produk bank bisa bersaing dengan produk bank lain di PT. BNI Syariah Cabang Kota Jambi				
36	Bank menerapkan produk-produk investasi dengan bagi hasil				





Item Pertanyaan Kuesioner

No	Kualitas Pelayanan																												Total	
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28		P29
1	5	5	4	3	5	3	5	4	4	3	2	3	4	4	4	2	3	3	3	4	2	3	3	4	2	4	4	2	3	100
2	4	4	1	4	5	4	5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	3	4	5	5	3	3	5	5	3	5	5	3	3	114
3	2	2	2	2	2	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	117
4	4	3	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	3	5	4	4	3	3	5	4	3	3	5	3	3	5	4	114
5	3	3	3	3	3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	121
6	2	2	3	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	120
7	3	2	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	100
8	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4	4	5	5	127
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	115
10	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	132
11	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	89
12	3	4	3	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	122
13	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	2	4	3	4	3	2	4	4	4	5	3	3	2	4	98
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	109
15	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	3	5	5	5	4	3	5	5	4	3	5	4	3	5	122
16	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	121
17	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	133
18	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	98
19	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	123
20	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	109
21	4	3	4	4	4	5	3	5	3	4	5	4	5	5	3	5	4	4	3	3	5	4	3	5	5	5	3	5	4	119
22	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	101
23	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	2	4	5	4	4	4	3	4	3	5	4	4	117
24	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	119
25	4	3	3	4	4	4	5	3	3	5	2	5	3	3	3	2	5	5	4	3	2	5	4	3	2	3	3	2	5	102
26	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	109
27	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	111
28	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	135
29	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	3	3	2	4	5	3	3	2	4	3	3	2	3	3	2	4	96
30	4	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	110
31	4	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	125

32	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	119						
33	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	2	3	4	4	4	2	3	4	3	2	4	4	2	3	98					
34	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	127					
35	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	111					
36	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	4	5	3	4	3	5	4	111					
37	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	134				
38	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	5	5	4	4	123					
39	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	128				
40	4	5	4	4	3	5	3	5	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	3	117				
41	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	3	4	5	5	4	3	5	3	4	122					
42	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	108					
43	5	5	4	5	4	4	4	5	2	2	4	2	5	5	2	4	2	4	5	2	4	2	5	5	4	5	2	4	2	108					
44	4	3	2	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	118				
45	4	4	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	134		
46	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	5	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	104				
47	4	4	4	2	1	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	127
48	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	122		
49	4	4	4	5	5	4	5	3	5	4	5	4	3	3	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	4	123		
50	4	4	4	3	4	4	4	5	4	2	5	2	5	5	4	5	2	4	5	4	5	2	5	5	5	5	4	5	2	117					
51	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	118				
52	5	3	5	5	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	2	4	3	5	3	2	4	5	3	5	4	3	2	4	102				
53	4	5	4	4	5	3	5	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	111				
54	4	2	2	3	2	4	3	4	4	5	3	5	4	4	4	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	115				
55	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	4	3	3	2	3	5	4	4	111					
56	3	3	4	3	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	128					
57	3	4	5	5	2	5	5	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	3	3	4	106					
58	5	5	5	4	4	3	3	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	112				
59	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	3	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	3	2	4	98					
60	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	111					
61	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	3	5	5	2	4	3	5	2	3	3	3	4	3	5	114					
62	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	118					
63	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	129					
64	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	5	5	5	3	3	4	110				
65	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	121					

66	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	112		
67	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	3	5	4	120		
68	5	5	5	2	5	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3	101		
69	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	117	
70	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	122	
71	5	4	5	4	5	5	5	3	3	5	2	5	3	3	3	2	5	5	5	3	2	5	5	4	5	4	3	2	5	115		
72	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	4	103		
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	110	
74	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	131		
75	3	4	3	2	2	4	4	3	3	4	2	4	3	3	3	2	4	5	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	2	4	96	
76	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	3	4	4	107		
77	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	129	
78	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	119
79	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	3	4	2	3	4	5	4	2	3	5	5	3	5	4	2	3	107		
80	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	129
81	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	5	3	4	4	3	108
82	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	3	5	4	119
83	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	138
84	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	124
85	3	3	5	5	2	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	132
86	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	110	
87	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	4	4	5	5	3	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	4	123	
88	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	3	104		
89	4	5	4	4	4	4	4	5	2	2	4	2	5	5	2	4	2	4	5	2	4	2	5	4	4	5	2	4	2	105		
90	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	121	
91	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	132		
92	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	5	5	3	4	3	5	4	3	5	3	4	3	109		
93	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	129		
94	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	118	
95	4	4	5	5	4	4	3	3	5	4	5	4	3	3	5	5	4	5	2	5	5	4	2	3	3	3	5	5	4	116		
96	4	4	4	4	4	3	5	3	2	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	2	5	5	4	4	116	
97	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	5	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	114	

98	4	4	5	4	4	5	5	3	2	4	3	3	5	3	5	5	3	4	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	108	
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	127
100	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	3	3	4	5	3	3	4	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	112



Item Pertanyaan Kuesioner

No	kepuasan nasabah							Total
	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	
1	5	4	4	3	2	4	4	26
2	5	3	5	5	3	4	3	28
3	5	5	5	4	5	5	5	34
4	4	3	3	4	5	3	3	25
5	4	5	4	4	4	5	5	31
6	5	4	4	3	5	4	4	29
7	4	5	4	4	3	5	5	30
8	4	3	4	5	5	3	3	27
9	4	4	4	3	4	4	4	27
10	5	5	5	5	5	5	5	35
11	3	3	3	3	2	4	3	21
12	4	4	5	4	4	4	4	29
13	3	3	3	4	5	3	3	24
14	4	5	4	2	4	5	5	29
15	4	4	5	5	3	4	4	29
16	3	4	4	3	4	4	4	26
17	5	5	4	5	4	5	5	33
18	3	3	3	3	3	4	3	22
19	4	4	5	5	5	4	4	31
20	4	5	4	3	4	5	5	30
21	2	5	5	5	5	5	5	32
22	4	4	4	4	3	4	4	27
23	5	3	3	4	4	3	3	25
24	4	4	4	4	3	4	4	27
25	3	3	3	5	2	3	3	22
26	3	4	4	4	4	4	4	27
27	4	4	4	3	4	4	4	27
28	5	4	4	3	5	4	4	29
29	3	3	3	3	2	3	3	20
30	3	4	4	3	4	4	4	26
31	4	4	5	4	5	4	4	30
32	4	4	4	5	4	4	4	29
33	4	3	4	4	2	3	3	23
34	5	4	4	4	4	4	4	29
35	4	4	5	5	4	4	4	30
36	5	4	4	3	2	4	4	26
37	5	3	5	5	3	4	3	28
38	5	5	5	4	5	5	5	34
39	4	3	3	4	5	3	3	25
40	4	5	4	4	4	5	5	31
41	5	4	4	3	5	4	4	29
42	3	4	4	4	3	3	3	24
43	5	5	5	5	4	5	5	34
44	4	4	5	3	5	5	5	31
45	5	5	3	5	4	4	4	30
46	3	4	3	3	3	3	3	22
47	3	3	4	5	4	4	4	27

48	3	5	4	4	3	4	4	27
49	4	4	3	3	3	3	3	23
50	5	5	5	5	5	5	5	35
51	4	5	4	4	3	4	4	28
52	4	3	4	5	5	3	3	27
53	4	4	4	3	4	5	5	29
54	5	5	5	5	5	4	4	33
55	3	3	3	3	2	4	4	22
56	4	4	5	4	4	5	5	31
57	3	3	3	4	5	3	3	24
58	4	5	4	3	4	5	5	30
59	5	5	4	5	4	3	3	29
60	5	4	4	3	2	4	4	26
61	5	3	5	5	3	4	3	28
62	5	5	5	4	5	5	5	34
63	4	3	3	4	5	3	3	25
64	4	5	4	4	4	5	5	31
65	5	4	4	3	5	4	4	29
66	4	4	4	4	3	5	5	29
67	3	3	3	5	2	5	5	26
68	3	4	4	4	4	4	4	27
69	4	4	4	3	4	3	3	25
70	5	4	4	3	5	4	4	29
71	3	3	3	3	2	3	3	20
72	3	4	4	3	4	4	4	26
73	4	4	5	4	5	4	4	30
74	4	4	4	5	4	4	4	29
75	4	3	4	4	2	3	3	23
76	5	4	4	4	4	4	4	29
77	4	4	5	5	4	4	4	30
78	5	4	4	3	2	4	4	26
79	5	3	5	5	3	4	3	28
80	5	5	5	4	5	5	5	34
81	4	3	3	4	5	3	3	25
82	4	5	4	4	4	5	5	31
83	5	4	4	3	5	4	4	29
84	3	5	4	4	3	5	5	29
85	4	4	3	3	3	4	4	25
86	5	5	5	5	5	5	5	35
87	4	5	4	4	3	4	4	28
88	4	3	4	5	5	3	3	27
89	4	4	4	3	4	5	5	29
90	5	5	5	5	5	2	5	32
91	3	3	3	3	2	4	4	22
92	4	4	5	4	4	3	3	27
93	3	3	3	4	5	4	4	26
94	4	5	4	3	4	4	4	28

95	5	5	4	5	4	3	3	29
96	3	3	3	2	3	3	3	20
97	4	4	4	5	4	4	5	30
98	3	3	3	2	4	3	4	22
99	5	4	4	4	3	3	3	26
100	4	4	4	3	5	5	5	30



Olahdata Interval kualitas Pelayanan (X

No	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28	x29	Rata-rata	total
1	4,91	4,58	3,59	1,65	5,29	2,16	5,01	2,27	3,08	2,21	1,00	2,21	2,23	2,27	3,29	1,00	2,13	2,23	2,21	3,29	1,00	2,21	2,13	2,33	1,00	2,30	3,30	1,00	2,19	2,55	74,09
2	3,35	3,13	1,00	2,94	5,29	3,62	5,01	3,54	4,25	2,21	1,78	2,21	1,00	3,50	4,48	1,76	2,13	3,28	4,45	4,50	1,76	2,21	4,31	3,67	1,90	3,62	4,50	1,76	2,19	3,08	89,37
3	1,00	1,00	1,68	1,00	1,87	3,62	3,57	2,27	4,25	4,47	2,60	4,47	3,48	2,27	4,48	2,62	4,33	2,23	3,27	4,50	2,62	4,45	3,14	3,67	2,80	3,62	4,50	2,62	4,45	3,13	90,83
4	3,35	1,87	5,07	4,49	3,77	5,15	3,57	2,27	2,09	3,28	3,81	3,28	1,00	2,27	2,25	3,85	3,15	3,28	2,21	2,23	3,85	3,27	2,13	1,00	3,98	1,00	2,25	3,85	3,25	2,99	86,81
5	1,90	1,87	2,33	1,65	2,54	3,62	3,57	3,54	3,08	4,47	2,60	4,47	3,48	3,50	3,29	2,62	4,33	4,48	3,27	3,29	2,62	4,45	3,14	3,67	2,80	2,30	3,30	2,62	4,45	3,22	93,25
6	1,00	1,00	2,33	1,65	2,54	3,62	3,57	2,27	4,25	3,28	3,81	3,28	2,23	2,27	4,48	3,85	3,15	3,28	4,45	4,50	3,85	3,27	4,31	2,33	3,98	2,30	4,50	3,85	3,25	3,19	92,45
7	1,90	1,00	2,33	2,94	1,87	3,62	3,57	2,27	3,08	2,21	1,78	2,21	3,48	2,27	3,29	1,76	2,13	2,23	3,27	3,29	1,76	2,21	3,14	2,33	1,90	2,30	3,30	1,76	2,19	2,46	71,42
8	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	5,01	2,27	3,08	4,47	3,81	4,47	1,00	2,27	3,29	3,85	4,33	3,28	4,45	3,29	3,85	4,45	4,31	1,00	3,98	2,30	3,30	3,85	4,45	3,47	100,75
9	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	2,27	3,08	3,28	2,60	3,28	2,23	2,27	3,29	2,62	3,15	4,48	2,21	3,29	2,62	3,27	2,13	2,33	2,80	2,30	3,30	2,62	3,25	2,99	86,64
10	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	3,54	4,25	3,28	3,81	3,28	3,48	3,50	4,48	3,85	3,15	3,28	4,45	4,50	3,85	3,27	4,31	3,67	3,98	3,62	4,50	3,85	3,25	3,69	107,10
11	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	1,00	2,09	2,21	1,00	2,21	1,00	1,00	2,25	1,00	2,13	2,23	2,21	2,23	1,00	2,21	2,13	1,00	1,00	1,00	2,25	1,00	2,19	2,08	60,32
12	1,90	3,13	2,33	2,94	2,54	5,15	5,01	2,27	3,08	3,28	3,81	3,28	2,23	2,27	3,29	3,85	3,15	3,28	4,45	3,29	3,85	3,27	4,31	2,33	2,80	3,62	3,30	3,85	3,25	3,28	95,12
13	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	2,16	2,19	1,00	2,09	3,28	1,00	3,28	1,00	1,00	2,25	1,00	3,15	2,23	3,27	2,23	1,00	3,27	3,14	2,33	3,98	1,00	2,25	1,00	3,25	2,38	69,13
14	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	2,27	3,08	2,21	2,60	2,21	3,48	2,27	3,29	2,62	2,13	2,23	2,21	3,29	2,62	2,21	2,13	2,33	2,80	2,30	3,30	2,62	2,19	2,77	80,36
15	3,35	4,58	3,59	4,49	3,77	3,62	3,57	2,27	3,08	4,47	1,78	4,47	2,23	2,27	3,29	1,76	4,33	4,48	4,45	3,29	1,76	4,45	4,31	2,33	1,90	3,62	3,30	1,76	4,45	3,35	97,03
16	4,91	4,58	5,07	4,49	5,29	3,62	3,57	1,00	4,25	3,28	2,60	3,28	2,23	1,00	4,48	2,62	3,15	3,28	2,21	4,50	2,62	3,27	2,13	2,33	2,80	2,30	4,50	2,62	3,25	3,28	95,23
17	3,35	4,58	3,59	4,49	3,77	3,62	5,01	3,54	4,25	4,47	2,60	4,47	3,48	3,50	4,48	2,62	4,33	4,48	3,27	4,50	2,62	4,45	3,14	3,67	2,80	2,30	4,50	2,62	4,45	3,76	108,95
18	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	1,00	2,09	3,28	1,78	3,28	1,00	1,00	2,25	1,76	3,15	3,28	1,00	2,23	1,76	3,27	1,00	1,00	1,90	1,00	2,25	1,76	3,25	2,35	68,27
19	3,35	3,13	5,07	2,94	2,54	3,62	3,57	2,27	3,08	3,28	3,81	3,28	2,23	2,27	3,29	3,85	3,15	4,48	3,27	3,29	3,85	3,27	3,14	2,33	3,98	3,62	3,30	3,85	3,25	3,32	96,34
20	1,90	1,87	2,33	2,94	3,77	5,15	3,57	2,27	3,08	2,21	2,60	2,21	3,48	2,27	3,29	2,62	2,13	2,23	3,27	3,29	2,62	2,21	3,14	2,33	2,80	2,30	3,30	2,62	2,19	2,76	80,00
21	3,35	1,87	3,59	2,94	3,77	5,15	2,19	3,54	2,09	3,28	3,81	3,28	3,48	3,50	2,25	3,85	3,15	3,28	2,21	2,23	3,85	3,27	2,13	3,67	3,98	3,62	2,25	3,85	3,25	3,20	92,68
22	3,35	1,87	2,33	2,94	3,77	3,62	3,57	1,00	3,08	2,21	1,78	2,21	2,23	1,00	3,29	1,76	2,13	2,23	3,27	3,29	1,76	2,21	3,14	2,33	1,90	2,30	3,30	1,76	2,19	2,48	71,84
23	4,91	4,58	3,59	2,94	5,29	2,16	3,57	2,27	4,25	3,28	2,60	3,28	1,00	2,27	4,48	2,62	3,15	1,00	3,27	4,50	2,62	3,27	3,14	1,00	2,80	1,00	4,50	2,62	3,25	3,08	89,21
24	3,35	1,87	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	2,27	3,08	4,47	2,60	4,47	2,23	2,27	3,29	2,62	4,33	3,28	3,27	3,29	2,62	4,45	3,14	2,33	1,90	2,30	3,30	2,62	4,45	3,15	91,28
25	3,35	1,87	2,33	2,94	3,77	3,62	5,01	1,00	2,09	4,47	1,00	4,47	1,00	1,00	2,25	1,00	4,33	4,48	3,27	2,23	1,00	4,45	3,14	1,00	1,00	1,00	2,25	1,00	4,45	2,58	74,77
26	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	1,00	2,09	3,28	2,60	3,28	2,23	1,00	2,25	2,62	3,15	2,23	3,27	2,23	2,62	3,27	3,14	2,33	2,80	2,30	2,25	2,62	3,25	2,75	79,78
27	3,35	3,13	5,07	2,94	3,77	3,62	3,57	2,27	3,08	2,21	2,60	2,21	2,23	2,27	3,29	2,62	2,13	4,48	2,21	3,29	2,62	2,21	2,13	2,33	2,80	2,30	3,30	2,62	2,19	2,86	82,83



28	4,91	4,58	5,07	2,94	3,77	3,62	3,57	2,27	4,25	4,47	3,81	4,47	2,23	2,27	4,48	3,85	4,33	3,28	4,45	4,50	3,85	4,45	4,31	2,33	3,98	2,30	4,50	3,85	4,45	3,83	111,13
29	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	1,00	2,09	3,28	1,00	3,28	1,00	1,00	2,25	1,00	3,15	4,48	2,21	2,23	1,00	3,27	2,13	1,00	1,00	1,00	2,25	1,00	3,25	2,34	67,84
30	3,35	4,58	3,59	2,94	3,77	5,15	3,57	1,00	2,09	3,28	2,60	3,28	2,23	1,00	2,25	2,62	3,15	3,28	2,21	2,23	2,62	3,27	2,13	2,33	2,80	2,30	2,25	2,62	3,25	2,82	81,75
31	3,35	1,87	2,33	2,94	3,77	3,62	3,57	3,54	3,08	4,47	3,81	4,47	2,23	3,50	3,29	3,85	4,33	3,28	2,21	3,29	3,85	4,45	2,13	2,33	3,98	3,62	3,30	3,85	4,45	3,41	98,75
32	3,35	3,13	5,07	2,94	3,77	2,16	3,57	2,27	4,25	3,28	2,60	3,28	2,23	2,27	4,48	2,62	3,15	2,23	3,27	4,50	2,62	3,27	3,14	2,33	2,80	2,30	4,50	2,62	3,25	3,15	91,23
33	3,35	3,13	5,07	2,94	3,77	3,62	3,57	1,00	3,08	2,21	1,00	2,21	1,00	1,00	3,29	1,00	2,13	3,28	3,27	3,29	1,00	2,21	3,14	1,00	1,00	2,30	3,30	1,00	2,19	2,43	70,34
34	3,35	3,13	5,07	2,94	3,77	3,62	3,57	1,00	4,25	4,47	2,60	4,47	2,23	1,00	4,48	2,62	4,33	4,48	4,45	4,50	2,62	4,45	4,31	2,33	2,80	2,30	4,50	2,62	4,45	3,47	100,69
35	3,35	3,13	3,59	2,94	2,54	3,62	3,57	2,27	3,08	2,21	2,60	2,21	2,23	2,27	3,29	2,62	2,13	3,28	3,27	3,29	2,62	2,21	3,14	2,33	2,80	3,62	3,30	2,62	2,19	2,84	82,31
36	3,35	3,13	3,59	1,00	2,54	3,62	3,57	2,27	3,08	3,28	1,00	3,28	2,23	2,27	2,25	3,85	3,15	3,28	3,27	2,23	3,85	3,27	3,14	3,67	1,90	2,30	2,25	3,85	3,25	2,89	83,71
37	3,35	4,58	5,07	4,49	2,54	3,62	3,57	3,54	4,25	4,47	1,78	4,47	3,48	2,27	4,48	3,85	4,33	4,48	4,45	4,50	3,85	4,45	4,31	2,33	2,80	2,30	4,50	3,85	4,45	3,81	110,40
38	3,35	3,13	3,59	2,94	2,54	3,62	3,57	2,27	4,25	3,28	2,60	3,28	3,48	3,50	4,48	2,62	3,15	3,28	4,45	4,50	2,62	3,27	4,31	2,33	1,90	3,62	4,50	2,62	3,25	3,32	96,30
39	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	2,27	2,09	4,47	3,81	4,47	2,23	2,27	4,48	3,85	4,33	4,48	3,27	4,50	3,85	4,45	3,14	2,33	2,80	2,30	4,50	3,85	4,45	3,52	102,15
40	3,35	4,58	3,59	2,94	2,54	5,15	2,19	3,54	3,08	2,21	2,60	2,21	3,48	2,27	3,29	2,62	2,13	3,28	4,45	3,29	2,62	2,21	4,31	3,67	3,98	2,30	3,30	2,62	2,19	3,10	90,00
41	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	5,01	2,27	4,25	3,28	3,81	3,28	2,23	3,50	4,48	1,76	3,15	3,28	4,45	4,50	1,76	3,27	4,31	3,67	2,80	1,00	4,50	1,76	3,25	3,31	95,99
42	3,35	3,13	3,59	2,94	5,29	2,16	3,57	2,27	3,08	2,21	2,60	2,21	1,00	2,27	3,29	2,62	2,13	2,23	3,27	3,29	2,62	2,21	3,14	2,33	1,90	2,30	3,30	2,62	2,19	2,73	79,11
43	4,91	4,58	3,59	4,49	3,77	3,62	3,57	3,54	1,00	1,00	2,60	1,00	3,48	3,50	1,00	2,62	1,00	3,28	4,45	1,00	2,62	1,00	4,31	3,67	2,80	3,62	1,00	2,62	1,00	2,78	80,63
44	3,35	1,87	1,68	2,94	2,54	3,62	3,57	3,54	3,08	3,28	2,60	3,28	3,48	3,50	3,29	2,62	3,15	4,48	3,27	3,29	2,62	3,27	3,14	2,33	3,98	3,62	3,30	2,62	3,25	3,12	90,56
45	3,35	3,13	3,59	4,49	5,29	2,16	2,19	3,54	4,25	4,47	3,81	4,47	2,23	3,50	4,48	3,85	4,33	4,48	4,45	4,50	3,85	4,45	4,31	3,67	2,80	1,00	4,50	3,85	4,45	3,77	109,43
46	3,35	3,13	3,59	4,49	3,77	3,62	3,57	1,00	2,09	2,21	2,60	2,21	1,00	1,00	2,25	2,62	2,13	4,48	3,27	2,23	2,62	2,21	3,14	2,33	1,90	1,00	2,25	2,62	2,19	2,58	74,86
47	3,35	3,13	3,59	1,00	1,00	3,62	5,01	2,27	4,25	4,47	3,81	4,47	2,23	2,27	4,48	3,85	4,33	4,48	4,45	4,50	3,85	4,45	4,31	1,00	2,80	2,30	4,50	3,85	4,45	3,52	102,06
48	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	2,19	2,27	3,08	3,28	3,81	3,28	2,23	2,27	3,29	3,85	3,15	4,48	4,45	3,29	3,85	3,27	4,31	3,67	1,90	2,30	3,30	3,85	3,25	3,28	95,02
49	3,35	3,13	3,59	4,49	5,29	3,62	5,01	1,00	4,25	3,28	3,81	3,28	1,00	1,00	4,48	3,85	3,15	4,48	3,27	4,50	3,85	3,27	3,14	2,33	1,90	1,00	4,50	3,85	3,25	3,34	96,92
50	3,35	3,13	3,59	1,65	3,77	3,62	3,57	3,54	3,08	1,00	3,81	1,00	3,48	3,50	3,29	3,85	1,00	3,28	4,45	3,29	3,85	1,00	4,31	3,67	3,98	3,62	3,30	3,85	1,00	3,10	89,80
51	3,35	3,13	3,59	4,49	3,77	1,00	3,57	2,27	3,08	3,28	3,81	3,28	2,23	2,27	3,29	3,85	3,15	3,28	3,27	3,29	3,85	3,27	3,14	2,33	1,90	2,30	3,30	3,85	3,25	3,12	90,43
52	4,91	1,87	5,07	4,49	3,77	2,16	2,19	1,00	2,09	3,28	1,00	3,28	1,00	1,00	2,25	1,00	3,15	2,23	4,45	2,23	1,00	3,27	4,31	1,00	3,98	2,30	2,25	1,00	3,25	2,58	74,79
53	3,35	4,58	3,59	2,94	5,29	2,16	5,01	2,27	3,08	2,21	2,60	2,21	3,48	2,27	3,29	2,62	2,13	2,23	2,21	3,29	2,62	2,21	2,13	2,33	2,80	2,30	3,30	2,62	2,19	2,87	83,32
54	3,35	1,00	1,68	1,65	1,87	3,62	2,19	2,27	3,08	4,47	1,78	4,47	2,23	2,27	3,29	1,76	4,33	4,48	4,45	3,29	1,76	4,45	4,31	3,67	3,98	3,62	3,30	1,76	4,45	3,06	88,83
55	3,35	3,13	3,59	2,94	2,54	3,62	3,57	1,00	4,25	3,28	2,60	3,28	2,23	1,00	4,48	2,62	3,15	3,28	2,21	4,50	2,62	3,27	2,13	1,00	1,00	1,00	4,50	2,62	3,25	2,83	82,00
56	1,90	1,87	3,59	1,65	2,54	3,62	3,57	3,54	4,25	4,47	2,60	4,47	3,48	3,50	4,48	2,62	4,33	4,48	4,45	4,50	2,62	4,45	4,31	2,33	2,80	3,62	4,50	2,62	4,45	3,50	101,61
57	1,90	3,13	5,07	4,49	1,87	5,15	5,01	1,00	2,09	3,28	1,78	3,28	1,00	1,00	2,25	1,76	3,15	3,28	3,27	2,23	1,76	3,27	3,14	2,33	3,98	1,00	2,25	1,76	3,25	2,72	78,75
58	4,91	4,58	5,07	2,94	3,77	2,16	2,19	2,27	3,08	2,21	2,60	2,21	3,48	2,27	3,29	2,62	2,13	2,23	3,27	3,29	2,62	2,21	3,14	2,33	2,80	2,30	3,30	2,62	2,19	2,90	84,08
59	4,91	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	2,19	1,00	2,09	3,28	1,00	3,28	1,00	1,00	2,25	1,00	3,15	2,23	2,21	2,23	1,00	3,27	2,13	2,33	2,80	2,30	2,25	1,00	3,25	2,42	70,22
60	3,35	3,13	3,59	2,94	5,29	3,62	3,57	2,27	3,08	2,21	1,00	2,21	3,48	2,27	3,29	2,62	2,13	2,23	3,27	3,29	2,62	2,21	3,14	3,67	2,80	2,30	3,30	2,62	2,19	2,89	83,68
61	3,35	3,13	3,59	4,49	3,77	3,62	3,57	3,54	4,25	4,47	1,78	4,47	2,23	2,27	3,29	1,76	4,33	4,48	1,00	3,29	1,76	4,45	1,00	1,00	1,90	1,00	3,30	1,76	4,45	3,01	87,30

62	1,90	3,13	3,59	2,94	2,54	2,16	3,57	2,27	4,25	3,28	2,60	3,28	2,23	1,00	4,48	2,62	3,15	3,28	3,27	4,50	2,62	3,27	3,14	2,33	3,98	3,62	4,50	2,62	3,25	3,08	89,37	90,55
63	3,35	3,13	5,07	4,49	3,77	3,62	3,57	2,27	2,09	4,47	3,81	4,47	3,48	3,50	4,48	2,62	4,33	4,48	3,27	4,50	2,62	4,45	3,14	2,33	2,80	2,30	4,50	2,62	4,45	3,58	103,96	104,20
64	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	3,54	3,08	3,28	2,60	3,28	1,00	1,00	2,25	1,76	3,15	3,28	2,21	2,23	1,76	3,27	2,13	3,67	3,98	3,62	2,25	1,76	3,25	2,84	82,32	81,82
65	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	2,27	4,25	3,28	3,81	3,28	2,23	2,27	3,29	3,85	3,15	4,48	3,27	3,29	3,85	3,27	3,14	2,33	1,90	2,30	3,30	3,85	3,25	3,24	93,88	93,77
66	4,91	3,13	3,59	2,94	3,77	5,15	5,01	2,27	3,08	2,21	2,60	2,21	3,48	2,27	3,29	2,62	2,13	2,23	3,27	3,29	2,62	2,21	3,14	1,00	2,80	1,00	3,30	2,62	2,19	2,91	84,33	82,33
67	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	5,15	5,01	3,54	2,09	3,28	3,81	3,28	3,48	3,50	2,25	3,85	3,15	3,28	3,27	2,23	3,85	3,27	3,14	2,33	1,90	2,30	2,25	3,85	3,25	3,24	94,10	94,00
68	4,91	4,58	5,07	1,00	5,29	3,62	2,19	1,00	3,08	2,21	1,78	2,21	2,23	1,00	3,29	1,76	2,13	2,23	3,27	3,29	1,76	2,21	3,14	1,00	1,00	1,00	3,30	1,76	2,19	2,54	73,52	71,14
69	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	2,27	4,25	3,28	2,60	3,28	1,00	2,27	4,48	2,62	3,15	1,00	3,27	4,50	2,62	3,27	3,14	2,33	2,80	2,30	4,50	2,62	3,25	3,06	88,77	88,48
70	4,91	3,13	3,59	4,49	3,77	5,15	3,57	2,27	3,08	4,47	2,60	4,47	2,23	2,27	3,29	2,62	4,33	3,28	2,21	3,29	2,62	4,45	2,13	2,33	2,80	2,30	3,30	2,62	4,45	3,31	96,01	94,41
71	4,91	3,13	5,07	2,94	5,29	5,15	5,01	1,00	2,09	4,47	1,00	4,47	1,00	1,00	2,25	1,00	4,33	4,48	4,45	2,23	1,00	4,45	4,31	2,33	3,98	2,30	2,25	1,00	4,45	3,15	91,35	89,55
72	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	1,00	2,09	3,28	2,60	3,28	2,23	1,00	2,25	2,62	3,15	2,23	2,21	2,23	2,62	3,27	2,13	1,00	1,00	1,00	2,25	2,62	3,25	2,53	73,27	72,45
73	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	2,27	3,08	2,21	2,60	2,21	2,23	2,27	3,29	2,62	2,13	4,48	2,21	3,29	2,62	2,21	2,13	2,33	2,80	2,30	3,30	2,62	2,19	2,81	81,36	80,82
74	3,35	4,58	5,07	2,94	3,77	3,62	3,57	2,27	4,25	4,47	3,81	4,47	2,23	2,27	4,48	3,85	4,33	3,28	2,21	4,50	3,85	4,45	2,13	2,33	3,98	3,62	4,50	3,85	4,45	3,67	106,46	106,78
75	1,90	3,13	2,33	1,00	1,87	3,62	3,57	1,00	2,09	3,28	1,00	3,28	1,00	1,00	2,25	1,00	3,15	4,48	3,27	2,23	1,00	3,27	3,14	2,33	2,80	2,30	2,25	1,00	3,25	2,34	67,80	68,24
76	3,35	3,13	2,33	2,94	3,77	3,62	5,01	1,00	2,09	3,28	2,60	3,28	2,23	1,00	2,25	2,62	3,15	3,28	3,27	2,23	2,62	3,27	3,14	1,00	1,00	2,30	2,25	2,62	3,25	2,69	77,87	77,21
77	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	3,54	3,08	4,47	3,81	4,47	2,23	3,50	3,29	3,85	4,33	3,28	4,45	3,29	3,85	4,45	4,31	2,33	2,80	2,30	3,30	3,85	4,45	3,56	103,19	103,41
78	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	5,15	5,01	2,27	3,08	3,28	1,00	3,28	2,23	2,27	4,48	2,62	3,15	2,23	3,27	4,50	2,62	3,27	3,14	2,33	2,80	3,62	4,50	2,62	3,25	3,20	92,74	92,55
79	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	3,54	4,25	2,21	1,78	2,21	1,00	1,00	3,29	1,00	2,13	3,28	4,45	3,29	1,00	2,21	4,31	3,67	1,90	3,62	3,30	1,00	2,19	2,78	80,60	80,03
80	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	5,01	2,27	4,25	4,47	2,60	4,47	2,23	1,00	4,48	2,62	4,33	4,48	3,27	4,50	2,62	4,45	3,14	3,67	3,98	3,62	4,50	2,62	4,45	3,57	103,41	103,63
81	4,91	3,13	2,33	2,94	3,77	3,62	3,57	2,27	2,09	2,21	3,81	2,21	2,23	2,27	3,29	2,62	2,13	3,28	2,21	3,29	2,62	2,21	2,13	1,00	3,98	1,00	3,30	2,62	2,19	2,73	79,22	77,04
82	3,35	3,13	3,59	2,94	5,29	3,62	3,57	3,54	3,08	3,28	2,60	3,28	2,23	2,27	2,25	3,85	3,15	3,28	3,27	2,23	3,85	3,27	3,14	3,67	2,80	2,30	2,25	3,85	3,25	3,18	92,17	92,00
83	4,91	3,13	3,59	4,49	5,29	5,15	3,57	2,27	4,25	4,47	3,81	4,47	3,48	2,27	4,48	3,85	4,33	4,48	4,45	4,50	3,85	4,45	4,31	2,33	3,98	2,30	4,50	3,85	4,45	3,97	115,26	114,32
84	4,91	4,58	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	3,54	4,25	3,28	2,60	3,28	3,48	3,50	4,48	2,62	3,15	3,28	3,27	4,50	2,62	3,27	3,14	2,33	1,90	2,30	4,50	2,62	3,25	3,38	98,15	96,62
85	1,90	1,87	5,07	4,49	1,87	5,15	5,01	2,27	4,25	4,47	3,81	4,47	2,23	2,27	4,48	3,85	4,33	4,48	4,45	4,50	3,85	4,45	4,31	1,00	3,98	2,30	4,50	3,85	4,45	3,72	107,91	109,73
86	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	5,15	2,19	2,27	3,08	2,21	2,60	2,21	3,48	2,27	3,29	2,62	2,13	3,28	2,21	3,29	2,62	2,21	2,13	2,33	2,80	2,30	3,30	2,62	2,19	2,81	81,56	81,03
87	3,35	3,13	5,07	2,94	3,77	3,62	2,19	3,54	4,25	3,28	1,78	3,28	2,23	3,50	4,48	1,76	3,15	3,28	4,45	4,50	1,76	3,27	4,31	3,67	3,98	3,62	4,50	1,76	3,25	3,37	97,67	97,70
88	4,91	4,58	3,59	2,94	3,77	2,16	3,57	2,27	3,08	2,21	2,60	2,21	1,00	2,27	3,29	2,62	2,13	2,23	2,21	3,29	2,62	2,21	2,13	1,00	1,00	1,00	3,30	2,62	2,19	2,59	75,00	72,68
89	3,35	4,58	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	3,54	1,00	1,00	2,60	1,00	3,48	3,50	1,00	2,62	1,00	3,28	4,45	1,00	2,62	1,00	4,31	2,33	2,80	3,62	1,00	2,62	1,00	2,63	76,18	75,46
90	3,35	4,58	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	3,54	3,08	3,28	2,60	3,28	3,48	3,50	3,29	2,62	3,15	4,48	3,27	3,29	2,62	3,27	3,14	2,33	3,98	1,00	3,30	2,62	3,25	3,23	93,79	93,68
91	3,35	4,58	3,59	4,49	3,77	3,62	3,57	3,54	4,25	4,47	3,81	4,47	2,23	3,50	4,48	3,85	4,33	4,48	2,21	4,50	3,85	4,45	2,13	2,33	2,80	2,30	4,50	3,85	4,45	3,72	107,75	108,12
92	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	5,15	5,01	1,00	2,09	2,21	2,60	2,21	1,00	1,00	2,25	2,62	2,13	4,48	4,45	2,23	2,62	2,21	4,31	2,33	1,90	3,62	2,25	2,62	2,19	2,80	81,26	80,72
93	4,91	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	2,27	4,25	4,47	3,81	4,47	2,23	2,27	4,48	3,85	4,33	4,48	2,21	4,50	3,85	4,45	2,13	2,33	2,80	2,30	4,50	3,85	4,45	3,58	103,81	102,48
94	1,90	1,87	3,59	2,94	3,77	2,16	2,19	2,27	3,08	3,28	3,81	3,28	2,23	2,27	3,29	3,85	3,15	4,48	3,27	3,29	3,85	3,27	3,14	3,67	2,80	2,30	3,30	3,85	3,25	3,08	89,40	90,58
95	3,35	3,13	5,07	4,49	3,77	3,62	2,19	1,00	4,25	3,28	3,81	3,28	1,00	1,00	4,48	3,85	3,15	4,48	1,00	4,50	3,85	3,27	1,00	1,00	1,90	1,00	4,50	3,85	3,25	3,05	88,31	88,00

96	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	2,16	5,01	1,00	1,00	2,21	1,78	2,21	2,23	2,27	4,48	3,85	3,15	3,28	3,27	4,50	2,62	4,45	4,31	3,67	1,00	3,62	4,50	2,62	3,25	3,08	89,20		
97	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	1,00	2,27	4,25	3,28	2,60	3,28	3,48	2,27	3,29	1,76	1,00	3,28	3,27	3,29	2,62	3,27	1,00	2,33	2,80	2,30	4,50	3,85	4,45	2,96	85,83		
98	3,35	3,13	5,07	2,94	3,77	5,15	5,01	1,00	1,00	3,28	1,78	2,21	3,48	1,00	4,48	3,85	2,13	3,28	2,21	4,50	3,85	2,21	2,13	1,00	1,90	1,00	2,25	1,76	2,19	2,79	80,90		
99	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	3,57	2,27	3,08	2,21	2,60	4,47	3,48	3,50	4,48	2,62	4,33	4,48	4,45	3,29	3,85	4,45	3,14	3,67	2,80	2,30	3,30	3,85	4,45	3,48	101,03		
100	3,35	3,13	3,59	2,94	3,77	3,62	5,01	2,27	2,09	4,47	2,60	3,28	2,23	1,00	2,25	2,62	4,33	2,23	2,21	3,29	1,76	2,21	4,31	1,00	2,80	2,30	3,30	2,62	3,25	2,89	83,86		





No	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	Rata-ra	total
1	4,78	2,20	2,30	2,32	1,00	3,67	2,19	2,64	18,46
2	4,78	1,00	3,62	4,47	1,87	3,67	1,00	2,92	20,41
3	4,78	3,40	3,62	3,36	3,77	4,91	3,36	3,89	27,20
4	3,56	1,00	1,00	3,36	3,77	2,47	1,00	2,31	16,16
5	3,56	3,40	2,30	3,36	2,65	4,91	3,36	3,36	23,55
6	4,78	2,20	2,30	2,32	3,77	3,67	2,19	3,03	21,23
7	3,56	3,40	2,30	3,36	1,87	4,91	3,36	3,25	22,78
8	3,56	1,00	2,30	4,47	3,77	2,47	1,00	2,65	18,57
9	3,56	2,20	2,30	2,32	2,65	3,67	2,19	2,70	18,89
10	4,78	3,40	3,62	4,47	3,77	4,91	3,36	4,04	28,31
11	2,43	1,00	1,00	2,32	1,00	3,67	1,00	1,77	12,42
12	3,56	2,20	3,62	3,36	2,65	3,67	2,19	3,03	21,24
13	2,43	1,00	1,00	3,36	3,77	2,47	1,00	2,15	15,03
14	3,56	3,40	2,30	1,00	2,65	4,91	3,36	3,03	21,20
15	3,56	2,20	3,62	4,47	1,87	3,67	2,19	3,08	21,57
16	2,43	2,20	2,30	2,32	2,65	3,67	2,19	2,54	17,76
17	4,78	3,40	2,30	4,47	2,65	4,91	3,36	3,70	25,89
18	2,43	1,00	1,00	2,32	1,87	3,67	1,00	1,90	13,29
19	3,56	2,20	3,62	4,47	3,77	3,67	2,19	3,35	23,46
20	3,56	3,40	2,30	2,32	2,65	4,91	3,36	3,22	22,52
21	1,00	3,40	3,62	4,47	3,77	4,91	3,36	3,50	24,53
22	3,56	2,20	2,30	3,36	1,87	3,67	2,19	2,74	19,15
23	4,78	1,00	1,00	3,36	2,65	2,47	1,00	2,32	16,27
24	3,56	2,20	2,30	3,36	1,87	3,67	2,19	2,74	19,15
25	2,43	1,00	1,00	4,47	1,00	2,47	1,00	1,91	13,37
26	2,43	2,20	2,30	3,36	2,65	3,67	2,19	2,69	18,80
27	3,56	2,20	2,30	2,32	2,65	3,67	2,19	2,70	18,89
28	4,78	2,20	2,30	2,32	3,77	3,67	2,19	3,03	21,23
29	2,43	1,00	1,00	2,32	1,00	2,47	1,00	1,60	11,23
30	2,43	2,20	2,30	2,32	2,65	3,67	2,19	2,54	17,76
31	3,56	2,20	3,62	3,36	3,77	3,67	2,19	3,19	22,35
32	3,56	2,20	2,30	4,47	2,65	3,67	2,19	3,01	21,04
33	3,56	1,00	2,30	3,36	1,00	2,47	1,00	2,10	14,70
34	4,78	2,20	2,30	3,36	2,65	3,67	2,19	3,02	21,15
35	3,56	2,20	3,62	4,47	2,65	3,67	2,19	3,19	22,35
36	4,78	2,20	2,30	2,32	1,00	3,67	2,19	2,64	18,46
37	4,78	1,00	3,62	4,47	1,87	3,67	1,00	2,92	20,41
38	4,78	3,40	3,62	3,36	3,77	4,91	3,36	3,89	27,20
39	3,56	1,00	1,00	3,36	3,77	2,47	1,00	2,31	16,16
40	3,56	3,40	2,30	3,36	2,65	4,91	3,36	3,36	23,55
41	4,78	2,20	2,30	2,32	3,77	3,67	2,19	3,03	21,23
42	2,43	2,20	2,30	3,36	1,87	2,47	1,00	2,23	15,64
43	4,78	3,40	3,62	4,47	2,65	4,91	3,36	3,89	27,20
44	3,56	2,20	3,62	2,32	3,77	4,91	3,36	3,39	23,74
45	4,78	3,40	1,00	4,47	2,65	3,67	2,19	3,17	22,16
46	2,43	2,20	1,00	2,32	1,87	2,47	1,00	1,90	13,30
47	2,43	1,00	2,30	4,47	2,65	3,67	2,19	2,67	18,71
48	2,43	3,40	2,30	3,36	1,87	3,67	2,19	2,75	19,22



49	3,56	2,20	1,00	2,32	1,87	2,47	1,00	2,06	14,43
50	4,78	3,40	3,62	4,47	3,77	4,91	3,36	4,04	28,31
51	3,56	3,40	2,30	3,36	1,87	3,67	2,19	2,91	20,35
52	3,56	1,00	2,30	4,47	3,77	2,47	1,00	2,65	18,57
53	3,56	2,20	2,30	2,32	2,65	4,91	3,36	3,05	21,32
54	4,78	3,40	3,62	4,47	3,77	3,67	2,19	3,70	25,89
55	2,43	1,00	1,00	2,32	1,00	3,67	2,19	1,94	13,60
56	3,56	2,20	3,62	3,36	2,65	4,91	3,36	3,38	23,66
57	2,43	1,00	1,00	3,36	3,77	2,47	1,00	2,15	15,03
58	3,56	3,40	2,30	2,32	2,65	4,91	3,36	3,22	22,52
59	4,78	3,40	2,30	4,47	2,65	2,47	1,00	3,01	21,09
60	4,78	2,20	2,30	2,32	1,00	3,67	2,19	2,64	18,46
61	4,78	1,00	3,62	4,47	1,87	3,67	1,00	2,92	20,41
62	4,78	3,40	3,62	3,36	3,77	4,91	3,36	3,89	27,20
63	3,56	1,00	1,00	3,36	3,77	2,47	1,00	2,31	16,16
64	3,56	3,40	2,30	3,36	2,65	4,91	3,36	3,36	23,55
65	4,78	2,20	2,30	2,32	3,77	3,67	2,19	3,03	21,23
66	3,56	2,20	2,30	3,36	1,87	4,91	3,36	3,08	21,57
67	2,43	1,00	1,00	4,47	1,00	4,91	3,36	2,60	18,17
68	2,43	2,20	2,30	3,36	2,65	3,67	2,19	2,69	18,80
69	3,56	2,20	2,30	2,32	2,65	2,47	1,00	2,36	16,52
70	4,78	2,20	2,30	2,32	3,77	3,67	2,19	3,03	21,23
71	2,43	1,00	1,00	2,32	1,00	2,47	1,00	1,60	11,23
72	2,43	2,20	2,30	2,32	2,65	3,67	2,19	2,54	17,76
73	3,56	2,20	3,62	3,36	3,77	3,67	2,19	3,19	22,35
74	3,56	2,20	2,30	4,47	2,65	3,67	2,19	3,01	21,04
75	3,56	1,00	2,30	3,36	1,00	2,47	1,00	2,10	14,70
76	4,78	2,20	2,30	3,36	2,65	3,67	2,19	3,02	21,15
77	3,56	2,20	3,62	4,47	2,65	3,67	2,19	3,19	22,35
78	4,78	2,20	2,30	2,32	1,00	3,67	2,19	2,64	18,46
79	4,78	1,00	3,62	4,47	1,87	3,67	1,00	2,92	20,41
80	4,78	3,40	3,62	3,36	3,77	4,91	3,36	3,89	27,20
81	3,56	1,00	1,00	3,36	3,77	2,47	1,00	2,31	16,16
82	3,56	3,40	2,30	3,36	2,65	4,91	3,36	3,36	23,55
83	4,78	2,20	2,30	2,32	3,77	3,67	2,19	3,03	21,23
84	2,43	3,40	2,30	3,36	1,87	4,91	3,36	3,09	21,65
85	3,56	2,20	1,00	2,32	1,87	3,67	2,19	2,40	16,81
86	4,78	3,40	3,62	4,47	3,77	4,91	3,36	4,04	28,31
87	3,56	3,40	2,30	3,36	1,87	3,67	2,19	2,91	20,35
88	3,56	1,00	2,30	4,47	3,77	2,47	1,00	2,65	18,57
89	3,56	2,20	2,30	2,32	2,65	4,91	3,36	3,05	21,32
90	4,78	3,40	3,62	4,47	3,77	1,00	3,36	3,49	24,40
91	2,43	1,00	1,00	2,32	1,00	3,67	2,19	1,94	13,60
92	3,56	2,20	3,62	3,36	2,65	2,47	1,00	2,70	18,87
93	2,43	1,00	1,00	3,36	3,77	3,67	2,19	2,49	17,40
94	3,56	3,40	2,30	2,32	2,65	3,67	2,19	2,87	20,10
95	4,78	3,40	2,30	4,47	2,65	2,47	1,00	3,01	21,09
96	2,43	1,00	1,00	1,00	1,87	2,47	1,00	1,54	10,78
97	3,56	2,20	2,30	4,47	2,65	3,67	3,36	3,17	22,22

98	2,43	1,00	1,00	1,00	2,65	2,47	2,19	1,82	12,74
99	4,78	2,20	2,30	3,36	1,87	2,47	1,00	2,57	18,00
100	3,56	2,20	2,30	2,32	3,77	4,91	3,36	3,20	22,43





Hasil Out Put

1. Uji Validitas

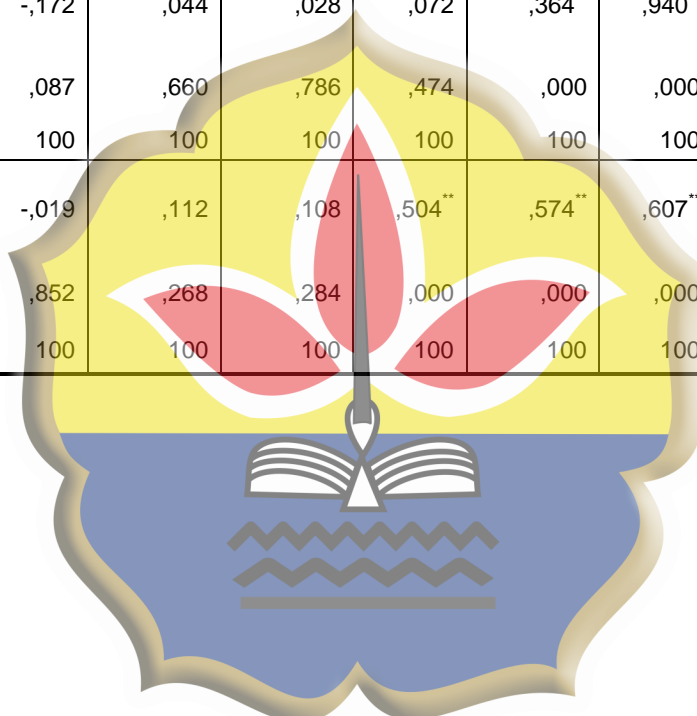
	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	
x1	Pearson Correlation	1	,534**	,313**	,217*	,537**	-,093	-,091	-,075	-,086	-,115	-,093	-,115	-,090	-,043	-,077
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,030	,000	,360	,368	,458	,396	,254	,357	,254	,371	,670	,445
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x2	Pearson Correlation	,534**	1	,394**	,205*	,377**	-,135	,058	,076	,036	-,179	-,029	-,179	,050	,032	,031
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,041	,000	,181	,568	,451	,720	,075	,778	,075	,619	,754	,762
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x3	Pearson Correlation	,313**	,394**	1	,350**	,171	,009	-,115	-,195	,035	,064	,035	,044	-,091	-,185	,115
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,089	,932	,257	,062	,727	,528	,731	,660	,369	,065	,253
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x4	Pearson Correlation	,217*	,205*	,350**	1	,269**	,063	,015	,004	,009	,134	,183	,134	-,097	-,010	,041
	Sig. (2-tailed)	,030	,041	,000		,007	,535	,881	,967	,930	,182	,068	,182	,339	,919	,684
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x5	Pearson Correlation	,537**	,377**	,171	,269**	1	-,181	,011	-,046	-,032	-,175	-,042	-,175	-,154	-,041	-,029
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,089	,007		,071	,914	,652	,751	,081	,680	,081	,126	,687	,777
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x6	Pearson Correlation	-,093	-,135	,009	,063	-,181	1	,221*	-,001	-,145	,086	,064	,065	,165	-,022	-,128

	Sig. (2-tailed)	,360	,181	,932	,535	,071		,027	,993	,151	,397	,527	,521	,101	,828	,203
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x7	Pearson Correlation	-,091	,058	-,115	,015	,011	,221*	1	-,090	-,090	,089	-,004	,049	-,093	-,058	,077
	Sig. (2-tailed)	,368	,568	,257	,881	,914	,027		,372	,373	,380	,966	,630	,358	,564	,448
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x8	Pearson Correlation	-,075	,076	-,195	,004	-,046	-,001	-,090	1	,324**	,070	,346**	,086	,489**	,806**	,164
	Sig. (2-tailed)	,458	,451	,052	,967	,652	,993	,372		,001	,490	,000	,393	,000	,000	,104
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x9	Pearson Correlation	-,086	,036	,035	,009	-,032	-,145	-,090	,324**	1	,337**	,299**	,377**	,101	,225*	,742**
	Sig. (2-tailed)	,396	,720	,727	,930	,751	,151	,373	,001		,001	,003	,000	,319	,024	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x10	Pearson Correlation	-,115	-,179	,064	,134	-,175	,086	,089	,070	,337**	1	,225*	,955**	-,064	,030	,346**
	Sig. (2-tailed)	,254	,075	,528	,182	,081	,397	,380	,490	,001		,025	,000	,529	,768	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x11	Pearson Correlation	-,093	-,029	,035	,183	-,042	,064	-,004	,346**	,299**	,225*	1	,235*	,236*	,419**	,325**
	Sig. (2-tailed)	,357	,778	,731	,068	,680	,527	,966	,000	,003	,025		,019	,018	,000	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x12	Pearson Correlation	-,115	-,179	,044	,134	-,175	,065	,049	,086	,377**	,955**	,235*	1	-,046	,098	,377**
	Sig. (2-tailed)	,254	,075	,660	,182	,081	,521	,630	,393	,000	,000	,019		,652	,331	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x13	Pearson Correlation	-,090	,050	-,091	-,097	-,154	,165	-,093	,489**	,101	-,064	,236*	-,046	1	,585**	,216*

	Sig. (2-tailed)	,371	,619	,369	,339	,126	,101	,358	,000	,319	,529	,018	,652	,000	,031	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
x14	Pearson Correlation	-,043	,032	-,185	-,010	-,041	-,022	-,058	,806**	,225*	,030	,419**	,098	,585**	1	,275**
	Sig. (2-tailed)	,670	,754	,065	,919	,687	,828	,564	,000	,024	,768	,000	,331	,000	,000	,006
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x15	Pearson Correlation	-,077	,031	,115	,041	-,029	-,128	,077	,164	,742**	,346**	,325**	,377**	,216*	,275**	1
	Sig. (2-tailed)	,445	,762	,253	,684	,777	,203	,448	,104	,000	,000	,001	,000	,031	,006	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x16	Pearson Correlation	-,124	,006	,103	,122	-,055	,094	,081	,316**	,202*	,221*	,787**	,205*	,315**	,379**	,345**
	Sig. (2-tailed)	,218	,951	,310	,225	,589	,351	,425	,001	,044	,027	,000	,040	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x17	Pearson Correlation	-,110	-,172	,043	,131	-,170	,045	,156	,072	,296**	,930**	,219*	,957**	-,073	,082	,366**
	Sig. (2-tailed)	,276	,087	,673	,195	,091	,656	,122	,474	,003	,000	,028	,000	,473	,419	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x18	Pearson Correlation	-,175	-,072	,047	,194	-,202*	,178	,048	,135	,119	,393**	,270**	,440**	,044	,142	,144
	Sig. (2-tailed)	,081	,479	,643	,053	,044	,076	,638	,181	,238	,000	,007	,000	,666	,158	,154
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x19	Pearson Correlation	-,130	-,073	-,056	-,099	-,158	,029	,065	,245*	,173	,045	,102	,104	,154	,305**	,167
	Sig. (2-tailed)	,196	,471	,579	,327	,117	,774	,524	,014	,085	,658	,315	,302	,125	,002	,098
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x20	Pearson Correlation	-,078	,033	,117	,043	-,029	-,131	,097	,168	,741**	,380**	,331**	,364**	,203*	,247*	,985**

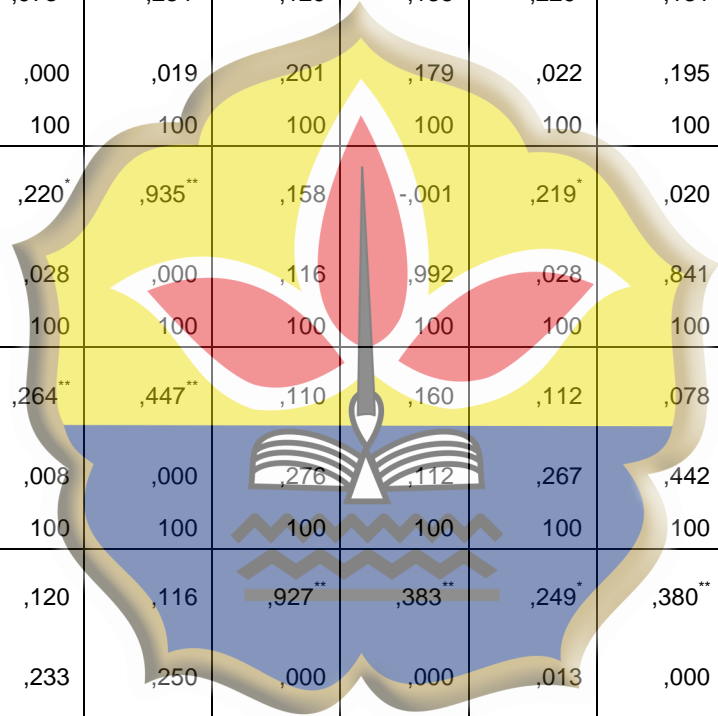
	Sig. (2-tailed)	,442	,747	,245	,672	,772	,195	,337	,095	,000	,000	,001	,000	,043	,013	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x21	Pearson Correlation	-,124	,006	,103	,122	-,055	,117	,016	,335**	,254*	,209*	,798**	,238*	,347**	,411**	,355**
	Sig. (2-tailed)	,218	,951	,310	,225	,589	,247	,871	,001	,011	,037	,000	,017	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x22	Pearson Correlation	-,115	-,178	,043	,131	-,172	,023	,068	,051	,330**	,904**	,211*	,964**	-,047	,115	,418**
	Sig. (2-tailed)	,253	,077	,671	,193	,087	,824	,503	,614	,001	,000	,035	,000	,645	,256	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x23	Pearson Correlation	-,125	-,070	-,053	-,094	-,153	,009	,188	,221*	,086	,076	,089	,072	,098	,246*	,135
	Sig. (2-tailed)	,215	,491	,604	,355	,129	,929	,061	,027	,394	,455	,378	,477	,330	,014	,180
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x24	Pearson Correlation	-,204*	-,051	-,216*	-,124	,026	-,054	-,168	,486**	,166	-,074	,083	-,001	,327**	,438**	,123
	Sig. (2-tailed)	,042	,613	,031	,219	,795	,595	,095	,000	,098	,466	,411	,995	,001	,000	,223
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x25	Pearson Correlation	-,082	-,131	,104	,061	-,180	,191	-,149	,361**	,146	,236*	,331**	,247*	,180	,259**	,101
	Sig. (2-tailed)	,415	,193	,303	,545	,073	,057	,139	,000	,147	,018	,001	,013	,073	,009	,317
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x26	Pearson Correlation	-,200*	-,113	-,190	-,205*	-,224*	,047	,018	,414**	,111	-,016	,080	,001	,277**	,331**	,096
	Sig. (2-tailed)	,046	,263	,058	,041	,025	,639	,856	,000	,270	,874	,426	,994	,005	,001	,341
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x27	Pearson Correlation	-,077	,032	,076	,044	-,030	-,172	,019	,200*	,808**	,378**	,350**	,391**	,185	,277**	,946**

	Sig. (2-tailed)	,449	,755	,452	,667	,764	,086	,851	,046	,000	,000	,000	,000	,066	,005	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x28	Pearson Correlation	-,124	,006	,065	,122	-,055	,077	-,044	,367**	,313**	,221*	,819**	,264**	,334**	,430**	,315**
	Sig. (2-tailed)	,218	,951	,524	,225	,589	,449	,661	,000	,002	,027	,000	,008	,001	,000	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
x29	Pearson Correlation	-,116	-,179	,042	,131	-,172	,044	,028	,072	,364**	,940**	,224*	,985**	-,028	,103	,388**
	Sig. (2-tailed)	,249	,075	,677	,194	,087	,660	,786	,474	,000	,000	,025	,000	,785	,308	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	-,015	,096	,166	,237*	-,019	,112	,108	,504**	,574**	,607**	,623**	,647**	,355**	,541**	,661**
	Sig. (2-tailed)	,885	,343	,098	,018	,852	,268	,284	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

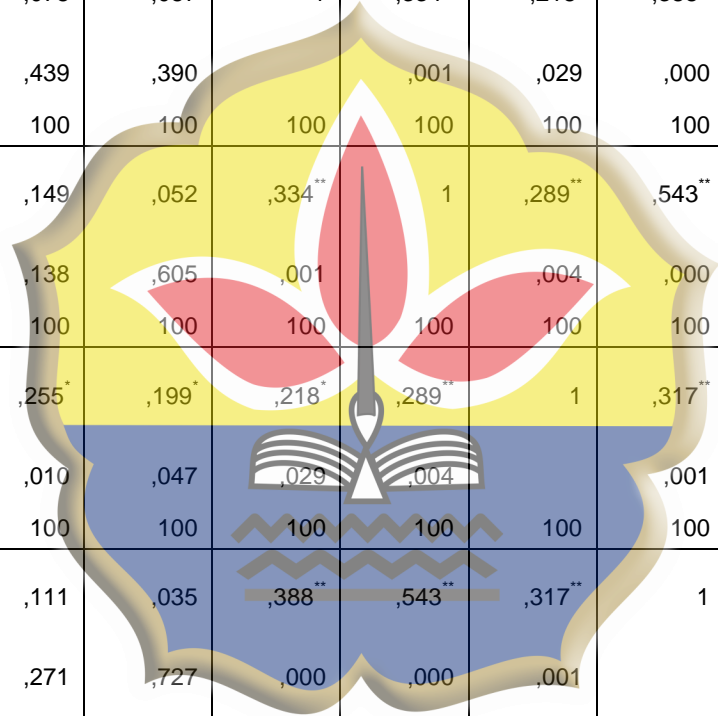


x16	x17	x18	x19	x20	x21	x22	x23	x24	x25	x26	x27	x28	x29	Total
-,124	-,110	-,175	-,130	-,078	-,124	-,115	-,125	-,204*	-,082	-,200*	-,077	-,124	-,116	-,015
,218	,276	,081	,196	,442	,218	,253	,215	,042	,415	,046	,449	,218	,249	,885
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,006	-,172	-,072	-,073	,033	,006	-,178	-,070	-,051	-,131	-,113	,032	,006	-,179	,096
,951	,087	,479	,471	,747	,951	,077	,491	,613	,193	,263	,755	,951	,075	,343
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,103	,043	,047	-,056	,117	,103	,043	-,053	-,216*	,104	-,190	,076	,065	,042	,166
,310	,673	,643	,579	,245	,310	,671	,604	,031	,303	,058	,452	,524	,677	,098
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,122	,131	,194	-,099	,043	,122	,131	-,094	-,124	,061	-,205*	,044	,122	,131	,237*
,225	,195	,053	,327	,672	,225	,193	,355	,219	,545	,041	,667	,225	,194	,018
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
-,055	-,170	-,202*	-,158	-,029	-,055	-,172	-,153	,026	-,180	-,224*	-,030	-,055	-,172	-,019
,589	,091	,044	,117	,772	,589	,087	,129	,795	,073	,025	,764	,589	,087	,852
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,094	,045	,178	,029	-,131	,117	,023	,009	-,054	,191	,047	-,172	,077	,044	,112
,351	,656	,076	,774	,195	,247	,824	,929	,595	,057	,639	,086	,449	,660	,268
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,081	,156	,048	,065	,097	,016	,068	,188	-,168	-,149	,018	,019	-,044	,028	,108

,425	,122	,638	,524	,337	,871	,503	,061	,095	,139	,856	,851	,661	,786	,284
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,316**	,072	,135	,245*	,168	,335**	,051	,221*	,486**	,361**	,414**	,200*	,367**	,072	,504**
,001	,474	,181	,014	,095	,001	,614	,027	,000	,000	,000	,046	,000	,474	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,202*	,296**	,119	,173	,741**	,254*	,330**	,086	,166	,146	,111	,808**	,313**	,364**	,574**
,044	,003	,238	,085	,000	,011	,001	,394	,098	,147	,270	,000	,002	,000	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,221*	,930**	,393**	,045	,380**	,209*	,904**	,076	-,074	,236*	-,016	,378**	,221*	,940**	,607**
,027	,000	,000	,658	,000	,037	,000	,455	,466	,018	,874	,000	,027	,000	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,787**	,219*	,270**	,102	,331**	,798**	,211*	,089	,083	,331**	,080	,350**	,819**	,224*	,623**
,000	,028	,007	,315	,001	,000	,035	,378	,411	,001	,426	,000	,000	,025	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,205*	,957**	,440**	,104	,364**	,238*	,964**	,072	-,001	,247*	,001	,391**	,264**	,985**	,647**
,040	,000	,000	,302	,000	,017	,000	,477	,995	,013	,994	,000	,008	,000	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,315**	-,073	,044	,154	,203*	,347**	-,047	,098	,327**	,180	,277**	,185	,334**	-,028	,355**
,001	,473	,666	,125	,043	,000	,645	,330	,001	,073	,005	,066	,001	,785	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,379**	,082	,142	,305**	,247*	,411**	,115	,246*	,438**	,259**	,331**	,277**	,430**	,103	,541**



,000	,419	,158	,002	,013	,000	,256	,014	,000	,009	,001	,005	,000	,308	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,345**	,366**	,144	,167	,985**	,355**	,418**	,135	,123	,101	,096	,946**	,315**	,388**	,661**
,000	,000	,154	,098	,000	,000	,000	,180	,223	,317	,341	,000	,001	,000	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
1	,237*	,235*	,092	,351**	,973**	,234*	,129	,135	,229*	,131	,303**	,930**	,206*	,647**
	,018	,019	,360	,000	,000	,019	,201	,179	,022	,195	,002	,000	,040	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,237*	1	,415**	,091	,368**	,220*	,935**	,158	,001	,219*	,020	,363**	,226*	,925**	,631**
,018		,000	,370	,000	,028	,000	,116	,992	,028	,841	,000	,024	,000	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,235*	,415**	1	,155	,115	,264**	,447**	,110	,160	,112	,078	,116	,253*	,437**	,443**
,019	,000		,124	,253	,008	,000	,276	,112	,267	,442	,249	,011	,000	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,092	,091	,155	1	,140	,120	,116	,927**	,383**	,249*	,380**	,166	,136	,106	,391**
,360	,370	,124		,164	,233	,250	,000	,000	,013	,000	,098	,178	,294	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,351**	,368**	,115	,140	1	,333**	,392**	,153	,089	,103	,099	,961**	,303**	,376**	,653**
,000	,000	,253	,164		,001	,000	,127	,379	,309	,325	,000	,002	,000	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,973**	,220*	,264**	,120	,333**	1	,245*	,078	,149	,255*	,111	,298**	,961**	,236*	,662**

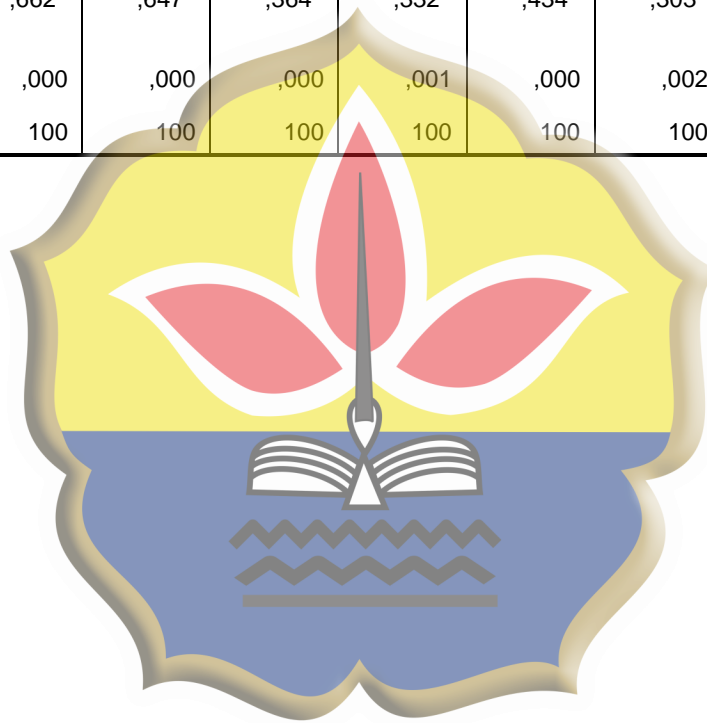


,000	,028	,008	,233	,001		,014	,439	,138	,010	,271	,003	,000	,018	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,234*	,935**	,447**	,116	,392**	,245*	1	,087	,052	,199*	,035	,418**	,261**	,977**	,647**
,019	,000	,000	,250	,000	,014		,390	,605	,047	,727	,000	,009	,000	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,129	,158	,110	,927**	,153	,078	,087	1	,334**	,218*	,388**	,148	,084	,057	,364**
,201	,116	,276	,000	,127	,439	,390		,001	,029	,000	,142	,406	,570	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,135	-,001	,160	,383**	,089	,149	,052	,334**	1	,289**	,543**	,124	,169	,017	,332**
,179	,992	,112	,000	,379	,138	,605	,001		,004	,000	,218	,093	,866	,001
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,229*	,219*	,112	,249*	,103	,255*	,199*	,218*	,289**	1	,317**	,124	,277**	,227*	,434**
,022	,028	,267	,013	,309	,010	,047	,029	,004		,001	,217	,005	,023	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,131	,020	,078	,380**	,099	,111	,035	,388**	,543**	,317**	1	,134	,144	,018	,303**
,195	,841	,442	,000	,325	,271	,727	,000	,000	,001		,185	,153	,860	,002
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,303**	,363**	,116	,166	,961**	,298**	,418**	,148	,124	,124	,134	1	,342**	,419**	,660**
,002	,000	,249	,098	,000	,003	,000	,142	,218	,217	,185		,001	,000	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,930**	,226*	,253*	,136	,303**	,961**	,261**	,084	,169	,277**	,144	,342**	1	,279**	,670**

,000	,024	,011	,178	,002	,000	,009	,406	,093	,005	,153	,001		,005	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,206*	,925**	,437**	,106	,376**	,236*	,977**	,057	,017	,227*	,018	,419**	,279**	1	,644**
,040	,000	,000	,294	,000	,018	,000	,570	,866	,023	,860	,000	,005		,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
,647**	,631**	,443**	,391**	,653**	,662**	,647**	,364**	,332**	,434**	,303**	,660**	,670**	,644**	1
,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,002	,000	,000	,000	,000
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	Total
y1	Pearson Correlation	1	,323**	,443**	,212*	,232*	,130	,132	,557**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,034	,020	,197	,190	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y2	Pearson Correlation	,323**	1	,467**	,096	,225*	,552**	,685**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,344	,025	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y3	Pearson Correlation	,443**	,467**	1	,423**	,306**	,405**	,403**	,775**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,002	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y4	Pearson Correlation	,212*	,096	,423**	1	,180	-,001	-,005	,432**
	Sig. (2-tailed)	,034	,344	,000		,073	,989	,963	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y5	Pearson Correlation	,232*	,225*	,306**	,180	1	,099	,224*	,514**
	Sig. (2-tailed)	,020	,025	,002	,073		,325	,025	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y6	Pearson Correlation	,130	,552**	,405**	-,001	,099	1	,841**	,679**
	Sig. (2-tailed)	,197	,000	,000	,989	,325		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y7	Pearson Correlation	,132	,685**	,403**	-,005	,224*	,841**	1	,736**

	Sig. (2-tailed)	,190	,000	,000	,963	,025	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,557**	,751**	,775**	,432**	,514**	,679**	,736**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,862	30

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,813	8



3. Regresi Linier sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,443	,426		3,383	,001
KualitasPelayanan	,459	,138	,318	3,321	,001

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah

4. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,443	,426		3,383	,001
KualitasPelayanan	,459	,138	,318	3,321	,001

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah

5. Koefisien Determinasi(R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,318 ^a	,101	,092	,55153

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan

b. Dependent Variable: KepuasanNasabah