PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BMT (BAITUL MAAL WAT-TAMWIL) SURYA BAROKAH PALEMBANG

Oleh :

Hendriansa

NIM : 13190113

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UIN RADEN FATAH

PALEMBANG

2017

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BMT (BAITUL MAL WAT-TAMWIL) SURYA BAROKAH PALEMBANG

Oleh :

Hendriansa

NIM : 13190113

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN

Raden Fatah untuk memenuhi Salah Satu Syarat guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah

PALEMBANG

2017

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
ALAMAT: JL. PROF. K. H. ZAINAL ABIDIN FIKRI, TELEPON. : (0711) 354668, PALEMBANG 30126

Formulir E.4

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

Nama : **Hendriansa**

NIM/Jurusan : 13190113/Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan **Nasabah** pada BMT (Baitul Mal Wat-Tamwil) Surya **Barokah** Palembang.

Telah diterima dalam ujian munaqosyah pada tanggal 05 September 2017

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Tanggal Pembimbing Utama : Rudi Aryanto, S.Si, M.Si

t.t

Tanggal Pembimbing Kedua : Erdah Litriani, SE., M.Ec., **Dev**

t.t

Tanggal **Penguji Utama** : Maya Panorama, M.Si, Ph.D

t.t

Tanggal **Penguji Kedua** : **Aziz Septiadi, SE., M.Si.**

t.t

Tanggal **Ketua** : **Titin Hartini, S.E, M.Si**

t.t

Tanggal **Sekretaris** : **Mila Gustahartati, S.Ag., M.Hum**

t.t

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

nama	: Hendriansa
NIM	: 13190113
jenjang	: S1 Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang, 21 Agustus 2017

Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL 6000

Hendriansa
NIM. 13190113

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
Jl. Prof. KH. Zainal Abidin Fikri, Kode Pos 30126 Kotak Pos : 54 Telp. (0711) 354668
KM. 3.5 Palembang

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BMT (BAITUL MAL WAT-TAMWIL) SURYA BAROKAH PALEMBANG.

Ditulis Oleh : Hendrianga

NIM : 13190113

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Palembang, September 2017

Dekan,

Dr. Qodariah Barkah, M.H.I
NIP. 19701126199703200 2

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

iv

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Formulir C

Hal : ***Persetujuan Skripsi Untuk Diuji***

Kepada Yth.
Ketua Program Studi
Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamualaikum Wr. Wb.

Kami menyampaikan bahwa skripsi mahasiswa:

Nama : **Hendrianya**
NIM/Program Studi : **13190113/Ekonomi Islam**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT (Baitul Maal Wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang.**

Telah selesai dibimbing seluruhnya dan dapat diajukan untuk mengikuti ujian komprehensif dan munaqosyah skripsi.

Demikianlah pemberitahuan dari kami, bersama ini kami lampirkan skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Palembang, 7 Agustus 2017

Pembimbing Utama

Rudi Aryanto, S.Si, M.Si
NIP.197501012006041001

Pembimbing Kedua

ErdahLitriani, SE.,M.Ec., Dev
NIK. 150620121482

RADEN FATAH PALEMBANG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BMT (Baitul Maal Wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang. Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 nasabah yang mendapatkan pelayanan di BMT (Baitul Maal Wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang pada bulan mei 2017. Alat analisa yang digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah analisa regresi sederhana.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa indikator bukti fisik *(tangibles)*, kehandalan *(reliability*), daya tanggap *(responsiveness)*, jaminan *(assurance)*, dan kepedulian *(empathy)*, berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pengguna layanan BMT (Baitul Maal Wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat pada perhitungan koefisien determinasi, diketahui bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y) yang ditunjukkan oleh R Square sebesar 0,712 atau 71,2% maka angka ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan memberikan pengaruh yang positif sebesar 71,2% terhadap kepuasan nasabah, sedangkan sisanya 28,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel bebas yang tidak diteliti. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa kualitas pelayanan (variabel bebas) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah (variabel terikat).

Kata kunci : kualitas pelayanan, *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy,* kepuasan nasabah.

RADEN FATAH
PALEMBANG

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Huruf Konsonan

ا	=	.	ز	=	z	ق	=	q
ب	=	b	س	=	s	ك	=	k
ت	=	t	ش	=	sy	ل	=	l
ث	=	ts	ص	=	$	م	=	m
ج	=	j	ض	=	dh	ن	=	n
ح	=	h	ط	=	th	و	=	w
خ	=	kh	ظ	=	zh	ه	=	H
د	=	d	ع	=	‘	ء	=	.
ذ	=	dz	غ	=	gh	ي	=	y
ر	=	r	ف	=	f			

B. Ta’ Marbuthah

1. Ta’ marbuthah sukun ditulis b contoh بعبادة ditulis bi’idabah.

2. Ta’ marbuthah sambung ditulis بعبلدة ر ب ditulis bil’ibadati rabbih.

C. Huruf Vokal

1. Vokal Tunggal

a. Fathah (----) = a

b. Kasrah (----) = i

c. Dhammah (----) = u

2. Vokal Rangka

a. (ا ي) = ay

RADEN FATAH PALEMBANG

b. (ي --) = iy

c. (و ا) = aw

d. (و ---) = uw

3. Vokal Panjang

a. (ا ----) = a

b. (ي ---) = i

c. (و ----) = u

D. Kata Sandang

Penulis al qamariyyah dan al syamsiyyah menggunakan al-:

1. Al qamariyah contohnya : " الحمد " ditulis al-hamd.

2. Al syamsiyah contohnya : " النمل " ditulis al-naml.

E. Daftar Singkatan

H = Hijriyah

M = Masehi

h. = halaman

swt. = subhanahu wa ta`ala

saw. = sall Allah `alaih wa sallam

QS. = al-Qur`an Surat

HR = Hadis Riwayat

Terj. = terjemahan.

F. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (seperti kata ijmak, nas, dll), tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

KATA PENGANTAR

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt. karena dengan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat memenuhi syarat kelulusan alih program studi S1 Ekonomi Islam UIN Raden Fatah Palembang dengan menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT (Baitul Mal Wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang".** *Sholawat ma'a salam* semoga tetap tercurahkan pada junjungan umat, Rasulullah saw. beserta keluarga, sahabat, dan orang-orang yang mengikuti jejaknya yang selalu istiqamah di jalan-Nya hingga akhir zaman.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku tercinta dan murobbiahku yang merupakan sumber inspirasi yang senantiasa memberikan cinta, kasih sayang, dukungan, bimbingan, nasehat, serta doa yang tiada hentinya kepada penulis.

Penulis menyadari keterbatasan kemampuan sebagai seorang peneliti yang masih pemula, yang tidak akan berhasil menyelesaikan skripsi ini tanpa bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak yang membantu. Karena itu, pada kesempatan ini perkenankan penulis menghaturkan segenap ucapan terima kasih yang tiada batas kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sirozi MA., Ph.d selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang, Wakil Raktor I, Wakil Rektor II, dan Wakil Rektor III, serta jajaran rektorak UIN Raden Fatah Palembang.

2. Ibu Dr. Qodariah Barkah, M.H.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
3. Ibu Titin Hartini, S.E, M.Si selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
4. Ibu Mismiwati, S.E, M.Si selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
5. Ibu Amalia Hasanah S.S, M.Pd selaku Penasehat Akademik.
6. Bapak Rudi Aryanto, S.Si, M.Si selaku pembimbing I penulis yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing serta memberi arahan, semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Erdah Litriani, SE.,M.Ec., Dev selaku pembimbing II penulis yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing serta memberi arahan, semangat dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
8. Segenap dosen Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang yang telah banyak berperan aktif dalam menyumbangkan ilmu, wawasan, dan pengetahuan kepada penulis;
9. Bapak H. Salman Alfarisi, SE., M.M selaku Manager BMT (Baitul Mal Wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang, Mbak Eva, mbak Anna beserta karyawan lainnnya yang telah memberikan waktu dan kemudahan bagi penulis untuk mengadakan penelitian.

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

10. Semua saudara-saudaraku, keluarga besarku, terima kasih atas bantuan moril dan semangatnya;
11. Sahabat-sahabat seperjuanganku: Fadli Maulana Taufik, Fajar Holis, Faradillah Lubis, Excy Firnado, Habil Zuhebri, Flandi Preditia dan teman-teman Ekonomi Islam 3 lainnya terima kasih atas semangat dan kerja samanya.
12. Teman sekelasku Helisia Krisdayanti, Heni Purnama Sari dan Febriani terimakasih telah memberikan arahan, ilmunya serta motivasinya dalam penyusunan skripsi ini.
13. Segenap team futsal Melati.Fc yang telah memberikan doa dan dorongan motivasi yang tiada henti.

Semoga Allah Swt. membalas budi baik semua dengan pahala dan berkah tiada tara. Dalam penulisan ini tentu masih banyak kekurangan di sana sini. Kritik dan saran yang membangun dari rekan-rekan pembaca sekalian sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tulisan selanjutnya.

Akhirnya penulis berharap, semoga serpihan kecil ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan bernilai ibadah di sisi Allah Swt., aamiin.

Wassalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh

Palembang, 21 Agustus 2017
Penulis

Hendriansa
NIM. 13190113

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

"Dan sungguh akan kami berikan cobaan kepada kalian, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buaha. Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar. (Al-Baqarah: 155)".

"Mungkin hari ini kamu berada dibawah, tapi ingatlah roda kehidupan selalu berputar. Jika dikemudian hari, kamu berada diatas jangan sungkan menolong orang yang berada dibawah".

Kupersembahkan kepada:

1. ***Bapakku Zainul Amri dan Ibuku Holini, yang senantiasa memberikan do'a yang tiada henti, motivasi, nasihat, serta memberi dana untuk kuliah.***
2. ***Seluruh pahlawan pendidikanku, guru dan dosen-dosenku yang telah mendidik dan memberikan ilmu dengan penuh ketulusan.***
3. ***Saudara-saudaraku tercinta, Herliansya, Hendra Deka Saputra, Herdi Alfiansyah serta seluruh keluarga besarku yang selalu memotivasiku.***
4. ***Teman Squad Skripsi Vicha Dwi Mayang Sari yang tiada henti memberikan semangat dan motivasinya.***
5. ***Untuk sahabat Eki 3 angkatan 2013 yang memberikan banyak kisah cerita dalam perkuliahan.***
6. ***Untuk Almamater Kebanggaanku.***

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **ii**
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ..... **iii**
PENGESAHAN DEKAN ..... **iv**
NOTA DINAS ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
PEDOMAN TRANSLITERASI ..... **vii**
KATA PENGANTAR ..... **ix**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **xii**
DAFTAR ISI ..... **xiii**
DAFTAR TABEL ..... **xvi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**
BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Batasan Masalah 6
D. Tujuan Penelitian 6
E. Manfaat Penelitian 7
F. Sistematika Penulisan 8
BAB II LANDASAN TEORI
A. Kualitas Peayanan 11
1. Pengertian Kualitas Pelayanan 11
2. Indikator Kualitas Pelayanan 14
3. Dasar-Dasar Pelayanan 15
4. Sifat-Sifat Nasabah 18
5. Sikap Melayani Nasabah 20
6. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik 22
7. Sebab-Sebab Nasabah Kabur 25
B. Kepuasan Nasabah 27

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

1. Pengertian Kepuasan Nasabah 27
2. Indikator Kepuasan Nasabah 28
3. Hubungan antara Pelayanan dan Kepuasan Nasabah 32
C. Baitul Maal Wat-Tamwil (BMT) 33
1. Pengertian Baitul Maal Wat-Tamwil (BMT) secara umum 33
2. Sejarah Singkat dan Perkembangan BMT di Indonesia 35
D. Penelitian Terdahulu 36
E. Kerangka Pemikiran Teoritis 45
F. Hipotesis Penelitian 46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN
A. *Setting* Penelitian dan *Desain* Penelitian 47
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional 47
C. Populasi dan Sampel 51
1. Populasi 51
2. Sampel 51
D. Sumber dan Jenis Data 54
1. Jenis Data 53
2. Sumber Data 54
E. Teknik Pengumpulan Data 54
F. Instrumen Penelitian 55
1. Uji Validitas 55
2. Uji Reliabilitas 55
G. Teknik Analisis Data 56
1. Uji Asumsi Klasik 56
a. Uji Normalitas 56
b. Uji Linieritas 57
2. Analisis Regresi 57
a. Pengertian Analisis Regresi 57
b. Analisis Regresi Sederhana 58
3. Uji Hipotesis 59
a. Koefisien Determinasi 59

b. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)..... 60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Responden 61
B. Karakteristik Responden 62
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin 63
2. Karakteristik Berdasarkan Umur 63
3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir 64
4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan 65
5. Karakteristik Berdasarkan Pendapatan..... 66
6. Karakteristik Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah..... 66
C. Hasil Analisis Data Penelitian 67
1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen 67
a. Hasil Uji Validitas 67
b. Hasil Uji Reliabilitas 69
2. Hasil Uji Asumsi Klasik 71
a. Hasil Uji Normalitas..... 71
b. Hasil Uji Linieritas 72
3. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana 73
4. Hasil Uji Hipotesis..... 74
a. Hasil Koefisien Determinasi..... 74
b. Hasil Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)..... 75
D. Pembahasan..... 76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN
A. Simpulan 78
B. Saran 78
1. Saran untuk BMT Surya Barokah Palembang..... 78
2. Saran untuk Penelitian Mendatang..... 79

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : *Research* Gap Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah... 5
Tabel 2.1 : Ringkasan Penelitian Terdahulu 39
Tabel 3.1 : Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah..... 48
Tabel 4.1 : Jenis Kelamin Responden BMT Surya Barokah Palembang..... 63
Tabel 4.2 : Umur Responden BMT Surya Barokah Palembang 64
Tabel 4.3 : Pendidikan Terakhir Responden BMT Surya Barokah Palembang. 64
Tabel 4.4 : Pekerjaan Responden BMT Surya Barokah Palembang..... 65
Tabel 4.5 : Pendapatan Responden BMT Surya Barokah Palembang 66
Tabel 4.6 : Lamanya Menjadi Nasabah Responden BMT Surya Barokah Palembang 66
Tabel 4.7 : Hasil Uji Validitas Instrument Variabel Kualitas Pelayanan..... 68
Tabel 4.8 : Hasil Uji Validitas Instrument Variabel Kepuasan Nasabah..... 69
Tabel 4.9 : Hasil Uji Reliabilitas Instrument Kualitas Pelayanan..... 70
Tabel 4.10 : Hasil Uji Reliabilitas Instrument Kepuasan Nasabah..... 70
Tabel 4.11 : Nilai Uji Normalitas Kolmogorov- Smirnov Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah 71
Tabel 4.12 : Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah 72
Tabel 4.13 : Cofficients (Analisis Regresi Sederhana) 73
Tabel 4.14 : Hasil Koefisien Determinasi 74
Tabel 4.15 : Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t) 75

RADEN FATAH
PALEMBANG

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Konsep Kepuasan Nasabah 28
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Teoritis 45
Gambar 4.1 : Grafik Perkembangan Jumlah Nasabah BMT Surya Barokah .. 62

UIN
RADEN FATAH
PALEMBANG

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut Zeithaml dan Bitner kepuasan nasabah adalah sejauh mana tanggapan nasabah mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilai an mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa yang dirasakan sendiri oleh nasabah.[1] Sedangkan kepuasan nasabah itu sendiri menurut Kotler dan Keller adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka.[2]

Menurut Ali Hassan kepuasan atau ketidakpuasan merupakan suatu perasaan nasabah sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuain yang dipersepsikan antara harapan sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Nasabah yang puas ketika kualitas layanan yang dirasa sesuai atau bahkan melebihi harapan.[3]

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan

---

[1] Adityo Laksono, *Pengertian Kepuasan Nasabah*, 2015 (Diakses Tanggal 27 Januari 2017).

[2] Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (jakarta: Indeks Edisi Kedua belas, 2007), hlm 177

[3] Ali Hasan, *Kepuasan atau Ketidakpuasan merupakan suatu perasaan nasabah*, (jakarta; 2013), hlm 90

kepemilikan apapun.[4] Pelayanan adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka.[5]

Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada memiliki atas jasa yang ditawarkan tersebut.[6] Dalam strategi pemasaran, definisi jasa diminati dengan baik pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Jasa merupakan aktivitas-aktivitas yang tidak berwujud. Didalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak nasabah dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari.[7]

Kepuasan nasabah itu sendiri menurut Kotler dan Keller adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka.[8] Menurut zeithaml dan Bitner kepuasan nasabah adalah sejauh mana tanggapan nasabah mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa yang dirasakan sendiri oleh konsumen.[9]

Perkembangan lembaga keuangan mikro (LKM) di Indonesia maupun di luar negeri tampak pesat belakangan ini. Salah satu lembaga keuangan mikro (LKM) yang pesat berkembang di Indonesia adalah Baitul Maal wat-Tamwil (BMT) yang

---

[4] Kotler, Philip dan Armstrong, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Pranada Media, 2001), hlm. 34
[5] Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 17
[6] Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm 25
[7] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Edisi ketiga, Andi, 2008), hlm.28
[8] Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (jakarta: Indeks Edisi Kedua belas, 2007), hlm 177
[9] Adityo Laksono, *Pengertian Kepuasan Nasabah*, 2015 (Diakses Tanggal 27 Januari 2017).

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

menjalankan prinsip syariah Islam.[10] Dengan adanya Baitul Maal wat-Tamwil (BMT) yang berpihak kepada pengusaha kecil dan menengah termasuk juga sektor pertanian, tentu memberikan dampak positif bagi para pengusaha kecil tersebut. Sistem bagi hasil yang ditawarkannya mengakibatkan para pengusaha kecil menjadi leluasa bergerak karena tidak terbebani akan adanya bunga yang terus bertambah.[11]

Baitul Maal wat-Tamwil pada awal pendiriannya tidak memiliki badan hukum resmi. BMT berkembang sebagai Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) atau kelompok simpan pinjam. Namun dalam perkembangan selanjutnya, BMT memperoleh legalitas dengan badan hukum berbentuk Koperasi Serba Usaha (KSU) atau Koperasi Simpan Pinjam (KSP) mengingat BMT berkembang dari kelompok swadaya masyarakat. Selain itu, dengan berbentuk koperasi, BMT dapat berkembang ke sektor usaha seperti keuangan atau sektor riil. Bentuk ini juga diharapkan dapat memenuhi tujuan memberdayakan masyarakat luas, sehingga kepemilikan kolektif BMT seperti halnya konsep koperasi akan lebih mengenai sasaran.[12]

Baitul Maal wat-Tamwil Surya Barokah merupakan lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuh kembangkan bisnis usaha mikro dan kecil, dalam rangka mengangkat derajat dan martabat serta membela kepentingan kaum fakir miskin. Baitul Maal wat-Tamwil Surya Barokah yang

---

[10] Muhammad Ridwan, *Sistim dan Prosedur Pendirian* BMT (Baitul Maal Wat Tamwil). Yogyakarta: Citra Media, 2006

[11] Ibid

[12] Widodo, Hertanto dkk, *PAS (Pedoman Akuntansi Syariat): Panduan Praktis Operasional Baitul Mal Wat Tamwil (BMT).* Bandung: 2000

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

berlokasi di Jl. Ki. Merogan No. 511 Kertapati Palembang ini tentunya berharap dapat memberikan kemaslahatan bersama dan membantu menaikkan derajat serta mensejahterkan masyarakat banyak dengan memelihara amanah serta menuai barokah.

Sebagai lembaga keuangan mikro tentunya BMT Surya Barokah berharap dapat ikut bersaing dengan memberikan layanan terbaik bagi nasabah sehingga terciptanya kepuasan nasabah yang dapat menarik nasabah sebanyak-banyaknya dan mendapatkan laba maksimal. Ada lima standar pokok menyangkut masalah kualitas pelayanan yaitu bukti fisik *(tangibles)*, kehandalan *(reliability)*, daya tanggap (*responsiveness*), jaminan *(assurance)* dan empati *(empathy)*.[13] Penerapan kualitas pelayanan yang prima diharapkan dapat meningkatkan performa perusahaan. Pemeliharaan nasabah dan penanaman cinta nasabah kepada seluruh karyawan juga sebagai faktor pendukung dalam upaya meningkatkan performa perusahaan.

Dari fenomena ini dapat kita simpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, namun tidak semua kejadian empiris sesuai dengan teori yang ada. Dan hal ini diperkuat dengan adanya *Research* Gap dalam penelitian-penelitian terdahulu. Beberapa penelitian yang berkaitan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah memberikan hasil yang berbeda-beda.

Hasil penelitian Raditya Adi Pratama (2012), dari hasil penelitian bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengaruh positif kualitas

[13] Fandy Tjiptono, *Service Quality Satisfication*, edisi III (Yogyakarta : Penerbit Andi, 2011), hlm 180

pelayanan yang terdiri dari dimensi, *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*, terhadap kepuasan konsumen dibengkel Mitsubishi PT. Borobudur Oto Mobil Yogyakarta. menunjukkan bahwa produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian Chusnul Chotimal (2014) yang berjudul "Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap kepuasan nasabah asuransi jiwa di Surakarta" produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah asuransi jiwa di Surakarta.

Hasil Penelitian Deby Meigy Arzena (2012) yaitu berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, bahwa kepuasan atas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri Tbk. Cabang Muaro Padang. Menunjukkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 1.1

***Research* Gap kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah**

Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan nasabah	**Hasil penelitian**	**Peneliti**
	Terdapat pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	Raditya Adi Pratama (2012).
	Tidak terdapat pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	Deby Meigy Arzena (2012), Chusnul Chotimal (2014).

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dilakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang".**

B. Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang?

C. Batasan Masalah

Untuk menjaga agar penulisan skripsi ini lebih terarah dan fokus serta menghindari pembahasan yang menyimpang dari rumusan masalah yang hendak diteliti, maka penulis membatasi masalah dengan hanya melakukan pengamatan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah dan responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah responden yang berada di kota Palembang pada saat penyebaran kuesioner. Dasar pemilihan adalah untuk memudahkan proses pengumpulan data dan menjaga kehomogenan data.

RADEN FATAH
PALEMBANG

D. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang?

2. Manfaat Penelitian

Hal penting dalam suatu penelitian adalah kemanfaatan yang bisa diperoleh atau dirasakan setelah selesai penulisan penelitian. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat positif terkait kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang dan sebagai bahan pertimbangan dan acuan dalam mengembangkan usahanya dimasa yang akan datang.

2. Kontribusi Praktik

a. Bagi penulis

Untuk mengaplikasikan sedikit pengetahuan yang penulis peroleh selama menuntut ilmu dalam masa perkuliahan program studi Ekonomi Islam, fakultas ekonomi dan bisnis Islam, di UIN Raden fatah Palembang, dan tentunya juga menambah pengetahuan penulis tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang", serta penelitian ini salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan perkuliahan program studi ekonomi Islam.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi serta dapat mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang terkait

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

dengan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan nasabah. Bagi civitas akademika UIN Raden Fatah Palembang, hasil penulisan ini dapat memberikan tambahan bagi pembaca yang membutuhkan bahan-bahan acuan yang berhubungan dengan topik pembahasan skripsi ini. Secara praktis penelitian ini juga diharapkan dapat menambah wawasan bagi para praktisi, dan mahasiswa pada umumnya.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan tentunya bagi BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang yang menjadi objek penelitian, dapat sebagai bahan pertimbangan dan acuan untuk mengoptimalkan kinerja serta dapat mengembangkan usahanya dimasa yang akan datang dan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada umumnya berisi uraian singkat mengenai pokok-pokok bahasan yang terdapat dalam setiap bab. Untuk memperoleh pembahasan yang sistematik makan penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian latar belakang permasalahan, permasalahan dan rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian,

kontirbusi penelitian dan sistematika penulisan.

2. **BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

   Bagian ini mengkaji teori yan digunakan dalam penelitian untuk mengembangkan hipotesis dan menjelaskan fenomena hasil penelitian sebelumnya. Dengan menggunakan teori yang telah dikaji dan juga penelitian-penelitian sebelumnya, hipotesis-hipotesis yang ada dapat dikembangkan.

3. **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

   Bagian ini menjelaskan setting penelitian, desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, tekhnik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, instrumen penelitian (uji validitas dan relibitas) dan tekhnik analis data.

4. **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

   Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, data deskriptif, analisi data (disesuaikan dengan tekhnik analisis yang digunakan), hasil pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

5. **BAB V KESIMPULAN**

   Bab ini terdiri dari kesimpulan yang menunjukkan keberhasilan tujuan dari penelitian. Kesimpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung dan mana yang tidak didukung oleh data. Implikasi dari penelitian yang menunjukkan kemungkinan penerapannya. Kelebihan dan kekurangan,

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

saran-saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang.

UIN
RADEN FATAH
PALEMBANG

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atau tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah.[14] Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada memiliki atas jasa yang ditawarkan tersebut.[15]

Dalam strategi pemasaran, definisi jasa diminati dengan baik pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Jasa merupakan aktivitas-aktivitas yang tidak berwujud. Didalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak nasabah dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari.[16]

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan atau jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an sebagai berikut:

---

[14] Fandy Tjiptono, *Pemasaran jasa*, (Malang: Bayu media publishing, 2007), hlm. 143
[15] Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm 25
[16] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Edisi ketiga, Andi, 2008), hlm.28

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓاْ أَنفِقُواْ مِن طَيِّبَـٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ أَخْرَجْنَا لَكُم مِّنَ ٱلْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُواْ ٱلْخَبِيثَ مِنْهُ تُنفِقُونَ وَلَسْتُم بِـَٔاخِذِيهِ إِلَّآ أَن تُغْمِضُواْ فِيهِ ۚ وَٱعْلَمُوٓاْ أَنَّ ٱللَّهَ غَنِىٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾ [17]

Pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan *(service)* tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Perbedaan ekonomi Islam dan konvensional terletak dalam menyelesaikan masalah. Dilema sumber daya yang terbatas dibandingkan keinginan yang tak terbatas memaksa manusia untuk melakukan pilihan-pilihan atas keinginannya.[18]

Dalam ekonomi konvensional, pilihan didasarkan atas selera pribadi masing-masing. Manusia boleh mempertimbangkan tuntunan agama, boleh juga mengabaikan. Sedangkan dalam ekonomi islam, keputusan pilihan ini tidak dapat dilakukan semaunya saja, semua perilaku harus dipandu oleh Allah lewat Al-Qur'an dan Hadist. Fasilitas dalam Islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap profesional yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-

[17] Q.S Al-Baqarah (2): 267. Artinya: *Hai orang–orang yang beriman,nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagiandari hasil usahamu yang baik–baik dan sebagian dari apa yang kamikeluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk–buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya.Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji*.

[18] Thorik G. dan Utus H, *Pelayanan atau jasa dalam perspektif islam*, 2006

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

nyiakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya.[19] sebagaimana terdapat dalam hadist Rasulullah saw diriwayatkan oleh Bukhari yang artinya: **"***apabila amanat disia-siakan, maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana caranya menyia-nyiakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancurannya"* .

Ayat lain dalam Al-Quran yang menjelaskan pentingnya kualitas pelayanan dalam islam:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾ [20]

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana nasabah banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemah lembutannya maka nasabah akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh-jauh sikap keras hati dan harus memiliki sifat

---

[19] Ibid

[20] Q.S Ali Imran (3): 159. Artinya: *Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.*

pemaaf kepada nasabah agar nasabah terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

2. Indikator Pelayanan

Adapun 5 indikator kualitas pelayanan menurut Parasuraman yaitu;

a. *Tangibles*, atau bukti fisik.

Tangibles, atau bukti fisik yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Yang dimaksud bahwa penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan.

b. *Realibilty*, atau kehandalan.

Realibilty, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

c. *Responsiveness*, atau ketanggapan.

Responsiveness, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas.

d. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian.

Assurance, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan. Terdiri dari

RADEN FATAH PALEMBANG

beberapa kompoenen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

e. *Empathy*, atau kepedulian.

Empathy, atau kepedulian yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan nasabah secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.[21]

3. Dasar-Dasar Pelayanan

Nasabah atau calon nasabah yang akan dihadapi perusahaan atau lembaga keuangan berasal dari berbagai tempat, suku bangsa, dan agama. Keragaman ini akan membentuk perilaku nasabah atau calon nasabah yang berbeda antara satu dengan lainnya. Sementara itu, perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya.[22]

Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk memiliki dasar-dasar pelayanan yang kuat. Tujuannya adalah agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan p nasabah karena pada dasarnya tujuan nasabah atau calon nasabah adalah sama, yaitu ingin mendapatkan kepuasan, baik mutu produk ataupun layanan yang diberikan.[23]

Berikut ini adalah dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti pegawai perusahaan;

---

[21] Parasuraman, *Membangun Kepuasan Nasabah dan Akses Loyalitas*, 2006, hlm. 182
[22] David W. Craven S. *Strategic Marketing*, Tokyo:Richard D. Irwin, Inc. Toppan Company Ltd., 2008
[23] Ibid

RADEN FATAH PALEMBANG

a. Berpakaian dan Berpenampilan.

Pakaian dan penampilan merupakan satu paket yang tidak dapat dipisahkan. Artinya pegawai harus mengenakan baju dan celana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik. Pegawai juga harus berpakaian necis, tidak kumal, dan baju lengan panjang tidak di gulung, sehingga pakaian yang dikenakan benar-benar memikat nasabah. Gunakan pakaian seragam jika pegawai diberikan seragam sesuai waktu yang telah ditetapkan.

b. Percaya diri, Bersikap Akrab, dan Penuh dengan Senyum.

Dalam melayan nasabah, pegawai harus memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Pegawai juga harus bersikap akrab dengan calon nasabah, seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani nasabah pegawai harus murah senyum dengan raut muka yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.

RADEN FATAH
PALEMBANG

c. Menyapa dengan Lembut.

Pada saat nasabah atau calon nasabah datang, pegawai harus segera menyapa dan kalau sudah pernah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan nama-nya. Namun, jika belum kenal dapat menyebut dengan sebutan Bapak atau Ibu, apa yang dapat kami bantu.

d. Tenang, Sopan, Hormat, dan Tekun.

Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian, tunjukkan

sikap menghormati nasabah atau calon nasabah, tekun mendengarkan, sekaligus berusaha memahami keinginannya.

e. Berbicara.

Berbicara menggunakan bahasa yang baik dan benar. Artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan bahasa indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.

f. Bergairah.

Dalam melayani nasabah, pegawai hendaknya menunjukkan pelayanan yang prima, seolah-olah memang sangat tertarik dengan keinginan dan kemauan p nasabah.

g. Jangan Menyela.

Pada saat nasabah sedang berbicara, usahakan jangan menyela pembicaraan. Kemudian, hindarkan kalimat yang bersifat teguran dan sindiran yang dapat menyinggung perasaan nasabah. Kalau terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.

h. Mampu Meyakini Nasabah.

Pegawai harus mampu meyakinkan nasabah dengan argumen-argumen yang masuk akal. Pegawai harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikannya.

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

i. Jika Tidak Sanggup

Jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh pegawai, usahakan meminta bantuan kepada pegawai yang mampu.

j. Bila belum dapat Melayani

Bila pegawai belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani. Artinya jika pada saat tertentu, pegawai sibuk dan tidak melayani salah satu nasabah, beritahukan kepada nasabah tersebut kapan akan dilayani dengan simpatik.[24]

4. Sifat-sifat Nasabah

Berikut ini sifat-sifat nasabah yang harus dikenal.

a. Nasabah dianggap sebagai raja.

Pegawai harus menganggap nasabah sebagai raja yang harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan harus seperti pelayanan yang diberikan kepada seorang raja, namun masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat perusahaan atau derajat pegawai itu sendiri.

b. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Kedatangan nasabah atau calon nasabah ke perusahaan adalah hasrat atau keinginannya agar terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian

[24] Kasmir dan Jakfar, Studi Kelayakan Bisnis, Jakarta: Prenada Media, 2011

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

aplikasi atau keluhan-keluhan. Jadi, tugas pegawai adalah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

c. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung.

Ada kecenderungan bahwa nasabah tidak suka dibantah atau didebat. Usaha setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan rileks. Pegawai harus pandai mengemukakan pendapat sehingga nasabah tidak mudah tersinggung.

d. Nasabah mau diperhatikan.

Setiap nasabah dan calon nasabah yang datang ke perusahaan pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian. Oleh karena itu, pegawai hendaknya memberikan perhatian secara penuh sehingga nasabah benar-benar merasa diperhatikan.

e. Nasabah merupakan sumber Pendapatan.

Tujuan utama setiap perusahaan adalah untuk memperoleh pendapatan dan laba yang maksimal. Perlu diketahui bahwa pendapatan utama perusahaan adalah dari transaksi yang dilakukan oleh nasabahnya. Oleh karena itu, jika membiarkan nasabah berarti menghilangkan pendapatan.[25]

RADEN FATAH PALEMBANG

[25] Kotler, Philip. *Marketing Management: Analysis, Planning, Impelementations and Control.* New Jersey: Prentice Hall 1998

5. Sikap Melayani Nasabah

Karena nasabah atau calon nasabah memiliki sikap dan perilaku yang berbeda-beda, pegawai perlu memahaminya. Bila pegawai telah mengerti dan memahami sifat-sifat nasabah secara umum, maka langkah atau sikap melayani nasabah pun harus diperhatikan.

Berikut ini beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam melayani nasabah;

a. Memberi Kesempatan Nasabah Berbicara.

Pegawai harus memberikan kesempatan terlebih dulu kepada nasabah untuk mengemukakan keinginannya. Dalam hal ini pegawai harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah dengan baik, sehingga tidak salah informasi yang akan menyebabkan salah paham.

b. Mendengarkan Baik-Baik.

Selama nasabah mengemukakan pendapatnya pegawai hendaknya mendengar dan menyimak baik-baik apa-apa yang dikemukakan nasabah. Pegawai diharapkan dapat menghindari gerakan yang dapat menyinggung nasabah, terutama gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan.

c. Tidak Menyela Pembicaraan.

Sebelum nasabah selesai bicara pegawai hendaknya tidak memotong atau menyela pembicaraan, usahakan menanggapi nasabah jika sudah benar-benar selesai bicara sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabahnya.

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

d. Ajukan Pertanyaan.

Jika ada hal-hal yang kurang jelas atau kurang lengkap, pegawai dapat mengajukan pertanyaan. Pengajuan pertanyaan kepada nasabah dilakukan apabila nasabah sudah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik, singkat dan jelas.

e. Jangan Marah dan Jangan Mudah Tesinggung.

Kadang-kadang nasabah atau calon nasabah bertingkah diluar batas. Namun, dalam hal ini pegawai diharapkan tidak menyinggung nasabah, baik dalam cara bicara, sikap atau nada bicara. Selain itu, pegawai diharapkan tidak mudah marah terhadap nasabah yang bertemperamen tinggi. Usahakan tetap sabar dalam melayaninya.

f. Jangan Mendebat Nasabah.

Jika ada hal-hal yang kurang disetujui, usahakan memberi penjelasan dengan sopan. Pegawai diharapkan tidak berdebat atau memberikan argumen yang tidak dapat diterima oleh nasabah.

g. Jaga Sikap Sopan, Ramah, dan Selalu Berlaku Tenang.

Selama melayani nasabah atau calon nasabah, pegawai diharapkan mampu memberikan atau menunjukkan sikap sopan santun dan ramah-tamah. Selain itu, emosi harus tetap terkendali dan selalu berlaku tenang dalam menghadapi nasabah yang kurang menyenangkan.

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

h. Jangan Menangani Hal-hal yang Bukan Wewenang.

Pegawai sebaiknya tidak menangani hal-hal atau tugas-tugas yang bukan merupakan pekerjaannya atau wewenangnya. Serahkan tugas-tugas tersebut kepada karyawan yang berhak, sehingga tidak terjadi kesalahan dalam memberikan informasi.

i. Tunjukkan Sikap Perhatian dan Sikap Ingin Membantu.

Nasabah yang datang ke perusahaan pada prinsipnya ingin dibantu. Oleh karena itu, berikan perhatian sepenuhnya dan tunjukkan bahwa kita memang ingin membantu nasabah.[26]

6. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Jika perusahaan selalu ingin dianggap yang terbaik di mata nasabahnya, perusahaan harus memberikan pelayanan yang terbaik. Pelayanan yang baik ini harus dapat dipenuhi oleh perusahaan sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti dan dipenuhi oleh perusahaan dan dijalankan pegawai, yaitu;

a. Tersedia Karyawan yang Baik.

Karyawan yang melayani nasabah, dalam hal ini pegawai, merupakan faktor penentu utama kesuksesan perusahaan selama melayani nasabah. Kenyamanan nasabah juga sangat melayani nasabah.

[26] Guiltinann JP, Paul GW & Madden TJ, Marketing Management: Strategis and Program. McGraw Hill, 1997

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari pegawai yang melayaninya. Pegawai harus ramah, sopan, dan menarik.

b. Tersedia Sarana dan Prasarana.

Dalam melayani nasabah hal lain yang juga penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Meja dan kursi serta peralatan pendukung lainnya harus nyaman untuk ditempati dan dipandangi. Sarana dalam ruangan juga harus tenang, tidak berisik, dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan membuat nasabah betah berurusan denga perusahaan.

c. Bertanggung Jawab.

Pegawai yang baik harus bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai. Artinya, dalam menjalankan kegiatan pelayanan, pegawai harus mampu melayani dari awal sampai akhir. Nasabah akan merasa puas jika pegawai bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu, pegawai yang dari awal mengerjakannaya segera mengambil alih tanggung jawabnya.

d. Mampu Melayani secara Cepat dan Tepat.

Pegawai dituntut untuk mampu melayani secara cepat dan tepat. Dalam melayani nasabah pegawai diharapkan melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan tidak membuat kesalahan, dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan kenginan nasabah.

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

e. Mampu Berkomunikasi.

Pegawai harus mampu berbicara dengan baik kepada setiap nasabah atau calon nasabah dan cepat memahami keinginan mereka. Artinya, pegawai harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Usahakan untuk tidak menggunakan istilah yang sulit dimengerti dan dapat menyebabkan nasabah bingung.

f. Memberikan Jaminan Kerahasiaan.

Hal yang juga sangat penting untuk dilakukan adalah menjaga rahasia perusahaan. Pegawai juga harus mampu menjaga rahasia nasabah nasabah untuk hal-hal tertentu. Kemampuan menjaga rahasia perusahaan dan nasabah merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada perusahaan.

g. Memiliki Pengetahuan dan Kemampuan.

Pegawai dituntut untuk memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena pegawai selalu berhubungan dengan manusia, pegawai perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.

h. Berusaha Memahami Kebutuhan Nasabah.

Pegawai harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh nasabah. Pegawai yang lamban akan membuat nasabah lari. Usahakan mengerti dan memahami keiinginan dan kebutuhan nasabah.

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

i. Mampu memberikan Kepercayaan.

Kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula, nasabah yang lama perlu dijaga kepercayaannya agar tidak lari. Semua ini dapat dilakukan melalui pelayanan seluruh pegawai.[27]

7. Sebab-sebab Nasabah Kabur

Nasabah yang hilang atau kabur merupakan hal yang paling ditakutkan oleh semua perusahaan. Dalam kenyataannya sekalipun pelayanan yang diberikan sudah maksimal, kadang-kadang masih saja nasabah tidak puas. Pada akhirnya nasabah kabur ke perusahaan saingan kita. Banyak hal yang menyebabkan nasabah kabur.[28]

Berikut ini beberapa sebab nasabah meninggalkan perusahaan;

a. Pelayanan yang Tidak Memuaskan.

Pelayanan yang tidak memuaskan, artinya nasabah merasa keinginan dan kebutuhannya tidak dapat dipenuhi. Banyak hal yang menyebabkan nasabah tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan, seperti nasabah merasa tidak dilayani dengan baik, merasa disepelekan atau tidak diperhatikan atau nasabah merasa tersinggung.

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

[27] Dr. Kasmir, SE., M.M, *Kewirausahaan*, Jakarta: Ed. Revisi Cet. 10 2014
[28] Ibid

b. Produk yang Tidak Baik.

Faktor produk baik kelengkapan maupun mutu dapat menjadi sebab nasabah meninggalkan perusahaan, seperti kelengkapan produk yang ditawarkan kurang, sehingga pilihan yang sesuai dengan keinginan nasabah tidak tersedia, kualitas produk yang ditawarkan kurang, sehinggan pilihan yang sesuai dengan keinginan nasabah tidak tersedia, kualitas produk yang ditawarkan tidak baik, tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dibandingkan dengan produk yang ditawarkan pesaing.

c. Ingkar Janji dan Tidak Tepat Waktu.

Ingkar janji dan tidak tepat waktu merupakan salah satu yang harus dihindari. Pegawai tidak menepati janji seperti waktu pelayanan harus segera diganti dengan yang lain. Begitu juga penyelesaian pekerjaan yang tidak sesuai dengan keinginan nasabah akan menyebabkan nasabah meninggalkan perusahaan.

d. Biaya yang Relatif Mahal.

Faktor biaya yang dibebankan nasabah kadang-kadang juga menimbulkan masalah. Sebagai contoh, biaya yang dibebankan kepada nasabah relatif mahal jika dibandingkan dengan perusahaan pesaing, seperti biaya administrasi bunga, biaya iuran atau biaya lainnya akan

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

berakibat fatal. Hal ini juga menyebabkan nasabah lari dari perusahaan yang bersangkutan ke perusahaan lain.[29]

B. Kepuasan Nasabah.

1. Pengertian Kepuasan Nasabah.

Kepuasan nasabah itu sendiri menurut Kotler dan Keller adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka.[30] Menurut zeithaml dan Bitner kepuasan nasabah adalah sejauh mana tanggapan nasabah mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa yang dirasakan sendiri oleh nasabah.[31]

Menurut Ali Hassan kepuasan atau ketidakpuasan merupakan suatu perasaan nasabah sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuain yang dipersepsikan antara harapan sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Nasabah yang puas ketika kualitas layanan yang dirasa sesuai atau bahkan melebihi harapan.[32]

---

[29] Thomas Pyzdek, *The Six Sigma*, Hanbook, Jakarta: Salemba Empat, 2002

[30] Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (jakarta: Indeks Edisi Kedua belas, 2007), hlm 177

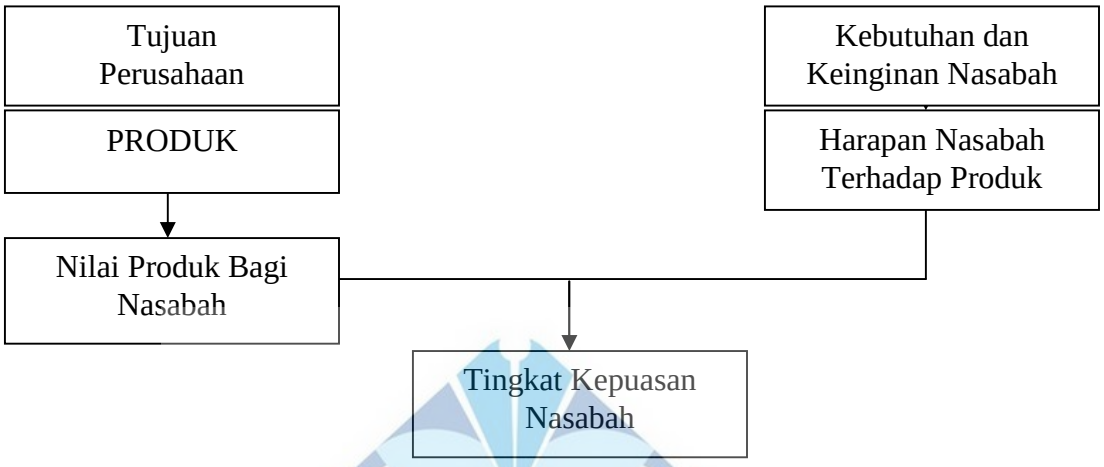
[31] Adityo Laksono, *Pengertian Kepuasan nasabah*, 2015 (Diakses Tanggal 27 Januari 2017).

[32] Ali Hasan, *Kepuasan atau Ketidakpuasan merupakan suatu perasaan nasabah*, (jakarta; 2013), hlm 90

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Gambar 2.1

Konsep Kepuasan Nasabah



Sumber: Tjiptono, 1997/:25

Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa disimpulkan definisi kepuasan nasabah adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh nasabah dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka nasabah akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, nasabah akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, nasabah akan sangat puas.

2. Indikator Kepuasan Nasabah

Ada lima faktor-faktor yang mendorong Kepuasan Nasabah menyebutkan adalah[33] :

[33] I Made Bayu Dirgantara, 2006, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Tingkat Kepuasan nasabah Produk Jasa*", *Jurnal Bisnis Strategi, Vol. 15, No. 2.*

a. Kualitas produk

Nasabah puas apabila setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik. Persepsi nasabah terhadap produk baik berupa barang maupun jasa ditentukan oleh kualitas produk tersebut. Kualitas ditentukan oleh nasabah sehingga perusahaan harus terus menerus mengukur persepsi nasabah mengenai kualitas. Garvin, Peppard, dan Rowland menyatakan faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk (barang atau jasa) diantaranya[34];

1. Kinerja *(performance)*: karakteristik operasi pokok dari produk inti *(core product)* yang dibeli.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan *(features)*: yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Kehandalan *(reliability)*: yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi *(conformance to specification)*: yaitu sejauh mana karakteristik desain operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan *(durability)*, berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.

[34] Juwandi, Hendy Irawan, *Kepuasan Pelayanan Jasa*, (jakarta: Erlangga, 2004), hlm. 37

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, komptensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika *(aesthetics)*, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
8. Kualitas yang dipersepsikan *(perceived quality)*: yaitu citra rasa dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.[35]

b. Harga.

Untuk nasabah yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting namun harga ini bisa menjadi tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif harga. Untuk industri ritel, komponen ini sungguh penting dan kontribusinya terhadap kepuasan cukup besar. [36]

c. Kualitas pelayanan.

Kepuasan nasabah yang disebabkan persepsi kualitas pelayanan yang diterima dapat diamati dengan lima dimensi pokok, yaitu:

1. Dimensi wujud *(Tangibles)*, merupakan perbandingan antara harapan dengan persepsi nasabah terhadap penampilan fisik (performance), perlengkapan, dan peralatan.
2. Dimensi kepercayaan *(Reliability)*, merupakan perbandingan antara harapan dengan persepsi nasabah terhadap kemampuan

[35] Tjiptono, Fandy, 2004, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia.
[36] Suprapto, Johanes, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan nasabah*, Jakarta: Rineka Cipta

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan akurat.

3. Dimensi daya tanggap *(Responsiveness)*, merupakan perbandingan antara harapan dengan persepsi nasabah terhadap pelayanan dan penyelesaian dengan tanggap, cepat, dan tepat.
4. Dimensi kepastian *(Assurance)*, merupakan perbandingan antara harapan dengan persepsi nasabah terhadap kesopanan, keahlian dan pengetahuan dalam memberikan pelayanan.
5. Dimensi empati *(Emphaty)*, merupakan perbandingan antara harapan dengan persepsi nasabah terhadap kemudahan dalam melakukan hubungan dan komunikasi yang baik terhadap nasabah.[37]

d. Faktor emosi.

Faktor emosi biasanya disebabkan oleh adanya nilai emosi yang diberikan oleh lingkungan atau *brand* suatu produk dan jasa seperti rasa bangga dan rasa percaya diri. Perasaan nyaman dari lingkungan toko *(store atmosphere)* adalah salah satu contoh nilai emosi yang mendasari kepuasan nasabah.[38]

RADEN FATAH PALEMBANG

[37] Aviliani, R dan Wilfridus, L. 1997. "*Membangun Kepuasan nasabah Melalui Kualitas Pelayanan*". Usahawan, No.5
[38] Ibid

e. Biaya dan kemudahan

Hal-hal yang berhubungan denga biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa nasabah semakin puas apabila relatif mudah dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Mengetahui faktor-faktor pendorong kepuasan nasabah untuk mendapatkan produk atau jasa tidaklah cukup bagi perusahaan untuk merancang strategi dan program peningkatan kepuasan nasabah.[39]

Kontribusi faktor-faktor ini juga dapat berubah dari waktu ke waktu suatu industri. Setiap faktor di atas mempunyai bobot nilai yang berbeda-beda. Semua bergantung pada jenis industri apa yang sedang dijalani. Besarnya setiap faktor relatif mudah diketahui melalui survey pasar. Dalam survey, nasabah dapat ditanyakan secara langsung mengenai tingkat kepuasan setelah menggunakan produk atau jasa.[40]

3. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah.

Berdasarkan penemuan dari beberapa ahli antara lain Tse dan Wilton, diperoleh rumusan sebagai berikut: Kepuasan Nasabah = f (*expectations, perceived performance*).[41] Dari persamaan diatas, dapat diketahui bahwa ada dua variabel utama yang menetukan kepuasan nasabah, yaitu *expectations* dan *perceived*

---

[39] [39]Tjiptono, Fandy, 2004, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia.
[40] Rambat Lupiyoadi. 2004. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Pratek*. Jakarta: PT salemba Empat.
[41] Tjiptono, Fandy, 1999, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI.

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

performance. Apabila *perceived performance* melebihi *expectations*, maka pelanggan akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya maka pelanggan akan merasa tidak puas.

Tse dan Wilton juga menemukan bahwa ada pengaruh langsung dari *perceived performance* terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh *perceived performance* tersebut lebih kuat daripada expectations didalam penentuan kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan Dabholkar et. al menyatakan bahwa kualitas jasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelangg nasabah.[42] Cronin dan Taylor menemukan adanya hubungan yang kuat dan positif antara kualitas layanan dan kepuasan.[43] Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

Ha : Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah.

RADEN FATAH
PALEMBANG

C. Baitul Maal wat-Tamwil (BMT).

1. Pengertian Baitul Maal wat-Tamwil (BMT) secara umum.

Baitul Maal wat-Tamwil (BMT) adalah lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip bagi hasil, menumbuhkembangkan bisnis usaha mikro dan kecil dalam rangka mengangkat martabat dan serta membela kepentingan kaum fakir miskin. Secara konseptual, BMT memiliki dua fungsi *Baitul Tamwil* (*Bait* =

---

[42] Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2005, *Service, Quality and Satisfaction*, Yogyakarta: ANDI.

[43] Margaretha, Moureen, 2004, "Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumi Putera 1912", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Desember, Vol. III, No. 2: 289-308.*

Rumah, *At Tamwil* = Pengembangan Harta). Jadi BMT adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bayt al-mal wa al-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha proktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegitan ekonomi pengusaha bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan.[44]

Baitul Maal wat-Tamwil atau pendanaan balai usaha mandiri terpadu adalah lembaga ekonomi atau keuangan mikro yang dioperasikan berdasarkan prinsip bagi hasil dan disebut sebagai lembaga keuangan syariah non perbankan yang sifatnya informal. Disebut informal karena lembaga ini dibentuk atau didirikan oleh kelompok swadaya masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembga keuangan formal lainnya. Sebagai lembaga keuangan ia bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) dan menyalurkan dana kepada masyarakat (anggota BMT) . sebagai lembaga ekonomi ia juaga berhak melakukan kegiatan ekonomi, seperti perdagangan, industri, dan pertanian.

Dengan begitu, BMT dikelola secara profesional sehingga mencapai tingkat efisiensi ekonomi tertentu, demi mewujudkan kesejahteraan anggota, seiring penguatan kelembagaan BMT itu sendiri. Pada sudut pandang sosial, BMT (dalam hal ini *baitul mal*) berorientasi pada peningkatan kehidupan anggota yang tidak mungkin dijangkau dengan prinsip bisnis. Stimulan melalui dana ZIS (zakat, infaq

[44] Abdul, aziz dan Mariyah, ulfah, *Kapita Selekta Ekonomi Islam Kontemporer* (Bandung: Alfabeta,2010),h. 115

dan sadaqah) akan mengarahkan anggota untuk mengembangkan usahanya, untuk pada akhirnya mampu mengembangkan dana bisnis.[45]

2. Sejarah singkat dan Perkembangan BMT di Indonesia.

Sejarah BMT ada di Indonesia, dimulai tahun 1984 dikembangkan mahasiswa ITB di Masjid Salman yang mencoba menggulirkan lembaga pembiayaan berdasarkan syari'ah bagi usaha kecil. Kemudian BMT lebih di berdayakan oleh ICMI (Ikatan Cendikiawan Muslim Indonesia) sebagai sebuah gerakan yang secara operasional ditindaklanjuti oleh Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINBUK).[46]

BMT membuka kerjasama dengan lembaga pemberi pinjaman dan peminjam bisnis skala kecil dengan berpegang pada prinsip dasar tata ekonomi dalam agama Islam yakni saling rela, percaya dan tanggung jawab, serta terutama sistem bagi hasilnya. BMT terus berkembang, BMT akan terus berproses dan berupaya mencari terobosan baru untuk memajukan perekonomian masyarakat, karena masalah muammalat memang berkembang dari waktu ke waktu.[47]

BMT begitu marak belakangan ini seiring dengan upaya umat untuk kembali berekonomi sesuai syariah dan berkontribusi menanggulangi krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak tahun 1998. Karena prinsip penentuan suka rela yang tak memberatkan, kehadiran BMT menjadi angin segar bagi para nasabahnya. Itu terlihat dari operasinya yang semula hanya terbatas di lingkungannya, kemudian menyebar ke

---

[45] Hertanto, Widodo, Dkk, *panduan praktis operasional baitul mal wa tamwil* Bandung: Mizan, 2000

[46] Abdul, aziz dan Mariyah, ulfah, *Kapita Selekta Ekonomi Islam Kontemporer* (Bandung: Alfabeta,2010),h. 115

[47] Ibid

RADEN FATAH PALEMBANG

daerah lainnya. Dari semua ini, jumlah BMT pada tahun 2003 ditaksir 3000-an tersebar di Indonesia, dan tidak menutup kemungkinan pertumbuhan BMT pun akan semakin meningkat seiring bertambahnya kepercayaan masyarakat.[48]

D. Penelitian Terdahulu

Andreas Iskandar (2013), yaitu berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan. Pertama, kualitas pelayanan mempengaruhi positif terhadap kepuasan pelanggan. Kedua, kepuasan pelanggan mempengaruhi positif terhadap loyalitas pelanggan. Ketiga, besar pengaruh masing-masing dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dari yang paling besar sampai yang paling kecil secara berturut-turut yaitu *reliability*, *responsivennes*, *tangible*, dan *empathy*[49].

Edo Rakasiwi (2010), yaitu berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan. Kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan[50].

Febri Tri Bramasta Putra (2012) yaitu berdasarkan analisis variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga dan kepuasan

RADEN FATAH PALEMBANG

[48] widodo, Hertanto, Dkk, *panduan praktis operasional baitul mal wa tamwil* Bandung: Mizan, 2000

[49] Andreas, Iskandar. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Restoran Platinum Lippo Karawaci Terhadap Loyalitas Pelanggan : Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.* Jakarta: Derema Jurnal Manajemen 2013. Vol 2 (2)

[50] Edo, Rakasiwi. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada BMT Perkasa Semarang).* Semarang: Jurnal Akuntansi dan keuangan, 2010. Vol 12 (5)

pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.[51]

Deby Meigy Arzena (2012) yaitu berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, bahwa kepuasan atas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri Tbk. Cabang Muaro Padang[52].

Arya Maman Putra (2011) yaitu berdasarkan hasil analisis bahwa variabel produk, fasilitas, pelayanan dan promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, faktor dominan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah fasilitas[53].

Ali Fauzi (2008), berdasarkan hasil analisis variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini ada pengaruh yang signifikan antara bukti fisik langsung (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) secara parsial dan stimulan terhadap kepuasan pasien[54].

Risqonadhimi Haqu (2011), berdasarkan hasil analisis variabel bukti fisik *(tangible)* terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

---

[51] Febri Tri Bramasta Putra, Analisis *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Studi pada Bengkel mobil rapi glass autocare Semarang*. Semarang: Skripsi, 2013

[52] Deby Meigy Arzena, *Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang*. Padang: Jurnal Kuntansi dan Keuangan. 2012. Vol 2 (3)

[53] Arya Maman Putra, *Pengaruh Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Mandiri Syariah*, Yogyakarta: Skripsi, 2011

[54] Ali Fauzi. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasa Konsumen pada Rumah Sakit Bhakti Wira Tantama Semarang*, Skripsi (Semarang :Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2008). Derema Jurnal Manajemen 2013. Vol 3 (4)

RADEN FATAH PALEMBANG

pelanggan precious Studio Semarang. Variabel kehandalan *(reliability)* terbukti mempunyai pengaruh positif paling besar diantara variabel lainnya dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan precious Studio Semarang. Variabel daya tanggap *(Responsiveness)* terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Precious Studio Semarang. Variabel jaminan (anssurance) terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Precious Studio Semarang. Variabel empati (empathy) terbukti mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Precious Studio Semarang.[55]

Habibaturrahmah (2011), berdasarkan hasil analisis variabel bebas yang digunakan adalah kualitas pelayanan dibedakan menjadi lima dimensi yaitu, *Reability*(X1), *Responsiveness(*X2), *Assurance*(X3), *Emphaty*(X4), *Tangible* (X5), variabel terikat yang digunakan adalah kepuasan pasien (Y) teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Adapun secara parsial hasil yang diperoleh dari penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan[56].

Elita Mieke Wijaya (2011), berdasarkan hasil analisis bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Waterpark Semawis Semarang. Mereka merasa puas dengan pelayanan baik kinerja maupun jasa lainnya, yang cukup menyenangkan dan dapat diterima.[57]

---

[55] Risqonadhimi Haqu, *Analisis Dampak Kualitas Pelayanan dalam membentuk kepuasan pelanggan Precious studio Semarang*, Semarang: Skripsi, 2011.

[56] Habibaturahman, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Muhammadiyah Palembang*, Skripsi, (Palembang : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah, 2011)

[57] Elita Mieke Wijaya, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Waterpark Semawis Semarang*, Semarang: Skripsi, 2011.

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Ken Hartono Agung (2013), dari hasil penelitian diperoleh dukungan bahwa kualitas layanan mempengaruhi komitmen, kepercayaaan, dan loyalitas konsumen. Komitmen juga mempengaruhi loyalitas konsumn, dan loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kepercayaaan. Berdasarkan hipotesis yang telah dikembangkan dalam penelitian ini, maka masalah penelitian yang diajukan dapat dijawab dengan justifikasi yang diperoleh dari pengujian *Structural Equation Model* (SEM)[58].

Raditya Adi Pratama (2012), dari hasil penelitian bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengaruh positif kualitas layanan yang terdiri dari dimensi, *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*, terhadap kepuasan konsumen dibengkel Mitsubishi PT. Borobudur Oto Mobil Yogyakarta.[59]

Tabel 2.1

Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun	Judul	Hasil	Perbedaan	Sumber
1	Andreas Iskandar (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Restoran Platinum Lippo Karawaci Terhadap Loyalitas Pelanggan : Kepuasan	Berdasarkan hasil pengujian-pengujian yang dilakukan terbukti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan	Perbedaan terdapat pada tempat penelitian dan variabel penelitian.	Jurnal Manajemen 2013. Vol 2(2)

[58] Ken Hartono Agung, (2013), "*Pengaruh Kualitas Layanan,, Komitmen, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen di Bank Simpeda Yogyakarta)*", http://eprints.undip.ac.id (Diakses 26 Januari 2017)

[59] Raditya Adi Pratama, *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan konsumen pada bengkel Mitsubishi PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta.* Yogyakarta: Skripsi, 2012.

		Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.	berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.		
2	Febri Tri Bramasta Putra (2012)	Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di bengkel mobil rapi *glass autocare* Semarang.	Berdasarkan hasil pengujian-pengujian yang dilakukan terbukti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.	Perbedaan terdapat pada tempat penelitian dan variabel penelitian.	Skripsi, 2013.
3	Deby Meigy Arzena (2013)	Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, bahwa kepuasan atas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri Tbk. Cabang Muaro Padang. Sedangkan keperayaan	Perbedaan terletak pada tempat penelitian dan variabel yang diteliti penulis yaitu dicari tahu seberapa besar pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah	Jurnal ilmu akuntansi dan keuangan 2012. Vol 2(3)

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

			berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri Tbk. Cabang Muaro Padang.		
4	Arya Maman Putra (2011)	Pengaruh pelayanan dan promosi terhadap loyalitas nasabah PT Mandiri Syariah	Berdasarkan analisis dan pembahasan bahwa variabel produk, fasilitas, pelayanan dan promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, faktor dominan yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah fasilitas.	Perbedaan terletak pada tempat penelitian dan variabel yang diteliti penulis yaitu dicari tahu seberapa besar pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah	Skripsi, 2011.
5	Ali Fauzi (2008)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Bhakti Wira Tantama	Bahwa hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini ada pengaruh yang signifikan terhadap semua	Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek yang diteliti yaitu mencari tahu seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan	Derema Jurnal Manajemen 2013. Vol 3 (4)

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

		Semarang	variabel independen secara parsial dan stimulan terhadap kepuasan pasien	terhadap kepuasan pasien di rumah sakit Bhakti Wira Tantama Semarang	
6	Risqonadhimi Haqu (2011)	Analisis dampak kualitas pelayanan dalam membentuk kepuasan pelanggan precious studio Semarang.	Berdasarkan analisis dan pembahasan bahwa 5 indikator kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan precious studio Semarang.	Perbedaan terletak pada objek penelitian dan menggunakan 2 variabel.	Skripsi, 2011.
7	Habibahturrahmah (2011)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Muhammadiyah Palembang	*Reability*(X1), *Responsiveness(*X2), *Assurance*(X3), *Emphaty*(X4), *Tangible* (X5), variabel terikat yang digunakan adalah kepuasan pasien (Y) teknik analisis yang digunakan	Perbedaan terletak pada tempat penelitian dan teknik analisis data yang digunakan penulis ini dengan menggunakan regresi berganda	Skripsi, 2011.

RADEN FATAH PALEMBANG

			dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Adapun secara parsial hasil yang diperoleh dari penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan		
8	Elita Mieke Wijaya (2011)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada waterpark Semawis Semarang.	Berdasarkan analisis bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan waterpark Semawis Semarang.	Perbedaan terletak pada objek penelitian dan penulis lebih ingin mencari tahu seberapa besar loyalitas pelanggan terhadap waterpark Semawis Semarang.	Skripsi, 2011
9	Ken Hartono Agung (2013)	Pengaruh Kualitas Layanan,, Komitmen, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen di Bank Simpeda Yogyakarta)	Hasil penelitian diperoleh dukungan bahwa kualitas layanan mempengaruhi komitmen, kepercayaaan, dan loyalitas konsumen. Komitmen juga	Perbedaan terletak pada tempat penelitian dan teknik analisis data yang digunakan penulis ini dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM	http://eprints.undip.ac.id

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

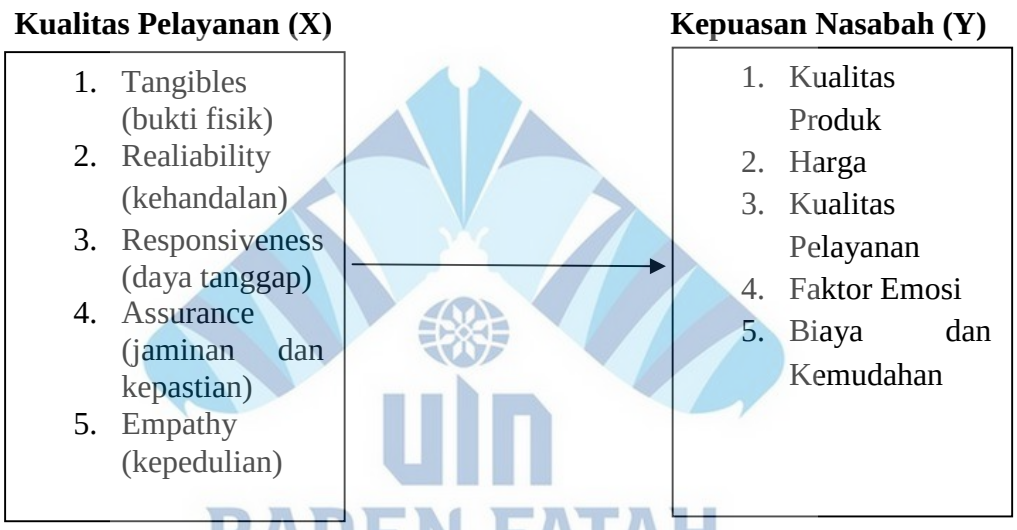
			mempengaruhi loyalitas konsumn, dan loyalitas konsumen yang dipengaruhi oleh kepercayaaa. Berdasarkan hipotesis yang telah dikembangkan dalam penelitian ini, maka masalah penelitian yang diajukan dapat dijawab dengan justifikasi yang diperoleh dari pengujian *Structural Equation Model* (SEM)		
10	Raditya Adi Pratama (2012)	Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel Mitsubishi PT. Borobudur Oto Mobil Yogyakarta.	Berdasarkan penelitian bahwa variabel bebas dari penelitian ini mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di bengkel	Perbedaan terletak pada objek penelitian.	Skripsi, 2012.

RADEN FATAH PALEMBANG

			Mitsubishi PT Borobudur Oto Mobil Yogyakarta.		

E. Kerangka Pemikiran Teoritis

Gambar 2.2



UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Dari skema di atas terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

1. Variabel terikat (dependen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variable independen. Dalam hal ini variabel dependennya adalah Kepuasan Nasabah (Y).
2. Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X).

F. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.[60] Hipotesis dalam penelitian ini sesuai dengan kerangka pemikiran diatas, maka penelitian ini mengambil hipotesis atau dugaan sementara yaitu:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang.

RADEN FATAH
PALEMBANG

[60]Sugiyono, 2003. *Metode Penelitian Bisnis.* Cetakan kelima Bandung: Alfa Beta. Hlm.72

BAB III

METODE PENELITIAN

Uraian mengenai penelitian ini meliputi setting penelitian dan desain penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik analisis data.

A. Setting Penelitian dan Desain Penelitian

1. Setting Penelitian

Penelitian yang dilakukan mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang.

2. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan, *(field research*) yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung dengan cara membagikan kuisioner ke nasabah di BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang.

RADEN FATAH
PALEMBANG

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya[61]. Adapun variabel penelitian ini ialah kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan nasabah (Y).

---

[61] Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D,* Bandung: Alfabeta, hlm 38

Tabel 3.1

Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

No	Variabel	Indikator	Definisi	Dimensi	Skala
1	Independen (Kualitas Pelayanan)	*Tangibles*, (Bukti Fisik)	Kemampuan BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.	1. Sarana dan Prasarana fisik. perusahaan 2. Keadaan lingkungan sekitarnya.	Likert
		Reliability, (Kehandalan)	Kemampuan BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang memberikan pelayanan yang akurat dan terpercaya.	1. Ketetapan perusahaan dalam memenuhi janji. 2. Kemampuan dalam segala hal secara tepat dan terpercaya.	Likert
		Responsiveness, (Daya tanggap)	Kemauan BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah.	1. Penyampaian informasi yang jelas.	Likert
		Assurance, (Jaminan)	Pengetahuan, kesopansantunan, kemampuan	1. Komunikasi 2. Kredibilitas 3. Keamanan 4. Kompetensi	Likert

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

			para pegawai BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan.	5. Sopan santun	
		Empathy, (Kepedulian)	Para pegawai BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah.	1. Mengetahui keinginan pelanggan secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.	Likert
2	Dependen (kepuasan nasabah) (Y)		Perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap	1. Kualitas produk yang baik. 2. Harga yang murah 3. Kualitas pelayanan yang dapat diterima. 4. Faktor emosi	Likert

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

			ekspektasi mereka.	yang diberikan oleh lingkungan dan *brand* suatu produk dan jasa. 5. Biaya dan kemudahan relatif mudah dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.	

2. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Pengertian operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi[62]:

a. Variabel Bebas/ Tidak Terikat *(Independen Variabel*

Variabel bebas *(independen variabel)* merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat).[63] Variabel bebas *(independen variabel)* dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X).

[62] Sugiyono, 2004, Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D, Bandung: Alfabeta, hlm 25
[63] Ibid, hlm 33

b. Variabel Terikat *(Dependen Variabel)*

Varibael terikat (*dependence variabel)* merupakan variabel yang dipergunakan atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.[64] Variabel terikat *(dependen)* dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diharapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[65]

Dalam penelitian ini sebagai populasinya adalah BMT Surya Barokah Palembang, yang memiliki para pengusaha mikro yang melakukan suatu kegiatan transaksi pada BMT Surya barokah palembang yakni sebanyak 100 populasi/pengusaha mikro[66]

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.[67] Penelitian ini adalah penelitian sampel sebab tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi dan hasil penelitian akan digeneralisasikan pada seluruh populasi.

---

[64] Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, hlm 39
[65] Sugiyono, 2003. *Metode Penelitian Bisnis.* Cetakan kelima Bandung: Alfa Beta. Hlm.72
[66] BMT Surya Barokah Palembang, 2016
[67] Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keenam. Bandung: CV. Alfa Beta. Hlm 73

RADEN FATAH PALEMBANG

Dalam penelitian ini mengunakan desain sampel non probabilitas, yang menggunakan metode sampling aksidental[68]. Sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Jumlah anggota sampel sering dinyatakan dengan ukuran sampel. Jumalah sampel yang diharapkan 100% mewakili populasi adalah sama dengan jumlah anggota populasi itu sendiri. Makin besar jumlah sampel mendekati populasi, maka peluang kesalahan generalisasi semakin kecil dan sebaliknya semakin kecil jumlah sampel menjauhi populasi maka makin besar kesalahan generalisasi (diberlakukan umum).[69]

Sampel yang ditentukan penulis adalah berdasarkan perhitungan melalui rumus dari *Isaac* dan *Michael* dengan tingkat kesalahan 1%.

RADEN FATAH PALEMBANG

$$S = \frac{\lambda^2.N.P.Q}{d^2(N-1)+\lambda^2.P.Q}$$

λ^2 dengan dk= 1, taraf kesalahan bisa 1%, 5%, 10% (penulis mengambil taraf kesalahan 1%).

P = Q = 0,5. d = 0,05. S = jumlah sampel.

Keterangan:

---

[68] Sugiyono, 2003. *Metode Penelitian Bisnis.* Cetakan kelima Bandung: Alfa Beta. Hlm.77

[69] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2016), hln. 121

S = jumlah sampel

λ^2 = Chi kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan untuk derajat kebebasan 1 dan kesalahan 1% harga chi kuadrat = 6,635.[70]

N = jumlah populasi

P = peluang besar

Q = peluang salah (0,5)

d = perbedaan antara sampel yang diharapkan terjadi. Perbedaan bisa 1%, 5%, 10%.

$$S = \frac{\lambda^2.N.P.Q}{d^2(N-1)+\lambda^2.P.Q} = \frac{6,635 \times 100 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^{\ 2}(100-1) + 6,635 \times 05 \times 0,5}$$

$$S = \frac{165,875}{1,90625}$$

S = 87,016

S = 87

Jadi untuk populaso 100 dengan tingkat kesalahan 1**% jumlah sampelnya adalah 87.**

D. Jenis dan Sumber data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Jenis data kuantitatif dalam penelitian ini merupakan jenis data kuantitatif yang

[70] Ibid, Hlm. 129

diperoleh melalui kuisioner yang dibagikan kepada nasabah di BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang sebagai instrument penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuisioner, kelompok focus dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber.[71]

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuisioner oleh responden, yaitu nasabah di BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang Palembang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik penyebaran kuisioner, peneliti menyebarkan daftar pertanyaan kepada nasabah.

Dengan skala likert, maka variabel penelitian yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel.

Adapun pengukuran skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut:

1)	SS	= Sangat Setuju	diberi Skor	5
2)	S	=Setuju	diberi Skor	4
3)	KS	=Kurang Setuju	diberi Skor	3
4)	TS	=Tidak Setuju	diberi Skor	2

[71] Wiratna Sujarweni, 2014. *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Baru, hlm.73

RADEN FATAH PALEMBANG

5) STS =Sangat Tidak Setuju diberi Skor 1

F. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.[72] Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk tingkat signifikan 5% dari *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini (n) adalah jumlah sampel. Jika r hitung > r tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.[73] Uji reliabilitas instrument dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. *Cronbach alpa* digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten inter item atau menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item. Instrument untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliable jika memiliki *Cronbach Alpa* lebih besar dari 0,60.[74] Dalam menjawab Ketidak konsistenan dapat terjadi mungkin karena

[72] Ibid, hlm.33
[73] Sugiyono, 2010. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, hlm 99
[74] Imam Ghozali, 2005. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Semarang: UNDIP, Hlm 129

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

perbedaan persepsi responden atau kekurang pahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Dalam menganalisis regresi linier sederhana terdapat asumsi-asumsi yang harus dipenuhi sehingga model regresi tidak memberikan hasil *bias (Best Linier Unbiased Estimator/ BLUE)*. Pengujian asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas dan linieritas.

Masing-masing pengujian asumsi klasik tersebut secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.[75]

Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data, maka dilakukan perhitungan uji normalitas sebaran dengan uji statistic kolmogorof-smirnov (K-S). untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data. Menurut Hadi data dikatakan berdistribusi normal jika nilai

[75] Ghozali, 2008. *Model Persamaan Structural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos Ver.5.0*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Hlm 113

signifikan > 0,05, sebailiknya jika nilai signifikannya ≤ 0,05 maka sebarannya dinyatakan tidak normal.

Hipotesis yang dikemukakan:

Ho = data residual berdistribusi normal *(Asymp.sig > 0,05)*

Ha = data residual tidak berdistribusi normal *(Asymp.sig < 0,05)*

b. Uji Linieritas

Salah satu asumsi dari analisis regresi adalah linieritas. Hal ini dimaksudkan apakah garis regresi antara X dan Y membentuk garis linier atau tidak. uji ini ditentukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas sebagai prediktor mempunyai hubungan linier atau tidak dengan variabel terikat. Menurut sugiyono, "kalau tidak linier maka analisis regresi tidak bisa dilanjutkan".[76]

2. Analisis Regresi

a. Pengertian Analisis Regresi

Analisis Regresi *(Regression Analysis)* merupakan suatu teknik untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan *(prediction).* Dengan demikian, analisis regresi sering disebut sebagai analisis prediksi. Karena merupakan prediksi, maka nilai prediksi tidak selalu tepat dengan riilnya, semakin kecil

[76] Sugiyono, 2007. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, Hlm 265

tingkat penyimpangan antara nilai prediksi dengan nilai riilnya, maka semakin tepat persamaan regresi yang terbentuk.[77]

Sifat hubungan antarvariabel dalam persamaan regresi merupakan hubungan sebab akibat *(causal relationship).* Oleh karena itu, sebelum menggunakan persamaan regresi dalam menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih, perlu diyakini terlebih dahulu bahwa secara teoritis atau penelitian sebelumnya, dua variabel atau lebih memiliki hubungan sebab akibat. Variabel yang nilainya akan mempengaruhi oleh nilai variabel lain disebut variabel bebas, sedangkan variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain disebut variabel tergantung.[78]

b. Analisis Regresi Sederhana

Persamaan regresi sederhana adalah merupakan model hubungan antara variabel tidak bebas (Y) dan variabel bebas (X), dapat dirumuskan dengan bentuk persamaan garis regresi linearnya, sebagai berikut[79]:

$$\mathbf{Y = a + b.\ X}$$

Keterangan:

Y= Nilai dari variabel dependen (variabel tidak bebas/variabel terikat/variabel yang dipengaruhi).

[77] Albert Kurniawan, S.E., M.M., 2014. Metode Riset untuk Ekonomi Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis, Bandung, Alfabeta, Hlm178

[78] ibid

[79] Albert Kurniawan, S.E., M.M., 2014. Metode Riset untuk Ekonomi Bisnis Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis, Bandung, Alfabeta, Hlm178

a= Konstanta, yaitu nilai Y jika X=0

b= Koefisien regresi

X= Nilai dari variabel independen (variabel bebas/variabel yang mempengaruhi variabel lain).

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga, yaitu uji koefisien determinasi (R^2), dan uji signifikan parameter individual (Uji statistik t).

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang *(cross section)* relatif mudah karena adanya variasi yang besar antar masing-masing pengamatan.[80]

Nilai koefisien determinasi mempunyai interval nol sampai satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika $R^2 = 1$, berarti besarnya persentase sumbangan X_1 terhadap variasi (naik-turunnya) Y secara bersama-sama adalah 100%.

[80] Imam Ghozali, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Hlm 83

Hal ini menunjukkan bahwa apabila koefisien determinasi mendeteksi 1, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya semakin kuat, maka semakin cocok pula garis regresi untuk meramalkan Y.[81]

b. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistic t)

Uji signifikan t digunakan untuk melihat signifikan pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

1. Jika nilai signifikan > 0,05 maka hipotesis ditolah (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan ≤ 0,05 maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

[81] Imam Ghozali, 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graham Ilmu, Hlm 125

RADEN FATAH PALEMBANG

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

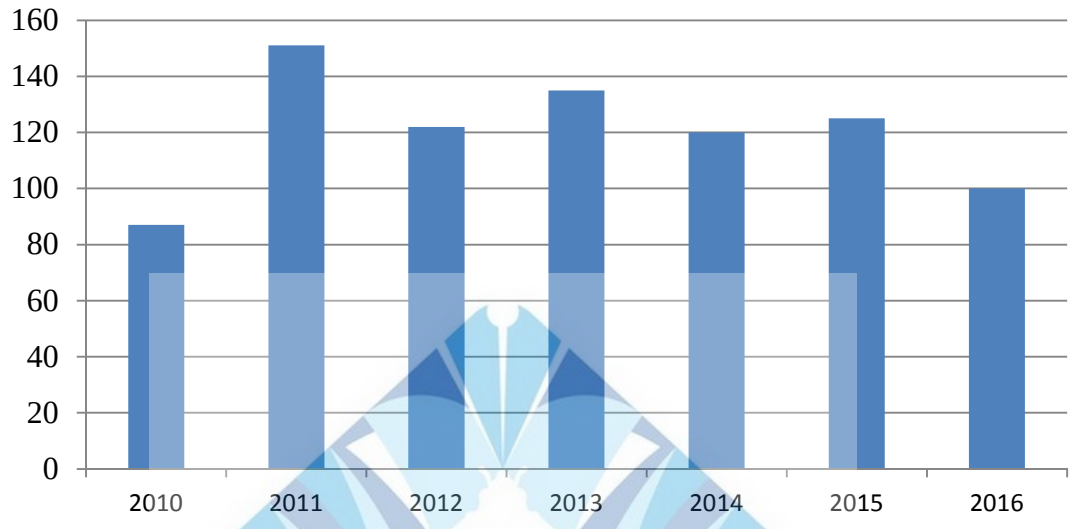
A. Gambaran Umum Responden

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dilakukan pada lembaga keuangan mikro yang dioperasikan dengan prinsip syariah yaitu pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang yang terletak di Jl, Ki Merogan No. 511 Kertapati. BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang didirikan pada tanggal 02 Rajab 1431 H atau 20 Juli 2010 oleh 23 anggota pendiri dari berbagai latar belakang yang berbeda seperti pegawai swasta, wiraswasta, pensiunan bank syariah, PNS, dosen UMP, IAIN dan lain sebagainya, namun memiliki visi dan misi untuk membangun masyarakat yang islami. Berikut adalah nama-nama pendiri BMT Surya Barokah beserta besarnya penyertaan dana untuk mendirikan BMT Surya Barokah tersebut.[82]

Produk pelayanan jasa yang ada pada BMT Surya Barokah adalah sebagai berikut: (1) Jasa Tiki (pengiriman dokumen dan barang); Jasa pelayanan *Aqiqah (*melayani pemesanan kambing mentah/masak gratis biaya potong dan antar) dan (3) Jasa PPOB (Pembayaran tagihan listrik, PDAM, dan telepon).

[82] BMT Surya Barokah, tahun 2017

Gambar 4.1
Perkembangan Jumlah Nasabah BMT Surya Barokah



Sumber: BMT Surya Barokah, tahun 2017

B. Karakteristik Responden

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan informasi atau data-data yang dibutuhkan peneliti mengenai tanggapan responden adalah dengan menggunakan kuisioner tertutup. menggunakan metode *sampling accidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Pengumpulan data secara langsung dengan dengan menemui responden ini dimaksudkan agar lebih efektif untuk meningkatkan *responden rate* dalam penelitian ini kuisioner disebarkan kepada nasabah BMT Suya Barokah Palembang sebanyak 87 responden.

1. Karekteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil penyebaran kuesioner maka didapat jumlah responden pria dan wanita sebagai berikut :

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

No	Kategori Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Pria	36	41,4
2	Wanita	51	58,6
Jumlah		87	100%

Sumber: data primer yang diolah 2017

Jumlah responden pria sebanyak 41,4% dan lebih sedikit dibanding responden wanita yang sebanyak 58,6%. Jumlah responden pria yang lebih sedikit dibanding responden wanita merupakan faktor kebetulan karena pada saat penyebaran kuesioner, responden yang berpartisipasi lebih banyak nasabah wanita, namun demikian perbedaan jenis kelamin bisa menimbulkan pendapat atau sudut pandang yang berbeda dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan unit pelayanan nasabah BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur responden penelitian dapat diketahui dari hasil pengelompokkan responden berdasarkan umur berikut ini :

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Tabel 4.2

Umur Responden

No	Kategori Umur	Jumlah	Persentase (100%)
1	≤ 20 tahun	2	2,3
2	21 – 30 tahun	9	10,3
3	31 – 40 tahun	33	37,9
4	41 – 50 tahun	30	34,5
5	> 50 tahun	13	14,9
Jumlah		**87**	**100%**

Sumber: data primer yang diolah 2017

Umur responden dapat dikelompokkan seperti pada tabel 4.2 dan dari hasil pengelompokkan terlihat kelompok terbesar responden adalah yang berumur 31 sampai 40 tahun (37,9%) sedangkan kelompok terkecil berasal dari umur di bawah sampai 20 tahun (2.3%). Umur bisa menentukan tingkat kedewasaan seseorang sehingga hal ini bisa mempengaruhi dalam perilakunya dan cara pemikirannya.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden dapat dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4.3

Pendidikan Terakhir Responden

No	Kategori Pendidikan	Jumlah	Persentase (100%)
1	SD	0	0
2	SLTP	5	5,7
3	SLTA	58	66,7
4	D3	7	8,0
5	Sarjana	17	19,5
Jumlah		**87**	**100%**

Sumber: data primer yang diolah 2017

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Latar belakang pendidikan responden adalah dari SLTP sampai Sarjana, dengan jumlah responden yang berpendidikan SLTA lebih banyak (66,7%), sementara yang berpendidikan SLTP jumlahnya lebih sedikit (5,7%). Tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang menunjukkan tingkat pengetahuan dan wawasan yang dimiliki, yang akan berpengaruh pada kemampuan analistis terhadap suatu permasalahan seperti pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan nasabah BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan atau profesi yang ditempuh oleh responden dapat dilihat pada hasil pengelompokkan sebagai berikut :

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

No	Kategori Pekerjaan	Jumlah	Persentase (100%)
1	PNS	18	20,7
2	Swasta	43	49,4
3	Wiraswasta	22	25,3
4	Mahasiswa/Mahasiswi	4	4,6
Jumlah		**87**	**100%**

Sumber: data primer yang diolah 2017

Secara keseluruhan para responden memiliki latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda, dengan responden yang bekerja sebagai swasta jumlahnya lebih dominan sebanyak 49,4%, sementara responden yang bekerja sebagai mahasiswa/mahasiswi jumlahnya lebih sedikit, yaitu 4,6%.

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan yang diperoleh oleh responden tiap bulannya dapat dilihat pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5

Pendapatan Responden

No	Kategori Pendapatan	Jumlah	Persentase (100%)
1	< Rp 500.000	5	5,7
2	Rp 1.000.001 s/d Rp 1.500.000	11	12,6
3	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	34	39,1
4	> Rp 2.000.000	37	42,5
Jumlah		**87**	**100%**

Sumber: data primer yang diolah 2017

Secara keseluruhan para responden memiliki latar belakang pendapatan yang berbeda-beda, dengan responden yang memiliki pendapatan >Rp. 2.000.000 jumlahnya lebih dominan sebanyak 42,5%, sementara responden yang memiliki pendapatan <Rp. 500.000 jumlahnya lebih sedikit, yaitu 5,7%.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah

Berapa lama responden menjadi nasabah dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut :

Tabel 4.6
Lamanya Menjadi Nasabah

No	Kategori Lamanya Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase (100%)
1	1 s/d 3 tahun	26	29,9
2	3 s/d 5 tahun	40	46
3	> 5 tahun	21	24,1
Jumlah		**87**	**100%**

Sumber: data primer yang diolah 2017

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Secara keseluruhan para responden memiliki latar belakang yang berbeda-beda dalam lamanya menjadi nasabah BMT Surya Barokah Palembang, dengan responden yang 3 s/d 5 tahun menjadi nasabah jumlahnya lebih dominan sebanyak 46%, sementara responden yang >5 tahun menjadi nasabah jumlahnya lebih sedikit, yaitu 24,1%.

C. Hasil Analisis Data Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (independen variabel) dan kepuasan nasabah sebagai variabel terikat (dependen variabel).

1. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrument, penulis menggunakan analisis dengan SPSS berikut hasil pengujiannya.

a. Uji Validitas

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan r hitung dengan nilai r tabel. Untuk degree of freedom (df) = n-k dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 87-2 atau df= 85 dengan alpha 0,05 didapat 0,2108, jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom correted item pertanyaan total correlation) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Instrument

Variabel Kualitas pelayanan (X)

Sub Variabel / Indikator	**Item Pernyataan**	**Corrected Item Pernyataan Total Correlation**	**r table**	**Ket.**
Tangible (Bukti Fisik)	T 1	0,667	0,2108	Valid
	T 2	0,744	0,2108	Valid
	T 3	0,483	0,2108	Valid
Reliability (Kehandalan)	R 1	0,728	0,2108	Valid
	R 2	0,670	0,2108	Valid
	R 3	0,405	0,2108	Valid
Responsiveness (Daya Tanggap)	RS 1	0,785	0,2108	Valid
	RS 2	0,460	0,2108	Valid
	RS 3	0,794	0,2108	Valid
Assurance (Jaminan)	A 1	0,756	0,2108	Valid
	A 2	0,634	0,2108	Valid
	A 3	0,678	0,2108	Valid
Empathy (Perhatian)	E 1	0,366	0,2108	Valid
	E 2	0,347	0,2108	Valid
	E 3	0,349	0,2108	Valid
Kualitas Pelayanan	Total	8,866	0,2108	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari table 4.7, dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan memiliki r_h > r_{ti} (>0,2108) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Sub Variabel/ Indikator	Item Pernyataan	Corrected Item Pernyataan Total Correlation	r tabel	Ket.
Kepuasan nasabah	KN1	0,500	0,2108	Valid
	KN2	0,548	0,2108	Valid
	KN3	0,245	0,2108	Valid
	KN4	0,401	0,2108	Valid
Kepuasan nasabah	Total	1,694	0,2108	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.8, dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan memiliki $r_h > r_{ti}$ (0,2108) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.[83] Uji reliabilitas instrument dapat dilihat dari besarnya nilai cronbach alpha pada masing-masing variabel. *Cronbach alpa* digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten inter item atau menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item. Instrument untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliable jika memiliki *Cronbach Alpa* lebih besar

[83] Sugiyono, 2010. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, hlm 99

dari 0,60.[84] Dalam menjawab Ketidak- konsistenan dapat terjadi mungkin karena perbedaan persepsi responden atau kekurang-pahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas Instrument Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,754	,908	16

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari keterangan tabel 4.9 diatas dapat diketahui Cronbach's Alpha 0,754> 0,60 dengan demikian variabel kualitas pelayanan dikatakan reliabel.

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas Instrument Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,709	,696	5

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

[84] Imam Ghozali, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS,* Semarang: UNDIP, Hlm 129

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Dari keterangan tabel 4.10 diatas dapat diketahui Cronbach's Alpha 0,709 > 0,60 dengan demikian variabel kepuasan nasabah dikatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil penelitian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan grafik normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka datanya normal. Jika pada tabel *test of normality* dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* nilai sig > 0,05, maka data berdistribusi normal. Adapun uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Untuk Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Uji kolmogorov-smirnov	**Unstandarize Residual**
Nilai kolmogorov-smirnov	0,792
Sig	0,557

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Berdasarkan pada tabel 4.11, Pada uji Kolmogorov Smirnov menunjukkan bahwa data yang didapat tersebut mengikuti distribusi normal, Berdasarkan hasil output menunjukkan nilai kolmogorov smirnov signifikan pada 0,557 >0,05. Dengan demikian, residul data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. uji linieritas dilihat dari nilai Sig. *Linearity* dan Sig. deviation from liniearity. Jika nilai Sig, *Linierity*<α= 0,05 maka model regresi adalah linier dan sebaliknya.

Tabel 4.12

Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan Tehadap Kepuasan Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
SCORE_KEPUASAN * SCORE_KUALITAS	Between Groups	(Combined)	232,902	26	8,958	12,078	,000
		Linearity	197,439	1	197,439	266,209	,000
		Deviation from Linearity	35,464	25	1,419	1,913	,021
	Within Groups		44,500	60	,742		
	Total		277,402	86			

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.12, diperoleh nilai Sig.*Linearity* 0,000<α= 0,05 yang artinya terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel Kepuasan Nasabah (Y) dengan Kualitas pelayanan (X).

RADEN PATAH PALEMBANG

3. Analisis Regresi Linier sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan dalam penelitian ini karena variabel independen dalam penelitian ini lebih dari dua. Analisis regresi linier sederhana adalah regresi dimana variabel terikat (Y) dihubungkan atau dijelaskan satu variabel bebas (X) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linier.

Tabel 4.13

Analisis Regresi Linear sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,115	0,866		3,599	0,001
	SCORE_KUALITAS	0,206	0,014	0,844	14,487	0,000

a. Dependent Variable: SCORE_KEPUASAN

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.13, dapat diketahui hasil analisis regresi diperoleh koefisien untuk variabel kualitas pelayanan dengan konstanta sebesar 3,115 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Y= a + b.X

Y= 3,115+0,206X

Angka-angka ini dapat diperhatikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 3,115; artinya jika kualitas pelayanan (X) nilainya adalah 0, maka kepuasan nasabah (Y) nilainya positif sebesar 3,115.

2. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X) sebesar 0,206; menyatakan bahwa setiap penambahan skor nilai kualitas pelayanan maka nilai kepuasan nasabah bertambah sebesar 0,206. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yang memiliki fungsi untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen (kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah).[85]

Tabel 4.14

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,844[a]	0,712	0,708	0,970

a. Predictors: (Constant), SCORE_KUALITAS

b. Dependent Variable: SCORE_KEPUASAN

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Dari Tabel 4.14 menunjukan bahwa pengaruh variabel *independent* (kualitas pelayanan terhadap variabel *dependent* (kepuasan nasabah) dinyatakan dalam nilai *R Square* yaitu sebesar 0,712 atau 71,2%. Artinya 71,2% variabel kepuasan nasabah bisa dijelaskan oleh variabel kualitas

[85] Imam Ghozali, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Hlm 83

pelayanan. Sedangkan 28,8% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian.

b. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji signifikasi t digunakan untuk melihat signifikasi pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Uji signifikansi t ini, dalam hasil perhitungan statistic Ordinary Least Square (OLS) ditunjukkan dengan t hitung. Secara terperinci hasil t hitung dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.15

Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,115	,866		3,599	,001
	SCORE_KUALITAS	,206	,014	,844	14,487	,000

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Besarnya angka t_{tabel} dengan ketentuan α= 0,05 dan dk = (n-2) atau (87-2) = 85 sehingga diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,98827. Berdasarkan tabel 4.17 diatas, maka dapat diketahui masing- masing variabel sebagai berikut: Variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BMT Surya Barokah Palembang.

Dari tabel coefficients diperoleh nilai t_h =14,487 yang artinya t_h >t_t (14,487>1,98827) dengan signifikansi 0,000 < 0,05 H_0 ditolak H_a

diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Artinya Hipotesis terbukti.

D. Pembahasan

Pada hasil penelitian diatas, pembahasan mengenai masalah hubungan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dapat dijelaskan sebagai berikut :

Berdasarkan tabel uji-t besarnya angka t_t dengan ketentuan α= 0,05 dan dk = (n-2) atau (87-2) = 85 sehingga diperoleh nilai t_t sebesar 1,98827. Dari tabel coefficients diperoleh nilai t_h =14,487 yang artinya t_h >t_t (14,487>1,98827) dengan signifikasi 0,000 < 0,05 artinya secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan teori yang dikemukakan Ali Hassan kepuasan atau ketidakpuasan merupakan suatu perasaan nasabah sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Kepuasan atau ketidakpuasan merupakan respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuain yang dipersepsikan antara harapan sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Pelanggan yang puas ketika kualitas layanan yang dirasa sesuai atau bahkan melebihi harapan.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Raditya Adi Pratama (2012) yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dari

hasil penelitian bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adanya pengaruh positif antara kualitas layanan yang terdiri dari dimensi, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangibles*, terhadap kepuasan konsumen dibengkel Mitsubishi PT. Borobudur Oto Mobil Yogyakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT (Baitul Maal Wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing indikator penelitian. Dan juga dibuktikan bahwa adanya pengaruh variabel *independent* (kualitas pelayanan) terhadap variabel *dependent* (kepuasan nasabah) yang dinyatakan dalam nilai *R Square* yaitu sebesar 0,712 atau sebesar 71,2%. Artinya 71,2% variabel kepuasan nasabah bisa dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan 28,8% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian. Berarti kualitas pelayanan yang diberikan BMT Surya Barokah Palembang kepada nasabah sesuai dengan ekspetasi/harapan yang mereka inginkan.

RADEN FATAH
PALEMBANG

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat ditarik simpulan, yaitu:

Bahwa adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Satuan koefesien yang bernilai positif diatas menunjukan hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan itu searah artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan begitu pula sebaliknya. Dengan kata lain apabila kualitas pelayanan di BMT Surya Barokah Palembang memiliki kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan nasabahnya akan mengalami peningkatan.

Dari tabel coefficients diperoleh nilai t_h =14,487 yang artinya t_h >t_t (14,487>1,98827) dengan signifikasi 0,000 < 0,05 artinya secara parsial terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

B. Saran

1. Saran untuk BMT Surya Barokah Palembang

Berdasarakan hasil pembahasan dan simpulan yang diperoleh, maka peneliti menyarankan hendaknya pihak BMT (Baitul Maal Wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang untuk meningkatkan pelayanan

yang diberikan kepada nasabah, memberikan perhatian terhadap penyelesaian masalah nasabah, tidak membuat kesalahan dalam memberikan pelayanan, serta tepat waktu dalam memberikan pelayanan, sehingga nasabah akan menciptakan kepuasan untuk membangun kerjasama jangka panjang.

2. Saran Untuk Penelitian Mendatang

Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain bukti fisik *(tangible)*, kehandalan *(reliability)*, daya tanggap *(responsiveness)*, jaminan *(assurance)*, dan kepedulian *(emphaty)* yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan nasabah misalnya, efisiensi pelayanan dan efektifitas pelayanan, agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi kepuasan nasabah.

RADEN FATAH
PALEMBANG

DAFTAR PUSTAKA

Caecaria, Bunga Dwihapsari, *Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa Oryza Tour*. Semarang, 2011

Fauzi, Ali, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah pada Rumah Sakit Bhakti Wira Tantama Semarang,* Skripsi (Semarang :Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2008). Derema Jurnal Manajemen 2013. Vol 3 (4)

Ghozali, Imam, 2005. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Semarang: UNDIP.

Ghozali, Imam, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam, 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graham Ilmu.

Ghozali, 2008. *Model Persamaan Structural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos Ver.5.0*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Habibaturahman, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Muhammadiyah Palembang*, Skripsi, (Palembang : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah, 2011)

Hartono, Ken Agung, (2013), "*Pengaruh Kualitas Layanan,, Komitmen, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas nasabah di Bank Simpeda Yogyakarta)*", http://eprints.undip.ac.id (Diakses 26 Januari 2017)

Hasan, Ali, *Kepuasan atau Ketidakpuasan merupakan suatu perasaan nasabah*, (jakarta; 2013)

Henri, Andre Slat, *Analisis Harga Pokok Produk dengan Metode Full Costing dan Penentuan Harga jual*, 2013 (Diakses Tanggal 27 Januari 2017).

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Haqu, Risqonadhimi, *Analisis Dampak Kualitas Pelayanan dalam membentuk kepuasan nasabah Precious studio Semarang*, Semarang: Skripsi, 2011.

Iskandar. Andreas, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Restoran Platinum Lippo Karawaci Terhadap Loyalitas nasabah : Kepuasan nasabah Sebagai Variabel Intervening.* Jakarta: Derema Jurnal Manajemen 2013. Vol (2)

Juwandi, Hendy Irawan, *Kepuasan Pelayanan Jasa*, (jakarta: Erlangga, 2004)

Kotler, Philip dan Armstrong, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Pranada Media, 2001)

Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010)

Laksono, Adityo, *Pengertian Kepuasan nasabah*, 2015 (Diakses Tanggal 27 Januari 2017).

Meigy, Deby Arzena, *Pengaruh Kepuasan Atas Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang*. Padang: Jurnal Kuntansi dan Keuangan. 2012. Vol 2 (3)

Maman, Arya Putra, *Pengaruh Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Mandiri Syariah*, Yogyakarta: Skripsi, 2011

Mieke, Elita Wijaya, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Waterpark Semawis Semarang*, Semarang: Skripsi, 2011.

Nur, Ryan Harjanto, *Analisis Pengaruh harga, produk, kebersihan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.* Semarang, 2010

Parasuraman, *Membangun Kepuasan Pelanggan dan Akses Loyalitas*, 2006.

Priyanto, Dwi, 2008. *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*, Yogyakarta: Mediakom.

Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (jakarta: Indeks Edisi Kedua belas, 2007).

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Rakasiwi, Edo, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada BMT Perkasa Semarang).* Semarang: Jurnal Akuntansi dan keuangan, 2010. Vol 12 (5)

Sofjan, Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010)

Sugiyono, 2003. *Metode Penelitian Bisnis.* Cetakan kelima Bandung: Alfa Beta.

Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keenam. Bandung: CV. Alfa Beta.

Sugiyono, 2007. *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D,* Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna 2014. *Metodologi Penelitian,* Yogyakarta: Pustaka Baru.

Tjiptono, Fandy, *Pemasaran jasa,* (Malang: Bayu media publishing, 2007)

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Edisi ketiga, Andi, 2008)

Tri, Febri Bramasta Putra, Analisis *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Studi pada Bengkel mobil rapi glass autocare Semarang*. Semarang: Skripsi, 2013

Yusup, Muhammad, *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda*, 2011 (Diakses Tanggal 27 Januari 2017).

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

UIN
RADEN FATAH
PALEMBANG

BMT SURYA BAROKAH
Jln. Ki Merogan No.511 Kec. Kertapati Palembang
Telp. 0711-510003

Nomor : 001/BMT.SB/VIII/2017 Palembang, 28 Agustus2017
Lampiran : -
Perihal :Balasan Izin Penelitian

Kepada,
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Fattah Palembang
di-
Palembang

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Berkaitan dengan surat yang diajukan kepada BMT Surya Barokah tanggal 17 Februari 2017 dengan nomor surat: B.226/Un.09/V1.1/PP.009/02/2017 tentang izin untuk pengambilan data, BMT Surya Barokah memutuskan untuk memberikan data/keterangan selama tidak menyangkut rahasia BMT, yaitu atas nama :

Nama : Hendriansa
Nim : 13190113
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Pada BMT (Baitul Maal Wattamwil) Surya Barokah Palembang

Demikianlah surat balasan ini dapat saudara maklum. Atas kerjasamanya Kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

BMT Surya Barokah,
Manager
An. Koord. Pembiayaan

(Rohana)

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

KEMENTRIAN AGAMA RI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

DAFTAR KONSULTASI

Nama	: Hendriansa
NIM / Program Studi	: 13190113
Fakultas/Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Islam
Pembimbing I	: Rudi Aryanto, S.Si, M.Si
Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang.

No	Hari/Tanggal	Hal yang di Konsultasikan	Paraf
	27/3 '2017	- perbaiki latar belakang - Regresi di post penjelas. - Kaya Regresi Linier. - Variabel bebas hanya 1	
	17/8 / 2017.	- Acc penelitian	
	1/8 '2017.	- perhatikan makna pengaruh positif/negatif	
	?	- lengkapi seluruh isi skripsi	
	O	- singkatkan rumusan masalah. & kesimpulan.	
	11/8 / 2017	Acc ujian / lengkapi seluruh isi penelitian sesuai ttd di ujian a	

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

KEMENTRIAN AGAMA RI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

DAFTAR KONSULTASI

Nama : Hendriansa
NIM / Program Studi : 13190113
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Islam
Pembimbing II : Erdah Litriani, S.E., M.Ec., Dev
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang.

No	Hari/Tanggal	Hal yang di Konsultasikan	Paraf
1.	Kamis / 16-02-2017	- Revisi bab I - tambahkan Indikator Kualitas, Jelaskan! - Revisi Bab II - Hubungan antara Kualitas dg Kepuasan (Secara teori dan Analisa penulis). - Bab III, Hilangkan Uji korelasi	
2.	Senin 20-02-2017	- Tambahkan tabel Indikator Variabel Penelitian di Bab III	
3	Jum'at / 3-02-2017	- Sesuaikan Indikator dengan Teori di Bab II	
4	Selasa / 7-03-2017	- Acc Bab I, II, III dan Acc ke pembimbing I	
5.	21 / 7 / 2017	- Bawa bab I - III - Perbaiki Pembahasan + Analisa	

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

KEMENTRIAN AGAMA RI
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

DAFTAR KONSULTASI

Nama : Hendriansa
NIM / Program Studi : 13190113
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Islam
Pembimbing II : Erdah Litriani, S.E., M.Ec., Dev
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang.

No	Hari/Tanggal	Hal yang di Konsultasikan	Paraf
6	24/7/2017	- Perbaiki Analisis Regresi - Perbaiki R square dan beri penjelasannya - Pembahasan berdasarkan teori, penelitian terdahulu dan analisis penulis. - dan tambahkan Visi-Misi BMT dan produk-produknya.	
7	4/8/2017	Tabel Perkembangan BMT Ubah ke grafik.	
8	8/8/2017	Acc bab IV Perbaikan Saran Perbaikan Daftar Pustaka.	
9	9/8 2017	Acc bab I-V Acc Munaqosyah	

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

KUESIONER

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) SURYA BAROKAH PALEMBANG

Saya seorang mahasiswa pada Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Hendriansa

NIM : 13190113

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

Universitas : Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang

Memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1), Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnin Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang.

Daftar pertanyaan ini berisi tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang. Atas partisipasi Saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan/kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Palembang, mei 2017

(Peneliti)

Hendriansa

A. Identitas Responden

1. Nama :.....(boleh tidak diisi)

2. Jenis Kelamin : ☐ Pria ☐ Wanita

3. Umur :..... (tahun)

4. Pendidikan Terakhir : ☐ SD ☐ SLTA ☐ Sarjana

   ☐ SLTP ☐ D3

5. Pekerjaan : ☐ PNS ☐ Wiraswasta

   ☐ Swasta ☐.....(lain-lain)

6. Pendapatan : a. ☐ Kurang dari Rp. 500.000
   b. ☐ Rp. 500.001 s/d Rp. 1.000.000
   c. ☐ Rp. 1.000.001 s/d Rp. 1.500.000
   d. ☐ Rp. 1.500.001 s/d Rp. 2.000.000
   e. ☐ lebih dari Rp.2.000.000

7. Sudah berapa lamakah Saudara/i menjadi nasabah BMT (Baitul Maal wat-tamwil) Surya Barokah Palembang?
   ☐ 1 s/d 3 tahun ☐ 3 s/d 5 tahun ☐ lebih dari 5 tahun

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

B. PETUNJUK PENGISIAN DAFTAR PERTANYAAN

1. Pilihlah jawaban pertanyaan di bawah ini yang sesuai dengan sikap Saudara dan sesuai dengan kondisi sebenarnya.
2. Saudara dapat memberikan tanda **silang (X)** pada salah satu jawaban **STS**, **TS**, **KS**, **S**, dan **SS** pada kolom yang telah disediakan.

   Keterangan :

1)	SS	= Sangat Setuju	diberi Skor	5
2)	S	=Setuju	diberi Skor	4
3)	KS	=Kurang Setuju	diberi Skor	3
4)	TS	=Tidak Setuju	diberi Skor	2
5)	STS	=Sangat Tidak Setuju	diberi Skor	1

1. *Tangibles*, X1 (Bukit Fisik)

No	Variabel	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Interior dan eksterior pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang ditata rapi.					
2	Ruangan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang nampak bersih.					
3	Sistem sarana teknologi yang digunakan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang canggih dan modern.					

***2. Reliability*, X2 (Kehandalan)**

No	Variabel	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang selalu tepat bila berjanji kepada nasabah.					
2	Karyawan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang jujur dalam memberikan keterangan atau informasi					

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

	kepada nasabah.					
3	Karyawan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang berusaha menghindari kesalahan pada saat melayani nasabah.					

3. *Responsiveness*, X3 (Daya Tanggap)

No	Variabel	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang siap membantu pelanggan bila mengalami kesulitan.					
2	Karyawan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang cepat dalam melayani kepentingan nasabah.					
3	Karyawan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang dalam menjalin komunikasi yang lancar pada nasabah.					

4. *Assurance*, X4 (jaminan)

No	Variabel	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang ramah dan sopan dalam melayani nasabah.					
2	Karyawan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang terampil dalam melayani nasabah.					
3	Karyawan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang mempunyai pengetahuan yang memadai tentang segala hal yang berkaitan dengan BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang.					

5. *Empathy*, X5 (Kepedulian)

No	Variabel	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang mau					

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

	memberi perhatian kepada nasabah.					
2	Karyawan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang menjamin keamanan dan kenyamanan nasabah pada saat melakukan transaksi.					
3	Karyawan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang megutamakan kepentingan nasabah.					

6. Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Variabel	Variabel				
		SS	S	KS	TS	STS
1	BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang mau berdiskusi kepada nasabah apabila ada masalah yang belum dapat diselesaikan.					
2	Reputasi BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang sudah di percaya.					
3	Karyawan pada BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang mengetahui dengan baik produk yang ditawarkan.					
4	Produk simpan pinjam dan jasa dapat memenuhi kebutuhan nasabah.					

RADEN FATAH
PALEMBANG

HASIL HITUNG DATA KUESIONER																					
NO	**BUKTI FISIK**			**KEHANDALAN**			**DAYA TANGGAP**			**JAMINAN**			**EMPATI**				**KEPUASAN PELANGGAN**				
Resp	**PERTANYAAN**			**PERTANYAAN**			**PERTANYAAN**			**PERTANYAAN**			**PERTANYAAN**				**PERTANYAAN**				
	1	**2**	**3**	**1**	**2**	**3**	**1**	**2**	**3**	**1**	**2**	**3**	**1**	**2**	**3**	**Jml**	**1**	**2**	**3**	**4**	**Jml**
1	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	50	4	4	4	4	16
2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	37	3	3	4	3	13
3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	61	4	4	4	5	17
4	5	5	2	5	2	5	5	5	5	5	2	2	2	5	2	57	4	4	5	5	18
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	4	4	4	4	16
6	4	4	2	4	2	5	5	5	5	5	2	2	2	5	2	54	5	5	5	5	20
7	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	67	4	4	5	4	17
8	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	65	4	4	4	4	16
9	5	5	2	4	2	4	3	3	5	5	2	2	2	3	2	49	5	4	5	4	18
10	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	68	5	4	4	4	17
11	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	71	4	4	4	4	16
12	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	66	5	4	4	4	17
13	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	66	4	4	4	4	16

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

14	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	53	4	5	4	4	17
15	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	67	4	5	4	4	17
16	3	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	68	4	4	4	4	16
17	3	3	5	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	3	5	64	4	4	5	4	17
18	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	68	5	4	5	4	18
19	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	64	4	5	5	4	18
20	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	68	5	5	4	4	18
21	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	67	4	4	4	4	16
22	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	44	4	4	3	4	15
23	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	67	5	5	4	4	18
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	5	4	17
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	16
27	3	3	5	4	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	65	5	4	4	4	17
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	4	4	5	4	17
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	16

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	16
31	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	68	4	4	5	4	17
32	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59	4	3	4	3	14
33	3	3	5	3	5	4	3	4	4	4	5	5	5	3	5	61	5	4	4	4	17
34	5	5	3	5	3	4	5	5	3	3	3	3	3	5	3	58	3	5	4	4	16
35	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	67	4	5	5	4	18
36	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	72	5	4	5	4	18
37	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	71	5	5	4	5	19
38	3	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	62	4	4	5	4	17
39	2	2	4	2	4	5	2	5	2	2	4	4	4	2	4	48	4	4	4	4	16
40	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	66	5	3	5	4	17
41	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61	4	4	5	4	17
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	59	4	3	5	3	15
44	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	68	5	5	4	4	18
45	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	4	4	4	4	16

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	61	4	4	5	4	17
48	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	48	5	4	4	4	17
49	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	68	5	4	5	4	18
50	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	68	4	4	4	4	16
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	16
52	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	53	3	3	4	3	13
53	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	58	4	5	4	5	18
54	2	2	3	2	3	4	2	4	2	2	3	3	3	2	3	40	3	4	4	4	15
55	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	53	4	5	4	5	18
56	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	37	5	4	4	4	17
57	3	3	2	3	2	5	3	3	3	3	2	2	2	3	2	41	5	4	5	4	18
58	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	67	4	4	3	4	15
59	2	2	4	2	4	5	2	4	2	2	4	4	4	2	4	47	4	4	4	4	16
60	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	47	5	4	4	4	17
61	5	5	3	5	3	4	5	3	5	5	3	3	3	5	3	60	5	3	4	3	15

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

62	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	67	5	5	3	5	18
63	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	53	4	4	4	4	16
64	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59	4	3	4	3	14
65	3	3	5	3	5	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	59	5	3	4	3	15
66	5	5	2	4	2	5	5	2	5	5	2	2	2	5	2	53	5	2	5	2	14
67	3	3	5	3	5	4	3	4	3	3	5	5	5	3	5	59	5	4	4	4	17
68	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	69	4	5	5	5	19
69	2	2	4	2	4	4	2	4	3	3	4	4	4	2	4	48	4	4	4	4	16
70	4	4	5	3	5	4	4	2	5	5	5	5	5	4	5	65	5	2	4	2	13
71	3	3	5	3	5	3	3	4	4	4	5	5	5	3	5	60	5	4	4	4	17
72	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	62	4	5	5	5	19
73	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	58	4	3	4	3	14
74	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	73	5	4	5	4	18
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	16
76	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46	3	3	5	3	14
77	3	3	4	3	4	4	3	5	3	3	4	4	4	3	4	54	4	5	4	5	18

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

78	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	53	4	4	4	4	16
79	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	53	5	3	4	3	15
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	16
81	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	4	4	4	4	16
82	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	54	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	61	4	5	4	5	18
84	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59	4	4	4	4	16
85	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74	5	5	4	5	19
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	4	3	4	15

UIN
RADEN FATAH
PALEMBANG

Hasil Skor Kuisioner

Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Sub Variabel	Item perta-nyaan	Total									
		SS	%	S	%	KS	%	TS	%	STS	%
Tangible (Bukti Fisik)	T1	13	15	48	55,2	21	24,1	5	5,7	0	0
	T2	13	15	48	55,2	21	24,1	5	5,7	0	0
	T3	29	33,3	40	46	12	13,8	6	6,9	0	0
Reliability (Kehandalan)	R1	12	13,8	49	56,3	21	24,1	5	5,7	0	0
	R2	28	32,1	42	48,2	11	12,6	6	6,9	0	0
	R3	23	26,4	54	62,1	10	11,5	0	0	0	0
Responsiveness (Daya Tanggap)	RS1	20	23	45	51,7	17	19,5	5	5,7	0	0
	RS2	24	27,6	42	48,2	15	17,2	6	6,9	0	0
	RS3	19	21,9	50	57,5	13	15	5	5,7	0	0
Assurance (Jaminan)	A1	19	21,9	50	57,5	13	15	5	5,7	0	0
	A2	28	32,1	42	48,2	11	12,6	6	6,9	0	0
	A3	29	33,3	40	46	12	13,8	6	6,9	0	0
Empathy (Perhatian)	E1	29	33,3	40	46	12	13,8	6	6,9	0	0
	E2	20	23	45	51,7	17	19,5	5	5,7	0	0
	E3	28	32,1	42	48,2	11	12,6	6	6,9	0	0
Total		334	25,6	677	51,9	217	16.6	77	5,88	0	0

RADEN FATAH PALEMBANG

Hasil skor kuisioner

Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Sub Variabel	Item pertanyaan	Total									
		SS	%	S	%	KS	%	TS	%	STS	%
Kepuasan Pelanggan	KN1	28	32,2	54	62,1	5	5,7	0	0	0	0
	KN2	18	20,7	56	64,4	11	12,6	2	2,3	0	0
	KN3	24	27,6	59	67,8	4	4,6	0	0	0	0
	KN4	12	13,8	63	72,4	10	11,5	2	2,3	0	0
Total		82	23,6	232	66,7	30	8,6	4	1,1	0	0

UIN
RADEN FATAH
PALEMBANG

TABEL IDENTITAS RESPONDEN

IDENTITAS RESPONDEN							
No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	Lama Menjadi Nasabah
1	Intan Permata Sari	Wanita	20	SLTA	Mahasiswi	< Rp 500.000	1 s/d 3 tahun
2	Nyimas Ummu Salamah	Wanita	19	SLTA	Swasta	< Rp 500.000	1 s/d 3 tahun
3	Yuniar Susanti	Wanita	21	D3	Mahasiswi	Rp 1.000.001 s/d Rp 1.500.000	1 s/d 3 tahun
4	Halimah	Wanita	22	Sarjana	Swasta	< Rp 500.000	1 s/d 3 tahun
5	Suratno	Pria	34	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
6	Sulaiman	Pria	48	SLTP	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
7	Rina Agus Waktuti	Wanita	32	Sarjana	PNS	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
8	Rohana TS Sekojo	Pria	45	Sarjana	PNS	> Rp 2.000.000	> 5 tahun
9	Rena Juarni	Wanita	41	SLTA	Swasta	Rp 1.000.001 s/d Rp 1.500.000	1 s/d 3 tahun
10	Sri	Wanita	30	SLTA	Swasta	Rp 1.000.001 s/d Rp 1.500.000	3 s/d 5 tahun
11	Zurnawati	Wanita	47	D3	Wiraswasta	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
12	Kurniawan	Pria	28	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
13	Sumardi	Pria	37	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
14	Sugi Marlia	Wanita	44	Sarjana	PNS	> Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
15	M Tahan	Pria	52	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	> 5 tahun
16	Kamal	Wanita	21	SLTA	Mahasiswi	> Rp 500.000	1 s/d 3 tahun
17	Harni	Wanita	33	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
18	Rohaya D S	Wanita	36	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
19	Adriansyah	Pria	47	SLTA	Wiraswasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	> 5 tahun
20	S Nafsiah	Wanita	44	Sarjana	PNS	> Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
21	Yusdistirawati	Wanita	40	SLTA	Swasta	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
22	Enjang Subardi	Pria	43	D3	Wiraswasta	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
23	Hendrianto	Pria	56	SLTA	Wiraswasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
24	Istiqomah	Wanita	46	Sarjana	PNS	> Rp 2.000.000	> 5 tahun

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

25	Nurhidayanti	Wanita	40	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
26	Maryana	Wanita	50	SLTP	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
27	Yopi Lesmana	Pria	35	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
28	Yulianti	Wanita	22	SLTA	Mahasiswi	< Rp 500.000	3 s/d 5 tahun
29	M Sukri	Pria	49	SLTP	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
30	Maimunah	Wanita	44	SLTA	Swasta	Rp 1.000.001 s/d Rp 1.500.000	1 s/d 3 tahun
31	M Syafei	Pria	48	SLTA	Wiraswasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
32	Yenady	Pria	51	SLTA	Swasta	> Rp 2.000.000	> 5 tahun
33	Ilyas	Pria	40	SLTA	Swasta	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
34	Jumila	Wanita	41	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
35	Rukia	Wanita	31	SLTA	Swasta	Rp 1.000.001 s/d Rp 1.500.000	> 5 tahun
36	Eka Haryanti	Wanita	26	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
37	Anita	Wanita	22	Sarjana	PNS	> Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
38	Erwin	Pria	42	SLTA	Wiraswasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
39	Ferdianti	Wanita	32	SLTA	PNS	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
40	Helmi	Pria	39	SLTA	Wiraswasta	Rp 1.000.001 s/d Rp 1.500.000	1 s/d 3 tahun
41	Joni Iskandar	Pria	33	SLTA	Wiraswasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
42	Sayuna	Wanita	36	SLTA	Wiraswasta	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
43	Sundari	Wanita	47	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	> 5 tahun
44	Msy Robiah	Wanita	40	SLTA	Swasta	> Rp 2.000.000	> 5 tahun
45	Maryani Sadiah	Wanita	49	Sarjana	PNS	> Rp 2.000.000	> 5 tahun
46	Azimah	Wanita	40	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
47	Bahaki	Pria	44	SLTA	Swasta	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
48	Nahuni	Wanita	39	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
49	Ratna Wati	Wanita	55	SLTA	Wiraswasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	> 5 tahun
50	Usnaini	Wanita	23	Sarjana	Swasta	Rp 1.000.001 s/d Rp 1.500.000	1 s/d 3 tahun
51	Abdul Muthilib	Pria	56	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun

RADEN FATAH PALEMBANG

52	Asmawati	Wanita	53	Sarjana	PNS	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
53	Atika Sari	Wanita	38	Sarjana	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
54	Linda Rustania	Wanita	37	D3	PNS	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
55	Mahmuya	Wanita	38	Sarjana	PNS	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
56	Marini	Wanita	53	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
57	Maryani	Wanita	39	Sarjana	PNS	> Rp 2.000.000	> 5 tahun
58	Munawir	Pria	52	SLTA	Wiraswasta	Rp 1.000.001 s/d Rp 1.500.000	> 5 tahun
59	Marisa	Wanita	44	Sarjana	PNS	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
60	Rusmala Dewi	Wanita	37	Sarjana	PNS	> Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
61	Rosmani	Wanita	37	D3	Swasta	> Rp 2.000.000	> 5 tahun
62	A. Kadir Alwi	Pria	51	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
63	Supardi	Pria	48	SLTA	Wiraswasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
64	Nuriyah	Wanita	55	SLTA	Swasta	> Rp 2.000.000	> 5 tahun
65	M Sholeh	Pria	46	SLTA	Wiraswasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
66	Hendrawati	Wanita	33	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
67	Darul Qotni	Pria	40	SLTA	PNS	> Rp 2.000.000	> 5 tahun
68	Ahmad Rasyid	Pria	58	SLTA	PNS	> Rp 2.000.000	> 5 tahun
69	Zuldus	Pria	41	SLTA	Wiraswasta	> Rp 2.000.000	> 5 tahun
70	Tri Oktarina	Wanita	44	SLTA	Wiraswasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
71	Sandani	Pria	36	Sarjana	Swasta	> Rp 2.000.000	> 5 tahun
72	Sri Rahayu	Wanita	38	D3	PNS	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
73	Sumadi	Pria	48	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
74	Suryati	Wanita	33	SLTA	Swasta	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
75	Rusmini	Wanita	45	D3	Wiraswasta	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
76	Salman	Pria	38	SLTA	Swasta	Rp 1.000.001 s/d Rp 1.500.000	3 s/d 5 tahun
77	Siti Hawa	Wanita	36	Sarjana	Swasta	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
78	Agus Salim	Pria	38	SLTA	Wiraswasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun

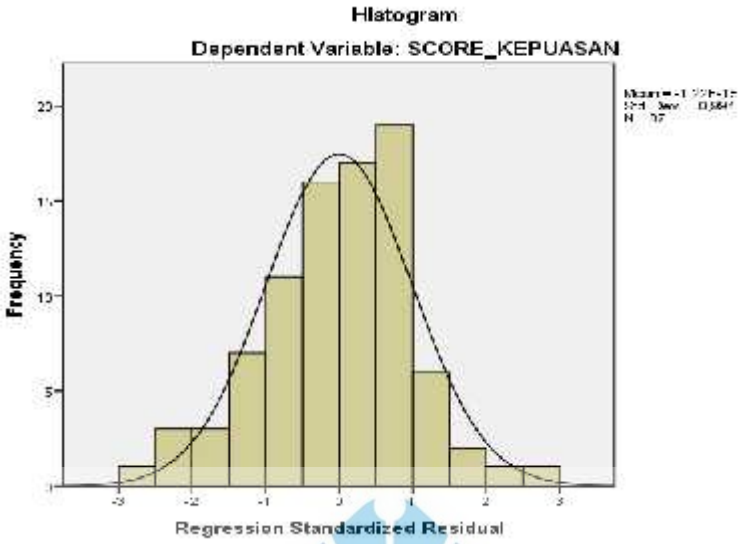
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

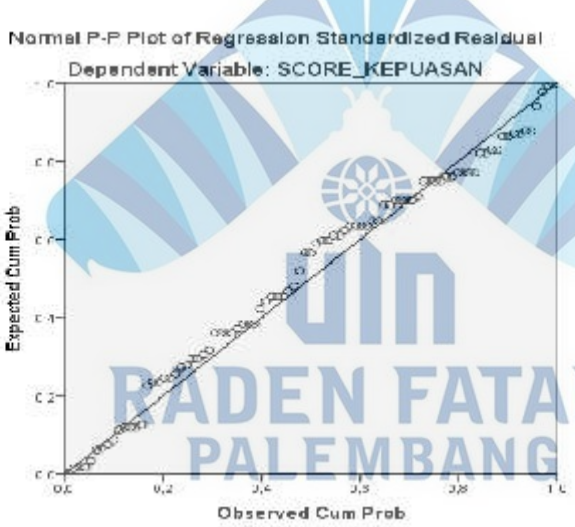
79	Amran	Pria	37	SLTA	Wiraswasta	Rp 1.000.001 s/d Rp 1.500.000	> 5 tahun
80	Ani Rosita	Wanita	42	SLTP	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
81	Askoloni	Pria	49	SLTA	Wiraswasta	Rp 1.000.001 s/d Rp 1.500.000	3 s/d 5 tahun
82	Rusli	Pria	41	SLTA	Wiraswasta	> Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
83	Toto	Pria	45	SLTP	Swasta	Rp 1.500.001 s/d Rp 2.000.000	1 s/d 3 tahun
84	Iswarni	Wanita	58	SLTA	Wiraswasta	> Rp 2.000.000	> 5 tahun
85	Nurul Jannah	Wanita	32	SLTA	Swasta	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun
86	Agus cik	Pria	57	SLTA	PNS	> Rp 2.000.000	> 5 tahun
87	Basirun	Pria	50	SLTA	Wiraswasta	> Rp 2.000.000	3 s/d 5 tahun

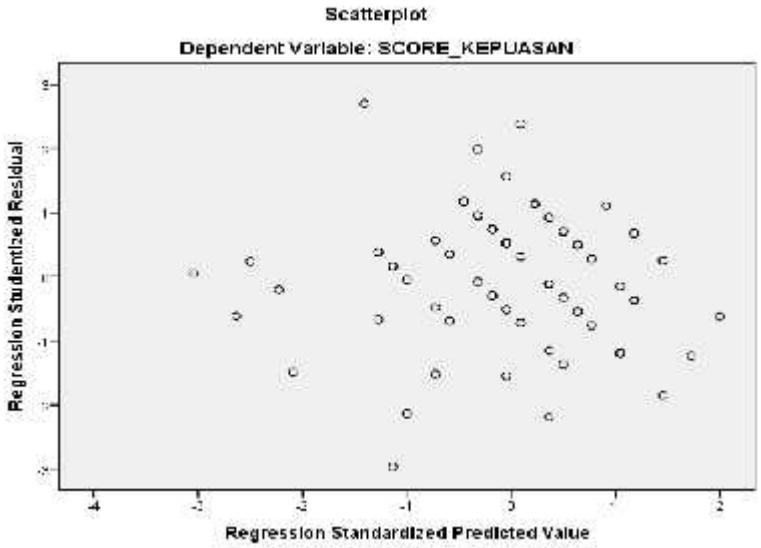
RADEN FATAH
PALEMBANG

GAMBAR HASIL UJI NORMALITAS DAN

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS







RADEN FATAH
PALEMBANG

TABEL HASIL UJI REALIBILITAS
INSTRUMENT KUALITAS PELAYANAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,754	,908	16

TABEL HASIL UJI REALIBILITAS
INSTRUMENT KEPUASAN NASABAH

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0,709	,696	5

TABEL HASIL UJI LINIERITAS KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
SCORE_KEPUASAN * SCORE_KUALITAS	Between Groups	(Combined)	232,902	26	8,958	12,078	,000
		Linearity	197,439	1	197,439	266,209	,000
		Deviation from Linearity	35,464	25	1,419	1,913	,021
	Within Groups		44,500	60	,742		
	Total		277,402	86			

TABEL HASIL ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,115	0,866		3,599	0,001
	SCORE_KUALITAS	0,206	0,014	0,844	14,487	0,000

a. Dependent Variable: SCORE_KEPUASAN

TABEL KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,844[a]	0,712	0,708	0,970

a. Predictors: (Constant), SCORE_KUALITAS

b. Dependent Variable: SCORE_KEPUASAN

UIN
RADEN FATAH
PALEMBANG

UIN
RADEN FATAH
PALEMBANG

TABEL PENENTUAN JUMLAH SAMPEL DARI POPULASI TERTENTU DENGAN TARAF KESALAHAN, 1%, 5%, DAN 10 %

N	Siginifikasi			N	Siginifikasi		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	**197**	155	138
15	15	14	14	290	**202**	158	140
20	19	19	19	300	**207**	161	143
25	24	23	23	320	**216**	167	147
30	29	28	28	340	**225**	172	151
35	33	32	32	360	**234**	177	155
40	38	36	36	380	**242**	182	158
45	42	40	39	400	**250**	186	162
50	47	44	42	420	**257**	191	165
55	51	48	46	440	**265**	195	168
60	55	51	49	460	**272**	198	171
65	59	55	53	480	**279**	202	173
70	63	58	56	500	**285**	205	176
75	67	62	59	550	**301**	213	182
80	71	65	62	600	**315**	221	187
85	75	68	65	650	**329**	227	191
90	79	72	68	700	**341**	233	195
95	83	75	71	750	**352**	238	199
100	87	78	73	800	**363**	243	202
110	94	84	78	850	**373**	247	205
120	102	89	83	900	**382**	251	208
130	109	95	88	950	**391**	255	211
140	116	100	92	1000	**399**	258	213
150	122	105	97	1100	**414**	265	217
160	129	110	101	1200	**427**	270	221
170	135	114	105	1300	**440**	275	224
180	142	119	108	1400	**450**	279	227
190	148	123	112	1500	**460**	283	229
200	154	127	115	1600	**469**	286	232
210	160	131	118	1700	**477**	289	234
220	165	135	122	1800	**485**	292	235
230	171	139	125	1900	**492**	294	237
240	176	142	127	2000	**498**	297	238
250	182	146	130	2200	**510**	301	241
260	187	149	133	2400	**520**	304	243
270	192	152	135	2600	**529**	307	245

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

Titik Persentase Distribusi t (dk = 1 –50)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	**0.50**	**0.20**	**0.10**	**0.050**	**0.02**	**0.010**	**0.002**
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.02108	2.42326
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141

ADMIN STATA PALEMBANG

Titik Persentase Distribusi t (dk = 51 –100)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	**0.50**	**0.20**	**0.10**	**0.050**	**0.02**	**0.010**	**0.002**
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung.

RADEN FATAH PALEMBANG

TABEL r UNTUK df = 1-100

df = (N-2)	Tingkat Signifikansi Untuk Uji Satu Arah				
	0,05	**0,025**	**0,01**	**0,005**	**0,0005**
	Tingkat Signifikansi Untuk Uji Dua Arah				
	0,1	**0,05**	**0,02**	**0,01**	**0,001**
1	0,9877	0,9969	0,9995	0,9999	1,0000
2	0,9000	0,9500	0,9800	0,9900	0,9990
3	0,8054	0,8783	0,9343	0,9587	0,9911
4	0,7293	0,8114	0,8822	0,9172	0,9741
5	0,6694	0,7545	0,8329	0,8745	0,9509
6	0,6215	0,7067	0,7887	0,8343	0,9249
7	0,5822	0,6664	0,7498	0,7977	0,8983
8	0,5494	0,6319	0,7155	0,7646	0,8721
9	0,5214	0,6021	0,6851	0,7348	0,8470
10	0,4973	0,5760	0,6581	0,7079	0,8233
11	0,4762	0,5529	0,6339	0,6835	0,8010
12	0,4575	0,5324	0,6120	0,6614	0,7800
13	0,4409	0,5140	0,5923	0,6411	0,7604
14	0,4259	0,4973	0,5742	0,6226	0,7419
15	0,4124	0,4821	0,5577	0,6055	0,7247
16	0,4000	0,4683	0,5425	0,5897	0,7084
17	0,3887	0,4555	0,5285	0,5751	0,6932
18	0,3783	0,4438	0,5155	0,5614	0,6788
19	0,3687	0,4329	0,5034	0,5487	0,6652
20	0,3598	0,4227	0,4921	0,5368	0,6524
21	0,3515	0,4132	0,4815	0,5256	0,6402
22	0,3438	0,4044	0,4716	0,5151	0,6287
23	0,3365	0,3961	0,4622	0,5052	0,6178
24	0,3297	0,3882	0,4534	0,4958	0,6074
25	0,3233	0,3809	0,4451	0,4869	0,5974
26	0,3172	0,3739	0,4372	0,4785	0,5880
27	0,3115	0,3673	0,4297	0,4705	0,5790
28	0,3061	0,3610	0,4226	0,4629	0,5703
29	0,3009	0,3550	0,4158	0,4556	0,5620
30	0,2960	0,3494	0,4093	0,4487	0,5541
31	0,2913	0,3440	0,4032	0,4421	0,5465
32	0,2869	0,3388	0,3972	0,4357	0,5392
33	0,2826	0,3338	0,3916	0,4296	0,5322
34	0,2785	0,3291	0,3862	0,4238	0,5254
35	0,2746	0,3246	0,3810	0,4182	0,5189
36	0,2709	0,3202	0,3760	0,4128	0,5126
37	0,2673	0,3160	0,3712	0,4076	0,5066
38	0,2638	0,3120	0,3665	0,4026	0,5007
39	0,2605	0,3081	0,3621	0,3978	0,4950
40	0,2573	0,3044	0,3578	0,3932	0,4896
41	0,2542	0,3008	0,3536	0,3887	0,4843
42	0,2512	0,2973	0,3496	0,3843	0,4791

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

43	0,2483	0,2940	0,3457	0,3801	0,4742
44	0,2455	0,2907	0,3420	0,3761	0,4694
45	0,2429	0,2876	0,3384	0,3721	0,4647
46	0,2403	0,2845	0,3348	0,3683	0,4601
47	0,2377	0,2816	0,3314	0,3646	0,4557
48	0,2353	0,2787	0,3281	0,3610	0,4514
49	0,2329	0,2759	0,3249	0,3575	0,4473
50	0,2306	0,2732	0,3218	0,3542	0,4432
51	0,2284	0,2706	0,3188	0,3509	0,4393
52	0,2262	0,2681	0,3158	0,3477	0,4354
53	0,2241	0,2656	0,3129	0,3445	0,4317
54	0,2221	0,2632	0,3102	0,3415	0,4280
55	0,2201	0,2609	0,3074	0,3385	0,4244
56	0,2181	0,2586	0,3048	0,3357	0,4210
57	0,2162	0,2564	0,3022	0,3328	0,4176
58	0,2144	0,2542	0,2997	0,3301	0,4143
59	0,2126	0,2521	0,2972	0,3274	0,4110
60	0,2108	0,2500	0,2948	0,3248	0,4079
61	0,2091	0,2480	0,2925	0,3223	0,4048
62	0,2075	0,2461	0,2902	0,3198	0,4018
63	0,2058	0,2441	0,2880	0,3173	0,3988
64	0,2042	0,2423	0,2858	0,3150	0,3959
65	0,2027	0,2404	0,2837	0,3126	0,3931
66	0,2012	0,2387	0,2816	0,3104	0,3903
67	0,1997	0,2369	0,2796	0,3081	0,3876
68	0,1982	0,2352	0,2776	0,3060	0,3850
69	0,1968	0,2335	0,2756	0,3038	0,3823
70	0,1954	0,2319	0,2737	0,3017	0,3798
71	0,1940	0,2303	0,2718	0,2997	0,3773
72	0,1927	0,2287	0,2700	0,2977	0,3748
73	0,1914	0,2272	0,2682	0,2957	0,3724
74	0,1901	0,2257	0,2664	0,2938	0,3701
75	0,1888	0,2242	0,2647	0,2919	0,3678
76	0,1876	0,2227	0,2630	0,2900	0,3655
77	0,1864	0,2213	0,2613	0,2882	0,3633
78	0,1852	0,2199	0,2597	0,2864	0,3611
79	0,1841	0,2185	0,2581	0,2847	0,3589
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375

RADEN FATAH
PALEMBANG

91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211

UIN
RADEN FATAH
PALEMBANG

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG
Alamat: Jl. Prof. K. H. Zainal Abidin Fikri, Telepon. : (0711) 354668, Palembang 30126

Formulir D.2

Kepada Yth.
Wakil Dekan 1
Fakultas Ekonomi Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Hal : **Mohon Izin Penjilidan Skripsi**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan ini kami menyatakan bahwa mahasiswa:

Nama Mahasiswa : Hendriansa
NIM/Jurusan : 13190113/Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasaba Pada BMT (Baitul Mal Wat-Tamwil) Surya Barokah Palembang.

Telah selesai melakukan perbaikan, terhadap skripsinya sesuai dengan arahan dan petunjuk dari para penguji. Selanjutnya, kami mengizinkan mahasiswa tersebut untuk menjilid skripsinya agar dapat mengurus ijazahnya.

Demikianlah surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Palembang, September 2017

Penguji Utama

Maya Panorama, M.Si, Ph.D
NIP. 197511102006042002

Penguji Kedua

Aziz Septiatin, S.E., M.Si
NIK. 1605061711

Mengetahui,
Wakil Dekan I

Dr. Maftukhatusholikhah, M.Ag
NIP. 197509282006042001

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

BIODATA PENULIS

IDENTITAS DIRI

Nama	: Hendriansa
Tempat, Tanggal Lahir	: Palembang, 06 juni 1995
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Alamat	: Perum Opi Rss Lr. Melati 1 Blok j no 6 RT.48 RW 12 Kec. S.U 1 Kel. 15 ulu Jakabaring Palembang.
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia
Orang tua	
Ayah	: Zainul Amri
Ibu	: Holini
Status Dalam Keluarga	: Anak Kandung, Anak Pertama dari empat besaudara
No. Hp	: 082306761615
Email	: Hendriansa56@gmail.com

UIN RADEN FATAH PALEMBANG

RIWAYAT PENDIDIKAN FORMAL

1. SD Negeri 87 Palembang : 2001-2007
2. SMP Sriguna Palembang : 2007-2010
3. SMK Negeri 3 Palembang : 2010-2013
4. UIN Raden Fatah Palembang : 2013-2017

PENDIDIKAN INFORMAL

1. Kursus Komputer (Ms. Office) : 2015
2. Kursus Komputer Akuntansi (MYOB) : 2015
3. Kursus Bahasa Asing (Inggris) : 2016

ORGANISASI AKADEMIK/PRESTASI

1. Pusat Kajian Ekonomi Islam (PAKIES) UIN Raden Fatah Palembang
2. Persatuan Sepakbola Mahasiswa (PSM) UIN Raden Fatah Palembang

3. Komunitas Photographer Kulu-Kilir Palembang
4. Ikatan Futsal Ekonomi (IFE) PGRI Palembang
5. Pelatih Futsal Melati FC Palembang

UIN
RADEN FATAH
PALEMBANG