PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARI'AH DI KECAMATAN SEBERANG ULU II PALEMBANG

SKRIPSI

Nama : Aulia Nurfajriana
Nim :212018169

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
TAHUN 2022

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARI'AH DI KECAMATAN SEBERANG ULU II

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Nama : Aulia Nurfajriana

Nim :212018169

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

TAHUN 2022

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Aulia Nurfajriana
NIM	: 212018169
Konsentrasi	: Pemasaran
Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syari'ah di Kecamatan Seberang Ulu II

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan di cantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Palembang, Februari 2022

METERAI TEMPEL
10000
396AJX444239273

Aulia Nurfajriana

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	:	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syari'ah di Kecamatan Seberang Ulu II
Nama	:	Aulia Nurfajriana
Nim	:	212018169
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	:	Manajemen
Konsentrasi	:	Pemasaran

Diterima dan disahkan
Pada tanggal, Februari 2022

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E.,M.M	**Gumar Herudiansyah, S.E.,M.M**
NIDN : 0207046301	**NIDN : 0202039203**

Mengetahui
Dekan
U.b Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Zulaiti Istiandayani, S.E.,M.Si
NIDN : 0229057501

Motto :

- Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran kelapangan bersama kesempitan dan kesulitan bersama kemudahan. (HR Tirmidzi)
- Dan kehidupan dunia ini tidak lain hanyalah kesenangan yang menipu. (Q.S Al-Hadid:20)

Terucap syukur pada MU ya Allah

Kupersembahkan Untuk :

- Ibuku tersayang yaitu Masujianti dan Ayah ku tersayang yaitu Ahma Umaidi.
- Kakak-kakak ku tercinta yaitu Ibnu Kurniadi dan Hadiah Esta Viani dan Dian Fahlevi
- Yang Selalu Memberikan Support dan Semangat M Akbar Satria
- Teman-temanku
- Almamater

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh

Alhamdulillahirabbil'aalamiin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah subhanahu wa ta'ala atas berkat Rahmat, Hidayah serta Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah di Kecamatan Seberang Ulu II .** Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis mohon maaf jika dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena proses penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan yang berat. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku Ayah ku tercinta Ahmad Umaidi dan Ibu ku tercinta Masujianti yang telah mendidik dengan penuh kasih sayang, mendoakan, memberi dorongan semangat dan motivasi bahkan membiayai sampai dengan peneliti menyelesaikan pendidikan ini.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr.Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candera, S.Pd. M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Zuhriah S.E. M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Hj. Kholilah S.E.M.Si dan Ibu Ervita Safitri S.E. M.Si selaku Penelaah 1 dan Penelaah 2 dalam seminar proposal
6. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E, M.M dan Bapak Gumar Herudiansyah S.E.M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
7. Responden yang ada di Kecamatan Seberang Ulu II yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh keluarga besarku yang tidak dapat disebutkan satu persatu, Sahaba-sahabat seperjuangan terbaikku, kito-kito bae Widi, Tiara, Anggik, Yaya, Yolanda. Dan juga sahabatku terbaik yaitu Lutfi Iqrimah dan Ria yunita.

Akhir kata penulis mengucapkan terimah kasih yang sebesar-besarnya semoga Allah Subahahu wa ta'ala membalas kebaikan selama penulisan skripsi ini. Semoga skripsi bermanfaat Aamiin ya abbal 'alamin

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakataatuh.

Palembang, Februari 2022
Penulis,

Aulia Nurfajriana
212018169

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN i

HALAMAN JUDUL ii

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT iii

HALAMAN PENGESAHAN iv

HALAMAN DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xi

DAFTAR LAMPIRAN xii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 2

B. Rumusan Masalah 8

C. Tujuan Penelitian 8

D. Manfaat Penelitian 9

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori 10

B. Penelitian Sebelumnya 19

C. Kerangka Pemikiran 22

D. Hipotesis 22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 23

B. Lokasi Penelitian 24

C. Operasionalisasi Variabel 24

D. Populasi dan Sampel 25

E. Data yang Diperlukan 26

F. Metode Pengumpulan Data 27

G. Analisis Data dan Teknik Analisis 28

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian 37

B. Pembahasan dan Hasil 56

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 69

B. Saran 70

DAFTAR PUSTAKA .....

LAMPIRAN .....

DAFTAR TABEL

Halaman

Table 1.1 Alasan Masyarakat..... 6

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel..... 24

Tabel 3.2 Kerangka Sampel..... 30

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 38

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 39

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 39

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 40

Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah 41

Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Tangible 43

Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Reliability 44

Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Responsiveness 46

Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Assurence 47

Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Emphaty..... 48

Tabel 4.11 Uji Validitas 50

Tabel 4.12 Uji Reliabilitas..... 51

Tabel 4.13 Regresi Linier Berganda 52

Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis (Simultan) F..... 54

Tabel 4.15 Hasil Uji t (parsial) 55

Tabel 4.16 Koefisien Determinasi 57

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran..... 22

Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden..... 44

Gambar 4.2 Usia Responden..... 44

Gambar 43 Divisi Responden..... 45

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1: Jadwal Penelitian .....

Lampiran 2: Kuesioener.....

Lampiran 3 : Tabulasi.....

Lampiran 4 : Uji validtas dan reliabilitas .....

Lampiran 5 : Frekuensi Jawaban Responden.....

Lampiran 6 : Hasil Uji F, Uji t, dan Uji R, Koefisien Determinasi.....

Lampiran 7 : Tabel R.....

Lampiran 8 : Tabel F .....

Lampiran 9 : Tabel t .....

Lampiran 10 : Surat keterangan telah melakukan riset.....

Lampiran 11 : Bukti pelunasan BPP .....

Lampiran 12 : Kartu Aktivitas Bimbingan.....

Lampiran 13 : Sertifikat Komputer.....

Lampiran 14 : Plagiat Cheker.....

Lampiran 15 : Sertifikat SPSS .....

Lampiran 16 : Biodata Penulis .....

ABSTRAK

Aulia Nurfajriana /212018169/2022/ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syari'ah di Kecamatan Seberang Ulu II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1). Adakah pengaruh dimensi *responsiveness, tangible , assurance, reliability, emphaty* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan seberang ulu II, 2). Adakah pengaruh *tangible* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan seberang ulu II, 3). Adakah pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan deberan ulu II, 4). Adakah pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan seberang ulu II, 5).Adakah pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan seberang ulu II, dan 6). Adakah pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan seberang ulu II. Jenis penelitian menggunakan jenis penelitian asosiatif Variabel yang digunakan adalah kepuasan nasabah, *tangible, reliability, responsiveness, assurance emphaty*. Sampel yang digunakan sebanyak 150 responden dari nasabah di kecamatan seberang ulu II yang diambil menggunakan teknik Purposive Sampling. data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian dari dari regresi linier berganda adalah 1). ada pengaruh signifikan *tangible, reliability, responsiveness, assurance emphaty* terhadap kepuasan nasabah 2).–Tidak ada pengaruh signifikan *tangible* terhadap kepuasan nasabah, 3).Ada pengaruh signifikan *reliability* terhadap kepuasan nasabah bank, 4). Ada pengaruh signifikan *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah, 5). Ada pengaruh signifikan *assurance* terhadap kepuasan nasabah, dan 6). Tidak ada pengaruh signifikan *emphaty* terhadap kepuasan nasabah. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance emphaty* mampu berkontribusi terhadap naik turunya kepuasan nasabah sebesar 93,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasbah.

ABSTRAK

This study aims to determine 1). Is there any influence of dimensions of responsiveness, tangible, assurance, reliability, empathy on customer satisfaction of Islamic banks in the sub-district across Ulu II, 2). Is there a tangible effect on customer satisfaction of Islamic banks in the sub-district across Ulu II, 3). Is there any influence of reliability on customer satisfaction of Islamic banks in the sub-district of Deberan Ulu II, 4). Is there an effect of responsiveness on customer satisfaction of Islamic banks in the sub-district across Ulu II, 5). Is there any influence of empathy on customer satisfaction of Islamic banks in the sub-district across Ulu II. This type of research uses associative research. The variables used are customer satisfaction, tangible, reliability, responsiveness, assurance empathy. The sample used was 150 respondents from customers in the sub-district across Ulu II who were taken using the Purposive Sampling technique. The data used are primary and secondary data. The analysis technique uses multiple linear regression. The results of the study from multiple linear regression are 1). there is a significant effect of tangible, reliability, responsiveness, assurance empathy on customer satisfaction 2). There is no significant tangible effect on customer satisfaction, 3). There is a significant effect of reliability on bank customer satisfaction, 4). There is a significant effect of responsiveness on customer satisfaction, 5). There is a significant influence of assurance on customer satisfaction, and 6). There is no significant effect of empathy on customer satisfaction. The results of the coefficient of determination show that the variables tangible, reliability, responsiveness, assurance empathy are able to contribute to the ups and downs of customer satisfaction by 93.7% while the rest is influenced by other factors outside the study.

Keywords: Service Quality and Customer Satisfaction

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran sangat penting bagi semua bisnis, baik bisnis kecil ataupun bisnis yang tergolong besar. Apabila dalam suatu bisnis tidak adanya pemasaran, konsumen tidak akan mengetahui tentang sebuah produk atau jasa yang dihasilkan dari bisnis tersebut sehingga membuat penjualannya menjadi rendah. Tapi dengan melakukan suatu pemasaran yang baik maka akan membuat banyak orang mengetahui tentang produk atau jasa tersebut, dan memungkinkan banyak konsumen yang tertarik, terlebih lagi produk atau jasa bisnis anda memiliki kualitas dan nilai inovatif, dan keunikan serta memberikan banyak kentungan.

Tujuan utama dari sebuah bisnis adalah untuk mendapatkan laba dengan memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat sebagai target pasar, oleh karena itu fungsi marketing tidak dapat dipisahkan dari bisnis itu sendiri karena sangat berkaitan dengan strategi-strategi yang dapat menarik customer atau nasabah sehingga terdapat peningkatan penjualan yang berdampak pada meningkatnya laba perusahaan sehingga tujuan utama dari bisnis dapat tercapai.

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan kajian studi tentang individu atau organisasi dan bagaimana mereka memilih serta menggunakan produk atau jasa. Namun ada pula yang mengartikan, menurut Kotler dan Keller

(2009,:166) Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang dan jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Tujuan kegiatan pemasaran yaitu mempengaruhi konsumen agar bersedia membeli barang dan jasa perusahaan. Kajian perilaku konsumen juga bisa digunakan untuk mengamati kepuasaan pada kepuasan konsumen. Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Faktor-faktor tersebut sebagian besar tidak dapat dikendalikan oleh pemasaran, tetapi harus diperhatikan, namun secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dibagi menjadi dua bagian yaitu eksternal dan faktor internal. Menurut Setiadi (2013) faktor-faktor internal individual yang mempengaruhi perilaku konsumen seperti: motivasi, kepribadian, pembelanjaan, sikap, persepsi konsumen. Selain faktor-faktor lingkungan internal, faktor-faktor eksternal individu juga sangat berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen. Menurut Setiadi (2013) faktor-faktor lingkungan ekstern yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi: kelompok rujukan, kelas sosial, budaya, komunikasi.

Menurut Kotler (dalam Tjiptono 2015) kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kierja suatu perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Pelanggan puas bila harapan mereka dipenuhi dan senang/bahagia bila harapan mereka dilebihi. Sehingga tingkat

kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectation*). Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan akan tidak puas, karena memberikan kepuasan kepada konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Memenuhi kepuasan konsumen menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, yang mana dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan akan tidak puas, karena memberikan kepuasan kepada konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Memenuhi kepuasan konsumen menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, yang mana dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.

Menurut Fandy Tjiptono (2015) Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia. Serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. sedangkan menurut Philip Kotler Menurut sang ahli ekonomi, kualitas pelayanan adalah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja tersebut dapat berupa suatu tindakan yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan kepada siapapun. Pelayanan adalah kunci utama untuk mencapai keberhasilan dalam berbagai aspek usaha atau aktivitas bisnis yang bergerak di bidang jasa, kualitas pelayanan yang baik menjadi sebuah prioritas bagi setiap perusahaan.

Menurut Fandy Tjiptono (2014:282), terdapat lima dimensi kualitas pelayanan/jasa inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap (*responsiveness*), menumbuhkan adanya jaminan (assurance), menunjukkan bukti fisik (*tangible*) yang dapat dilihatnya, menurut empati (*empathy*) dari orang-orang yang memberikan pelayanan sesuai dengan kehandalannya (*reliability*) menjalankan tugas pelayanan yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Lembaga perusahaan banyak m menggunakan konsep bauran pemasaran sebagai strategi untuk menarik minat para calon nasabah atau konsumennya. Tidak terkecuali dengan lembaga kauangan seperti bank seperti bank Syariah. Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan, kemaslahatan , universalisme , serta tidak mengandung maysir, riba, gharar zalim dan obyek yang haram hukum nya. Selain itu, Undang-Undang Perbankan Syariah juga mengamanahkan bank syariah untuk menjalankan fungsi sosial dengan menjalankan fungsi seperti lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial dan lain-lain kemudian menyalurkannya kepada pengelola wakaf sesuai kehendak pemberi wakaf .

Perbankan memiliki peranan yang cukup penting bagi perekonomian negara oleh karena itu lemabaga ini terus berekembang dari tahun ke tahun. Akan tetapi di Indonesia masyarakat nya masih kurang berminat untuk bergabung menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini dikarenakan sejak dulu di Indonesia menggunakan sistem konvensional sehingga bank syariah kurang diminati. Jika menabung di bank konvensional biasanya para nasabah akan ditawarkan berbagai keuntungan yang bisa didapat sedangkan di bank syariah menggunakan sistem bagi hasil yang sebenarnya masih bisa mendapat keuntungan tapi dengan cara yang berbeda hal ini yang menyebabkan nasabah kurang berminat untuk menjadi nasabah di bank tersebut.

Persepsi dan sikap masyarakat terhadap bunga bank dan sistem bagi hasil sangat beragam. Sebagian masyarakat tetap menerima bunga, sebagian menerima sistem bagi hasil dengan tetap menerima bunga dan sebagian lagi menolak bunga. Sikap yang mencampuradukkan berbagai paradigma ini, memberi nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang pengetahuan, sikap, persepsi serta perilaku masyarakat dalam menyikapi kebijakan *dual banking system* tersebut.

Menurut siaran OJK dan Perbankan Syariah jumlah nasabah bank syariah dibawah 10 juta orang, dengan 80% jumlah penduduk beragama islam, ternyata bank syariah tidak mampu menjadi market leader di Indonesia. Maka dari itu penulis bertanya lebih lanjut kepada 30 masyarakat atau responden secara acak untuk mengetahui alasan tidak tertarik untuk

menjadi nasabah di bank syariah. Alasan tersebut dapat ditabelkan sebagai berikut:

Table I.1
Alasan Masyarakat Tidak Tertarik Menjadi Nasabah di Bank Syariah

NO	Alasan	Jumlah Responden
1.	Pelayanan atau servis yang diberikan kurang baik	9
2.	Vasilitas seperti ATM masih sulit untuk ditemukan	5
3.	Kantor cabang sulit ditemukan	4
4.	Buka rekening pada masa pandemic tidak bisa dilakukan secara online	4
5.	Menggunakan sistem bagi hasil yang membuat keuntungan tiap bulan tidak menentu.	8
	Jumlah	30

Sumber: Pra Riset Tahun 2021

Hasil wawancara pra riset tersebut dapat dideskripsikan sebagai berikut: ada 9 responden setuju mengenai palayanan atau servisyang diberikan bank syariah kurang baik, ada 5 responden menjawab setuju mengenai vasilitas seperti ATM masih sulit untuk ditemukan, ada 4 responden setuju mengenai membuka rekening pada masa pandemi tidak bisa dilakukan secara online sehingga menhyulitkan para calon nasabah untuk membuat tabungan di bank syariah, ada 4 responden setuju mengenai kantor cabang bank syariah masih sulit untuk ditemukan, dan ada 8 responden setuju mengenai menggunakan sistem bagi hasil yang membuat keuntungan tiap bulan tidak menjadi nasabah di bank syariah

Berdasarkan pada tabel di atas tampak bahwa banyak masyarakat yang memilih untuk tidak menjadi nasabah di bank Syariah. Berdasarkan alasan tersebut dapat didapatkan sebagai berikut:

Daya Tanggap (*Responsiveness*) Variabel *responsiveness* terbentuk pada indikator pertama yaitu Pelayanan atau servisyang diberikan kurang baik. Hal ini menandakan adanya pelayanan dari pihak bank yang kurang baik kepada nasabah sehingga membuat penilaian bank syariah kurang baik.

Berwujud (*Tangibles*) Variabel bukti fisik atau *Tangibles* terbentuk pada indikator kedua dan ketiga yaitu vasilitas ATM masih sulit untuk ditemukan dan kantor cabang juga masih sulit ditemukan karena bukti fisik sangat berpengaruh terhadap konsumen atau nasabah yang akan menggunakan jasa kita. Jika ATM ataupun kantor cabang masih sulit ditemukan nasabah menjadi tidak tertarik untuk membuka rekening di bank syariah.

Jaminan dan Kepastian (*Assurance*) Variabel jaminan atau *assurance* terbentuk pada indikatoe keempat dan kelima yaitu buka rekening pada masa pandemi covid seperti saat ini tidak bisa dilakukan secara online dan menggunakan sistem bagi hasil yang membuat keuntungan tiap bulan tidak menentu. Proses yang mapu dipahami nasabah atau konsumen dengan mudah akan membuat serta sesuai dengan yang diinginkan maka dapat menentukan tingkat kepuasan nasabah atau konsumen.

Selain itu dalam wawancara lebih lanjut peneliti juga memperoleh informasi bahwa dalam hubungannya dengan dimensi kahandalan (*reliability)* yaitu standar pelayanan petugas dinilai cukup kurang. Sedangkan dala hubungannya dengan dimensi empati (*empathy)* yaitu petugas tidak cukup ramah dalam melayani nasabah.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulismencoba melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syari'ah Di Kecamatan Seberang Ulu II.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh dimensi *responsiveness, tangible , assurance, reliability, emphaty* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan seberang ulu II?
2. Adakah pengaruh *tangible* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan seberang ulu II?
3. Adakah pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan deberan ulu II?
4. Adakah pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan seberang ulu II?
5. Adakah pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan seberang ulu II?
6. Adakah pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan seberang ulu II?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *tangible, reliability, responsiveness, assurance emphaty* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan seberang ulu II

2. Untuk mengetahui pengaruh *tangible* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan seberang ulu II
3. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan deberan ulu II
4. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan seberang ulu II
5. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan seberang ulu II
6. Untuk mengetahui pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan nasabah bank syariah di kecamatan seberang ulu II

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

   Melalui penelitian ini diharapkan agar bisa memahami dan dapat mengaplikasikan teori dan praktik yang di peroleh di Fakultas Ekonomi dan Bisnis khususnya konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Almamater

   Hasil penelitian ini bisa dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya sebagai bahan acuan dalam menyelesaikan kasus yang sama.

3. Bagi Masyarakat

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian informatif dalam membantu masyarakat mengetahui kualitas pelayanan yang terdapat di BankSyariah

DAFTAR PUSTAKA

Donni Junni Priansa. (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.

Engkur, E. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, *15*(01), 23-35.

Hardiyansyah. (2013). Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator, dan Implementasinya. Yogyakarta: Gava Media.

Harun, H. I. 2013. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pengguna Game Pointblank. Jurnal Online Fakultas Psikologi/02/09/2014.

Khaliq, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan. *Relevance: Journal of Management and Business*, *2*(1).

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2008), Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12, PT.

Lupiyoadi , Rambat. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : PT. Salemba Empat.

Lupiyoadi, Rambat. 2014. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Jakarta:Salemba Empat.

M. Iqbal Hassan. 2015. Pokok-pokok Materi Statistik 2. Cetakan kesembilan, PT. Bumi Aksara. Jakarta.

Peter dan Olson. (2013). Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta

Rambat,Lupiyoadi.2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta : PT. Salemba Empat.

Siregar, Syofian. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, Edisi Pertama, Jakarta: Kencana.

Stanton, William J, 2000, Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.

Sugiyono (2017) *Metedologi Penelitian*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.

Susanti, N., & Syahrian, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang). *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, *1*(1), 46-53.

Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra, 2012, Pemasaran Strategi. Yogyakarta, ANDI.

Tjiptono.Fandy. 2012.*Service Management*. Yogyakarta: Andi Offset.