

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH  
INDONESIA KANTOR CABANG SUDIRMAN 2 NGAWI**

**SKRIPSI**



Oleh:

Atiek Mar'atus Sholichah

NIM 210817104

Pembimbing:

Yulia Angraini, S.A.B., M.M.

NIDN 2004078302

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
2021**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH  
INDONESIA KANTOR CABANG SUDIRMAN 2 NGAWI**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1)



Oleh:

Atiek Mar'atus Sholichah  
NIM 210817104

Pembimbing:

Yulia Anggraini, S.A.B., M.M.  
NIDN 2004078302

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

**2021**

## ABSTRAK

Sholichah, Atiek Mar'atus. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi. *Skripsi*. 2021. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Yulia Anggraini, S.A.B., M.M.

**Kata Kunci** : Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Kepuasan Nasabah, PLS (*Partial Least Square*).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurang puas yang dirasakan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi dikarenakan pelayanan dan fasilitas yang kurang maksimal. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi diperlukan pelayanan yang maksimal dan fasilitas yang lengkap. Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah diantaranya adalah kualitas pelayanan dan fasilitas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi. Metode dalam pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan aplikasi program *Smart PLS 3.0*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi.



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

### LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Atiek Mar'atus Sholichah	210817104	Perbankan Syariah	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi

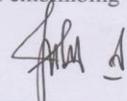
Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 22 September 2021

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

  
Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.  
NIP. 197502072009011007

Menyetujui,  
Pembimbing

  
Yulia Anggrani, S.A.B., M.M.  
NIDN 2004078302



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

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap  
Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor  
Cabang Sudirman 2 Ngawi  
Nama : Atiek Mar'atus Sholichah  
NIM : 210817104  
Jurusan : Perbankan Syariah

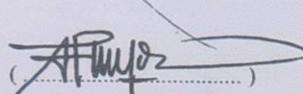
Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

#### Dewan Penguji

Ketua Sidang  
Dr. Hj. Ely Masykuroh, M.Si  
NIP 197202111999032003

()

Penguji I  
Dr. Amin Wahyudi, M.E.I  
NIP 197502072009011007

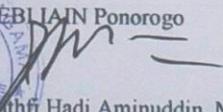
()

Penguji II  
Yulia Anggraini, S.A.B., M.M  
NIDN 2004078302

()

Ponorogo, 12 Oktober 2021

Mengesahkan,  
Dekan FEB IAIN Ponorogo

()  
  
Dr. H. Hathi Hadi Aminuddin, M.Ag  
NIP 197207142000031005

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Atiek Mar'atus Sholichah

NIM : 210817104

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi

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

Demikian pernyataan ini dibuat unyuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 18 Oktober 2021

Pembuat Pernyataan,



Atiek Mar'atus Sholichah

NIM. 210817104

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atiek Mar'atus Sholichah

NIM : 210817104

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR  
CABANG SUDIRMAN 2 NGAWI

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

Ponorogo, 22 September 2021  
Pembuat Pernyataan,



Atiek Mar'atus Sholichah  
NIM 210817104

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga, hal ini dikarenakan dalam penghimpunan dana tidak memberikan imbalan bunga dan dalam penyaluran dana tidak dipungut bunga.<sup>1</sup> Bank Syariah memiliki peranan yang penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan Bank Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dalam kurun waktu tiga dekade ini. Dengan memberikan inovasi produk, meningkatkan layanan serta pengembangan jaringan yang positif dari tahun ke tahun. Semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan suatu aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki oleh BUMN yang meliputi Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah.<sup>2</sup>

Kepuasan nasabah merupakan salah satu fokus perhatian dari semua pihak, baik dari pemerintahan, pelaku bisnis, konsumen dan sebagainya. Hal ini disebabkan karena semakin banyaknya pemahaman mereka mengenai konsep dari kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting bagi penyelenggara jasa, dikarenakan ketika nasabah merasakan

---

<sup>1</sup> Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004), 22.

<sup>2</sup> [www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id) (diakses pada tanggal 01 April 2021).

kepuasan akan menyebarluaskan rasa kepuasannya kepada calon nasabah, sehingga hal ini akan menaikkan reputasi pemberi jasa tersebut.<sup>3</sup> Kepuasan konsumen merupakan suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan diharapkan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang merasakan kepuasan akan menggunakan layanan dan produk secara terus-menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap produk atau jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain dari mulut ke mulut.<sup>4</sup>

Terdapat beberapa faktor pendukung kepuasan nasabah salah satunya adalah kualitas pelayanan. Untuk meningkatkan keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan profit perusahaan.<sup>5</sup> Mark R. Colgate dan Petter J. Danaher pernah melakukan *riset* dan hasilnya adalah kualitas karyawan terhadap pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang buruk akan berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan daripada pelayanan yang dikategorikan baik.<sup>6</sup>

---

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

<sup>4</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (Yogyakarta: Andi Offser, 2016), 78.

<sup>5</sup> Adam Maulana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah BPR Hasamitra Makassar," *Skripsi* (Makassar: Universitas Hasanuddin Makassar, 2017), 15.

<sup>6</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 233.

Menurut Philip Kotler mengenai kualitas pelayanan, seorang nasabah akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan, begitu juga sebaliknya, nasabah akan merasa kecewa apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan.<sup>7</sup> Kualitas pelayanan yang baik merupakan hal terpenting yang dibutuhkan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut M. Nur Rianto, ukuran untuk kualitas pelayanan bukan ditentukan oleh pihak yang melayani saja, akan tetapi banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, hal ini dikarenakan nasabahlah yang menikmati pelayanan yang diberikan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan tersebut berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasan.<sup>8</sup> Menurut Rambat Lupiyadi terdapat dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy*.<sup>9</sup>

Selain faktor kualitas layanan, faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu fasilitas yang terdapat di bank. Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan dengan tingkat fasilitas yang ada juga sangat memudahkan pelanggan dalam beraktivitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas yang ada.<sup>10</sup> Pada saat ini nasabah sangat kritis terhadap ketersediaan fasilitas yang terdapat di bank, baik dari tampilan

---

<sup>7</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), 46.

<sup>8</sup> M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank* (Bandung: Alfabeta, 2010), 210.

<sup>9</sup> Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 216.

<sup>10</sup> Ninik Srijani, "Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center," *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi* 07 (2017), 33.

gedung bank, area parkir, ruang tunggu, keamanan dan sebagainya. Selain fasilitas tersebut, fasilitas yang tidak kalah penting yaitu mengenai fasilitas perbankan itu sendiri yang sangat dibutuhkan oleh nasabah dalam memberikan kemudahan dalam bertransaksi, mulai dari sarana transfer antar rekening, tarik tunai lewat ATM, *mobile banking*, *sms banking*, *internet banking*, *computer banking* dan sebagainya.<sup>11</sup> Faktor yang mempengaruhi fasilitas meliputi Pertimbangan/perencanaan spesial (penampilan dan keadaan lingkungan sekitarnya), perencanaan ruangan serta perlengkapan dan peralatan.<sup>12</sup>

Fasilitas merupakan sarana prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberikan kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Menurut Fandy Tjiptono, Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana yang menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi.<sup>13</sup>

Salah satu bank syariah yang menggunakan prinsip syariah dalam operasionalnya adalah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi atau yang biasa disebut dengan BSI KC Sudirman 2 Ngawi. BSI KC Sudirman 2 Ngawi beralamatkan di Jl. Ahmad Yani, Dusun Balong, Ngawi, Jawa Timur yang memiliki karyawan sebanyak 10 orang. BSI KC Sudirman 2

---

<sup>11</sup> Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 110.

<sup>12</sup> Muhtosim Arif, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan* (Malang: Bayu Media Publishing, 2006), 3.

<sup>13</sup> Seawati Oetama dan Dessy Herliana Sari, "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk", *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis* (2017), 60.

Ngawi merupakan kantor penyedia layanan syariah yang melakukan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah islam dalam menjalankan bisnisnya dan sudah mempunyai banyak nasabah yang tersebar di Kabupaten Ngawi. Berdasarkan wawancara dengan salah satu karyawan BSI KC Sudirman 2 Ngawi, karyawan sudah memberikan pelayanan yang maksimal dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah serta fasilitas yang diberikan sudah sesuai dengan ketentuan, sehingga diharapkan kepuasan nasabah akan terpenuhi.<sup>14</sup>

**Tabel 1.1**  
**Penyebaran ATM Bank Syariah Indonesia KC Sudirman 2 Ngawi**

No	Nama	Alamat
1.	BSI KC Sudirman 2 Ngawi	Jl. PB. Sudirman No. 54, RT. 009 RW. 002, Kel. Margomulyo, Kec. Ngawi
2.	ATM BSM KCP Ngawi	Jl. PB. Sudirman No. 70, Kel. Margomulyo, Kec. Ngawi, Kab. Ngawi, Jawa Timur

*Sumber: Website Bank Syariah Indonesia*

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh BSI KC Sudirman 2 Ngawi belum dapat memenuhi kepuasan nasabah sepenuhnya. Hal ini dibuktikan dengan wawancara oleh salah satu nasabah bernama Ibu Emi Maslulah yang mengeluh mengenai antrian yang terlalu lama pada saat di *Customer Service* saat pertama kali ingin menggunakan layanan di BSI KC Sudirman 2 Ngawi.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Riska, *Wawancara*, 02 Mei 2021.

<sup>15</sup> Emi Maslulah, *Wawancara*, 30 Mei 2021.

Sedangkan hasil wawancara kedua dengan Ibu Novita, menyatakan bahwa ketersediaan ATM BSI masih sedikit dan sulit ditemukan karena ATM BSI hanya terdapat ditengah kota di Jl. PB. Sudirman Ngawi saja sehingga ketika ingin melakukan tarik tunai dirasa jauh karena jarak. Dalam hal ini membuat ketidakefisien waktu maupun biaya.<sup>16</sup>

Hasil dari penelitian terdahulu yang pertama dilakukan oleh Intan Kamila yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug)” yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>17</sup>

Selanjutnya hasil dari penelitian terdahulu yang kedua dilakukan oleh Didi Muhammad Ahdi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI’ 46 KCP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)” yang menunjukkan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah.<sup>18</sup>

Dari kedua kasus diatas dapat disimpulkan bahwa pada kasus yang pertama, nasabah mengeluh mengenai antrian yang terlalu lama di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi. Hal ini menunjukkan

---

<sup>16</sup> Novita, *Wawancara*, 30 Maret 2021

<sup>17</sup> Intan Kamila, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug),” *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah), 94.

<sup>18</sup> Didi Muhammad Ahdi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI’46 KCP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta),” *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah), 105.

bahwa kurang cepat mengenai proses pelayanan di *Customer Service*. Hal itu berbanding terbalik dengan teori menurut Sugiyono mengenai pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan nasabah yang semakin melekat erat dan nasabah tidak berpaling pada perusahaan lain.

Sedangkan kasus yang kedua, menjelaskan bahwa nasabah tidak puas karena fasilitas berupa ATM yang jauh dari rumahnya, tetapi nasabah tetap menggunakan layanan tersebut dan tetap menabung di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi. Hal ini berbanding terbalik dengan teori menurut Fandy Tjiptono mengenai fasilitas merupakan sarana prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberikan kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa.

Dari hasil wawancara dan penjabaran masalah diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian secara mendalam tentang pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi apakah sudah memenuhi harapan dari nasabah atau belum. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah diuraikan, dan untuk memperjelas arah dari penelitian ini, maka masalah dalam penelitian yang penulis rumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KC Sudirman 2 Ngawi?
2. Apakah fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di BSI KC Sudirman 2 Ngawi?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, maka peneliti dapat merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di BSI KC Sudirman 2 Ngawi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis mengenai pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah di BSI KC Sudirman 2 Ngawi.

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diharapkan oleh peneliti yakni supaya berguna untuk hal-hal berikut:

### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pengetahuan dan referensi bagi semua orang dalam melakukan kajian ilmu perbankan syariah

mengenai kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah di BSI KC Sudirman 2 Ngawi.

## **2. Secara Praktis**

### **a. Bagi Perbankan**

Sebagai masukan dan informasi serta diharapkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan kelengkapan fasilitas sehingga nasabah merasa puas.

### **b. Bagi Peneliti yang akan Datang**

Sebagai acuan untuk referensi dan sebagai sarana untuk menambah wawasan bagi peneliti yang akan meneliti dalam bidang perbankan syariah.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Agar penelitian ini bisa disajikan secara sistematis peneliti menyusunnya ke dalam lima bab yang berkelanjutan dan berhubungan satu sama lain. Kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

### **BAB II: TEORI**

Bab ini berisi mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

**BAB III: METODE PENELITIAN**

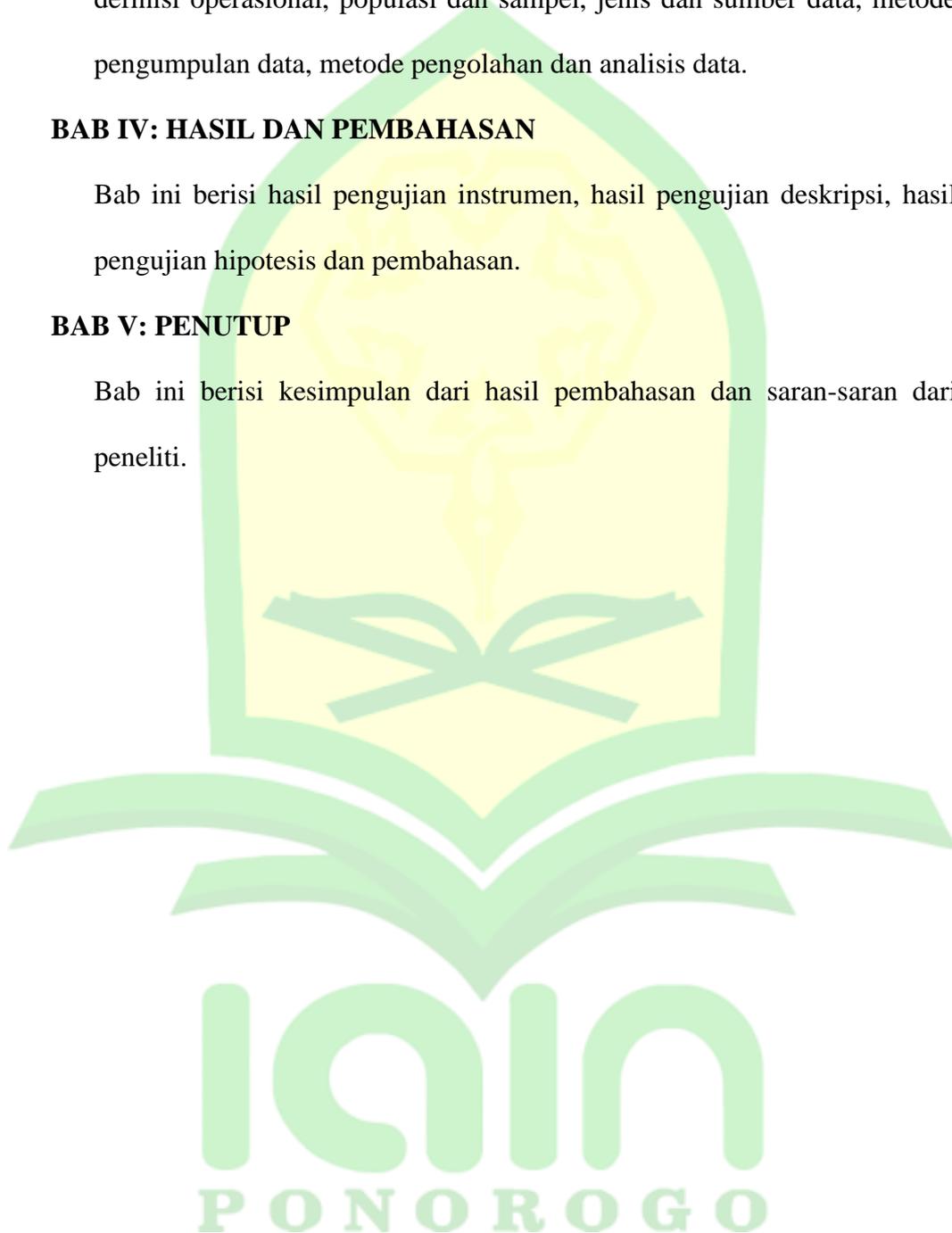
Bab ini berisi mengenai rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode pengolahan dan analisis data.

**BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil pengujian instrumen, hasil pengujian deskripsi, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan.

**BAB V: PENUTUP**

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



## BAB II

### TEORI KEPUASAN NASABAH, KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Kepuasan Nasabah

###### a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Secara umum, kepuasan (*satisfaction*) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi, maka pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja yang dilakukan sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan merasakan rasa puas. Bagi perusahaan yang berpusat pada pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan sarana utama dalam pemasaran.<sup>1</sup>

Kotler & Keller mengatakan bahwasanya kepuasan konsumen merupakan hasil dari evaluasi konsumen setelah melakukan pembelian dan konsumen merasa bahwa barang ataupun jasa yang dibeli mempunyai kinerja yang sama atau melebihi harapan mereka.<sup>2</sup>

Kepuasan konsumen merupakan faktor utama dalam menilai kualitas layanan, dimana konsumen menilai kinerja pelayanan yang diterima dan dirasakan langsung terhadap suatu produk. Kualitas pelayanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara

---

<sup>1</sup> Philip Kotler dan Kevin Lance Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 138.

<sup>2</sup> Mutmainnah, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah," *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, Vol. 10 No. 2, 2017, 206.

pelayanan yang diberikan dengan harapan yang diharapkan oleh pengguna. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna/pelanggan.<sup>3</sup>

Sedangkan menurut Brown, kepuasan konsumen merupakan suatu kondisi dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Konsumen yang puas akan menggunakan kembali produk tersebut secara terus menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap produk atau jasa tersebut dan dengan senang hati akan mempromosikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain dari mulut ke mulut.<sup>4</sup>

Kepuasan bank yang diberikan oleh bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Dengan kata lain, apabila nasabah puas dengan pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan:

- 1) Loyal kepada bank, artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
- 2) Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah

---

<sup>3</sup> Diandra Gabriela Nelwan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Manado," *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3.

<sup>4</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 78.

membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.

- 3) Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama dalam hal ini nasabah akan memperluas pembelian jenis jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi semakin beragam dalam satu bank.
- 4) Memberikan promosi secara gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank, karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadikan bukti mengenai kualitas jasa yang ditawarkan.<sup>6</sup>

#### **b. Indikator dari Kepuasan**

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

##### **1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)**

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

---

<sup>6</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Depok: Rajagrafindo Persada, 2012), 264.

produk/jasa perusahaan yang bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk/jasa pesaing.

## 2) Dimensi Kepuasan Pelanggan

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

## 3) Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*)

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja.<sup>7</sup>

## 4) Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)

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

---

<sup>7</sup> Ibid.

### 5) Kesiediaan Untuk Merekomendasikan (*Willingness to Recommend*)

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

### 6) Ketidakpuasaan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Beberapa macam aspek yang digunakan untuk mengetahui ketidakpuasaan pelanggan meliputi: komplain, pengembalian produk atau retur, biaya garansi, *product recall* (penarikan kembali produk dari pasar) dan konsumen yang beralih ke pesaing.<sup>8</sup>

#### c. Pengukuran Tingkat Kepuasan Nasabah

Pengukuran kepuasan pelanggan pada akhirnya menjadi suatu kebutuhan dalam perusahaan karena seperti diungkapkan sebelumnya bahwa tujuan didirikannya suatu perusahaan adalah untuk memberikan yang terbaik untuk pelanggan.<sup>9</sup> Menurut Kotler, terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

##### 1) Sistem Keluhan dan Saran

Metode ini digunakan untuk memantau kepuasan pelanggan dengan cara memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan.

---

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Elviana, *Riset Pemasaran dan Konsumen* (Bogor: IPB Press, 2011), 147.

Media yang digunakan dapat berupa kotak saran, kartu komentar dan saluran telepon beban pulsa.

## 2) **Survei Kepuasan Nasabah**

Umumnya penelitian mengenai tingkat kepuasan pelanggan banyak dilakukan melalui metode survei dengan mengajukan pertanyaan (kuesioner) kepada para pelanggan. Melalui survei, perusahaan akan mendapatkan tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menanti perhatian terhadap para nasabah.

## 3) ***Ghost Shopping***

Metode ini dilakukan dengan cara memperkerjakan orang untuk berpura-pura menjadi pelanggan, kemudian pelanggan bayangan tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dalam melayani pelanggan. Selain itu juga, ia dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dalam menangani setiap keluhan.

## 4) ***Last Customer Analysis***

Merupakan metode memantau kepuasan dengan cara menghubungi pelanggan yang telah berhenti atau beralih ke perusahaan pesaing. Mereka dihubungi untuk memperoleh informasi tentang penyebab berhenti menjadi pelanggan perusahaan tersebut.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, 266.

Sementara itu, menurut Richard F. Gerson untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Mempelajari persepsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan.
- 2) Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan dan harapan pelanggan.
- 3) Menutup segala kesenjangan yang ada.
- 4) Memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai dengan harapan atau tidak.
- 5) Dengan mengukur peningkatan kinerja apakah membawa peningkatan laba.
- 6) Mempelajari bagaimana akan melakukan sesuatu dan apa yang harus dilakukan kemudian.
- 7) Menerapkan proses perbaikan yang berkesinambungan secara terus-menerus.<sup>11</sup>

#### **d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Untuk memuaskan nasabah perlu diketahui faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah. Menurut Hendi Irawan terdapat lima faktor yang dapat menentukan tingkat kepuasan nasabah yaitu sebagai berikut:

---

<sup>11</sup> Ibid.

### 1) **Kualitas Produk**

Pelanggan merasa puas jika setelah membeli dan menggunakan produk dan ternyata produk yang digunakan berkualitas.

### 2) **Harga**

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak selektif terhadap harga.

### 3) **Pelayanan yang Berkualitas**

Pelanggan akan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan apa yang diharapkan. Salah satu konsep kualitas pelayanan yang paling populer ada *Servqual* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithaml. Berdasarkan konsep ini kualitas pelayanan mempunyai lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*.

### 4) **Faktor Emosional**

Emosi yang dimaksud merupakan suasana hati. Suasana hati pelanggan yang sedang gembira cenderung akan berpengaruh terhadap respon atau persepsi yang positif terhadap produk atau jasa yang diberikan, begitu juga sebaliknya.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Hendi Irawan, *10 Kepuasan Pelanggan* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2002), 37.

## 5) Biaya dan Kemudahan untuk Mendapatkan Produk atau Jasa

Pelanggan akan merasa semakin puas, apabila relatif mudah dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Hal ini disebabkan pelanggan tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa.<sup>13</sup>

## 2. Kualitas Pelayanan

### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler, pelayanan merupakan setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.<sup>14</sup> Menurut J. Supranto, kualitas pelayanan merupakan sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik, aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk tumbuh keras.<sup>15</sup>

Kualitas pelayanan yang maksimal dari perusahaan akan menciptakan nilai yang dirasa baik oleh konsumen. Perusahaan tidak

---

<sup>13</sup> Ibid.

<sup>14</sup> Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2014), 135.

<sup>15</sup> J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* (Jakarta: Rineke Cipta, 2006), 234.

bisa hanya mengandalkan fasilitas dan teknologi yang tersedia, melainkan bagaimana menciptakan kualitas pelayanan yang optimal.<sup>16</sup>

Kualitas pelayanan sebagai kemampuan merencanakan, menciptakan dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan. Kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah merupakan penilaian global, berhubungan dengan suatu transaksi spesifik, lebih abstraks dan eksklusif karena didasarkan pada persepsi-persepsi kualitas yang berhubungan dengan kepuasan serta komparasi harapan-harapan dengan persepsi-persepsi kinerja produk jasa bank, *fleksibilitas respons* terhadap perubahan permintaan pasar. Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau tersirat dalam diri pelanggan.<sup>17</sup>

Sejumlah atribut kualitas pelayanan yang dapat merumuskan pengguna industri jasa adalah sebagai berikut:

- 1) Ketetapan waktu pelayanan yaitu kemampuan karyawan untuk menyelesaikan pelayanan dengan waktu proses yang lebih cepat sehingga dapat meminimalkan waktu tunggu bagi nasabah.
- 2) Akurasi pelayanan, yaitu pelayanan yang berkaitan dengan *reliabilitas* pelayanan, tanggung jawab dan bebas dari kesalahan-kesalahan.

---

<sup>16</sup> Ujang Samarwan, dll. *Riset Pemasaran dan Konsumen* (Bogor: IPB Press, 2011), 234.

<sup>17</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 91.

- 3) Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, terutama bagi karyawan yang berada di garis depan yang secara langsung berinteraksi dan melayani nasabah.
- 4) Kemudahan mendapatkan pelayanan, seperti outlet, cukupnya jumlah karyawan yang melayani, administrasi, fasilitas pendukung seperti komputer untuk memproses data, dan lain-lain.<sup>18</sup>

#### **b. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Salah satu kualitas pelayanan yang diajarkan acuan dalam asset pemasaran adalah *Service Quality*. *Service Quality* merupakan perbandingan antara kenyataan dan harapan pelanggan/nasabah, jika kenyataannya yang diterima lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan bermutu dan nasabah akan puas. Sebaliknya jika kenyataannya kurang dari yang diharapkan maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah tidak puas.<sup>19</sup> Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan.<sup>20</sup>

Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>21</sup>

Jika kenyataannya sama atau lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas atau memuaskan. Sebaliknya, jika

---

<sup>18</sup> Ibid., 91.

<sup>19</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 213.

<sup>20</sup> Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service Quality & Satisfaction* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 115.

<sup>21</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), 59.

kenyataannya kurang dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan tidak berkualitas atau tidak memuaskan. Singkat kata, kualitas jasa dapat didefinisikan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.<sup>22</sup>

Disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi *servqual* adalah sebagai berikut:

**1) Bukti Langsung (*Tangible*)**

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

**2) Keandalan (*Reliability*)**

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

**3) Ketanggapan (*Responsiveness*)**

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

---

<sup>22</sup> Ibid.

#### 4) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan merupakan kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk atau jasa secara tepat, perhatian dan kesopanan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan nasabah kepada bank.<sup>23</sup>

#### 5) Empati (*Empathy*)

Empati merupakan perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada nasabah secara individual seperti memberikan kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah dan usaha bank untuk memahami keinginan dan kebutuhan nasabahnya.<sup>24</sup>

Bank yang berorientasi pada pelayanan akan membawanya sukses besar, bank yang peka akan melihat sikap emosional nasabah sebagai suatu indikator yang harus ditangani dengan sebaik-baiknya untuk kemudian ditawarkan kepada nasabah. Pelayanan dapat menciptakan kepuasan nasabah, apabila CEO atau *marketer* memusatkan perhatian pada upaya pemuasan keinginan nasabah dengan menentukan nasabah sasaran yang sebenarnya yang akan

---

<sup>23</sup> Rambat Lupiyadi, *Pemasaran Jasa* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2013) 17.

<sup>24</sup> Ibid.

dilayani, mengidentifikasi keinginan nasabah, mengembangkan produk yang mampu memuaskan keinginan nasabah.<sup>25</sup>

### 3. Fasilitas

#### a. Pengertian Fasilitas

Menurut Kotler, Fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk digunakan serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan untuk memberikan kepuasan yang maksimal.<sup>26</sup> Menurut Rhenald Kasali, fasilitas dapat diartikan sebagai sarana dan prasana yang disertakan perusahaan untuk diberikan kepada nasabah. Biasanya fasilitas disertakan pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada nasabah. Seperti halnya standar dari kualitas pelayanan, fasilitas yang tersedia berada pada fungsi yang maksimal, dimana dalam hal ini adalah untuk kepuasan nasabah. Segala fasilitas yang disediakan diharapkan dapat memenuhi semua kebutuhan nasabah yang akan bertransaksi di bank, sehingga bank mampu melaksanakan fungsinya sebagai lembaga penyedia jasa dibidang keuangan tersebut. Fasilitas merupakan sarana prasana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang diberikan sesuai dengan kebutuhan, maka nasabah akan merasa puas. Perusahaan

---

<sup>25</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, 94.

<sup>26</sup> Philip Kotler dan Kevin Lance Keller, *Manajemen Pemasaran*, 45.

yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi nasabah dalam melakukan transaksi.<sup>27</sup>

Menurut Lupiyoadi, fasilitas merupakan penampilan kemampuan sarana prasana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan, yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda-benda, perlengkapan, uang dan ruang tempat kerja.<sup>28</sup> Sejumlah riset menunjukkan bahwa fasilitas (*Serviscape*) bisa mempengaruhi pilihan pelanggan, ekspektasi pelanggan, kepuasan pelanggan dan perilaku lainnya.<sup>29</sup>

Jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa penampilan fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat. Desain dan *lay out* gedung bank syariah yang modern dan tertata rapi mampu memberikan atau menampakkan kualitas jasa yang dapat mempengaruhi konsumen.<sup>30</sup>

#### **b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Fasilitas**

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam fasilitas antara lain sebagai berikut:

---

<sup>27</sup> Seanewati Oetama, "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk di Sampit," *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, (2017), 60.

<sup>28</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 148.

<sup>29</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 156.

<sup>30</sup> Nur Rianto al-Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), 197.

### 1) Sifat dan Tujuan Organisasi Jasa

Sifat suatu jasa sering kali menentukan berbagai persyaratan desainnya, misalnya desain rumah sakit perlu mempertimbangkan ventilasi yang memadai, ruang peralatan medis yang *representatif*, ruang tunggu pasien yang nyaman (dilengkapi dengan TV, tersedia cukup tempat untuk berbaring), kamar pasien yang nyaman, ruang dokter dan kamar praktek yang bisa menjamin privasi.

### 2) Ketersediaan Tanah

Sebuah perusahaan membutuhkan lokasi fisik untuk mendirikan jasanya perlu mempertimbangkan beberapa faktor, seperti kemampuan finansial, ketersediaan tanah, peraturan pemerintah yang berkaitan dengan kepemilikan tanah dan lain-lain.

### 3) *Fleksibilitas*

*Fleksibilitas* desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berubah dan apabila spesifikasi jasa cepat berkembang. Kondisi ini menyebabkan fasilitas jasa harus dapat disesuaikan dengan mudah dan memperhitungkan pada kemungkinan perkembangan dimasa yang akan datang.<sup>31</sup>

### 4) Faktor *Estetis*

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

---

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2018), 46.

## 5) Masyarakat dan Lingkungan Sekitar

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

## 6) Biaya Konstruksi dan Operasi

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

Masih banyak penyedia jasa yang tidak menyadari bahwa tata letak fasilitas jasa memiliki pengaruh tersendiri terhadap perasaan dan respon pelanggan. Perusahaan jasa perlu mengembangkan pemahaman akan respon pelanggan terhadap berbagai aspek tata letak fasilitas jasa. Adapun unsur-unsur yang perlu dipertimbangkan dalam tata letak fasilitas jasa meliputi sebagai berikut:<sup>32</sup>

### a) Pertimbangan atau Perencanaan Spesial

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

---

<sup>32</sup> Ibid.

menciptakan lingkungan tertentu yang mampu mendorong terbentuknya respon yang diinginkan dari pelanggan.

**b) Perencanaan Ruangan**

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

**c) Perlengkapan atau Perabotan**

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

**d) Tata Cahaya**

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain tata cahaya adalah cahaya di siang hari (*daylighting*), warna, jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan, dan lain-lain.

Untuk mempresentasikan variabel fasilitas agar dapat mencapai tujuan yang ditentukan, maka disusun indikator-indikator yang selanjutnya indikator tersebut dijabarkan dalam item-item pernyataan didalam kuesioner, yaitu penampilan dan keadaan lingkungan sekitar, keamanan sarana dan prasana, perlengkapan dan peralatan.<sup>33</sup> Indikator-indikator tersebut dijabarkan

---

<sup>33</sup> Chatrin Surya Wijyaningratri dan Budiyanto, "Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Nasabah Bank Mega Syariah Walikukun," *Jurnal Ilmu dan Riset Penelitian*, (2015), 4.

berdasarkan perusahaan jasa, bank termasuk perusahaan jasa karena jasa dapat diartikan sesuatu yang tidak berwujud dalam bentuk fisik atau konstruksi, seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan, pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.<sup>34</sup>

## **B. Kajian Pustaka**

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

---

<sup>34</sup> Muhtosim Arif, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan* (Malang: Bayu Media Publishing, 2006), 3.

**Tabel 2.1**  
**Hasil Penelitian Terdahulu**

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
Arya Maman Putra (2010)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BCA Cabang Kanjengan	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah, faktor dominan yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah fasilitas. Hal ini dibuktikan dengan nilai dari <i>beta standarized coefficient</i> sebesar 0,275 adalah paling tinggi antara nilai <i>beta standarized coefficient</i> variabel lainnya	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Arya Maman Putra dengan penelitian yang saya lakukan adalah memiliki variabel X ( <i>independen</i> ) yang sama yaitu fasilitas dan kualitas pelayanan	Perbedaan penelitian yang dilakukan Arya Maman Putra dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada variabel X yaitu kualitas produk dan variabel Y yaitu loyalitas nasabah
Iriana Fatmawati (2015)	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Lembaga	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Fasilitas dan kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh yang	Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Iriana Fatmawati dengan penelitian yang saya lakukan	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Iriana Fatmawati dengan penelitian yang saya lakukan adalah tertelak pada

	Mikro Syariah	signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini dibuktikan dengan nilai sig variabel fasilitas sebesar $0,000 < 0,05$ dan variabel kualitas pelayanan sebesar $0,001 < 0,05$	adalah memiliki variabel X yang sama yaitu fasilitas dan kualitas pelayanan serta variabel Y yaitu kepuasan nasabah	lokasi penelitiannya yang berbeda
Fitri Madona (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu 16 Ilir Palembang	Persamaan yang dilakukan oleh Fitri Madona dengan penelitian yang saya lakukan adalah sama-sama membahas mengenai kualitas pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah	Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Fitri Madona dengan yang saya lakukan adalah variabel yang digunakan oleh peneliti hanya kualitas pelayanan sedangkan penelitian yang saya lakukan menggunakan dua variabel yaitu kualitas pelayanan dan fasilitas
Sumarti (2014)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di BMT Citra	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa uji t menyatakan variabel <i>reliability</i> dan	Persamaan yang dilakukan oleh Sumarti dengan penelitian yang saya lakukan yaitu terletak pada variabel X	Perbedaan yang dilakukan oleh Sumarti dengan penelitian yang saya lakukan adalah terletak pada subjek

	Buana Syariah Maguwoharjo	<i>emphaty</i> berpengaruh positif pada $\alpha$ 5% terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel <i>tangible</i> , <i>responsiveness</i> dan <i>assurance</i> tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah	yaitu kualitas pelayanan dan variabel Y yaitu kepuasan nasabah	penelitian nasabah di BMT Citra Buana Syariah Maguwoharjo, sedangkan dalam penelitian yang saya lakukan subjeknya adalah nasabah di BSI KC Sudirman 2 Ngawi
Rikky (2020)	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel fasilitas dan kualitas	Persamaan yang dilakukan oleh Rikky dengan penelitian yang saya lakukan yaitu terletak pada variabel X yaitu kualitas pelayanan dan variabel Y yaitu kepuasan nasabah	Perbedaan yang dilakukan oleh Rikky dengan penelitian yang saya lakukan adalah terletak pada subjek penelitian nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam, sedangkan dalam penelitian yang saya lakukan subjeknya adalah nasabah di BSI KC Sudirman 2 Ngawi

		pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah		
Rekyan Septianti (2019)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan memperoleh nilai sig $0,000 < 0,05$	Persamaan yang dilakukan oleh Rekyan Septianti dengan penelitian yang saya lakukan yaitu terletak pada variabel X yaitu kualitas pelayanan dan variabel Y yaitu kepuasan nasabah	Perbedaan yang dilakukan oleh Rekyan Septianti dengan penelitian yang saya lakukan adalah Variabel $X_1$ adalah kualitas produk dan lokasi yang berbeda

Dari data hasil penelitian terdahulu yang dibahas di atas, penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi” memiliki perbedaan mengenai tempat yang diteliti dan metode yang digunakan dari setiap penelitian terdahulu.

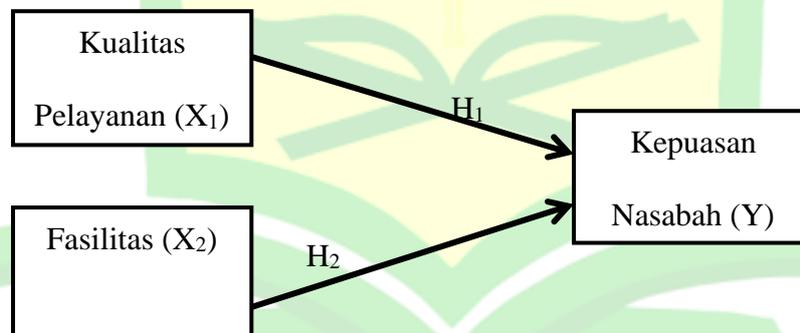
P O N O R O G O

### C. Kerangka Pemikiran

Tujuan utama suatu lembaga keuangan syariah adalah untuk menciptakan kepuasan para anggotanya, karena kepuasan anggota merupakan investasi jangka panjang yang menguntungkan bagi hidup perusahaan, dalam hal ini pelayanan adalah salah satu upaya untuk mempertahankan para anggotanya agar tetap menggunakan jasa perusahaan. Dari hasil analisa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain serta penjabaran tentang teori-teori mengenai masing-masing variabel dan hubungannya, maka dapat dirumuskan suatu kerangka penelitian sebagai berikut:

**Gambar 2.1**

#### **Kerangka Pemikiran**



Berdasarkan kerangka pemikiran diatas dapat diketahui bahwa secara parsial terhadap pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan terhadap pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah.

### D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata “*hypo*” yang berarti kurang dari dan “*thesis*” yang artinya pendapat. Hipotesis merupakan suatu kesimpulan atau

pendapat yang masih kurang.<sup>35</sup> Berikut merupakan hipotesis berdasarkan kerangka berfikir penelitian diatas sebagai berikut:

**1. Hipotesis terkait dengan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Sudirman 2 Ngawi**

Menurut Mark R. Colgate dan Petter J. Danaher pernah melakukan riset yang mereka lakukan berhasil memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan karyawan terhadap pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana pelayanan yang buruk berakibat lebih besar terhadap kepuasan pelanggan daripada pelayanan yang dikategorikan terbaik.<sup>36</sup>

H<sub>0</sub> : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSI KC Sudirman 2 Ngawi.

H<sub>1</sub> : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSI KC Sudirman 2 Ngawi.

**2. Hipotesis terkait dengan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BSI KC Sudirman 2 Ngawi**

Menurut Lupiyoadi, fasilitas merupakan penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi fasilitas fisik (gedung), perlengkapan dan

---

<sup>35</sup> Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 24.

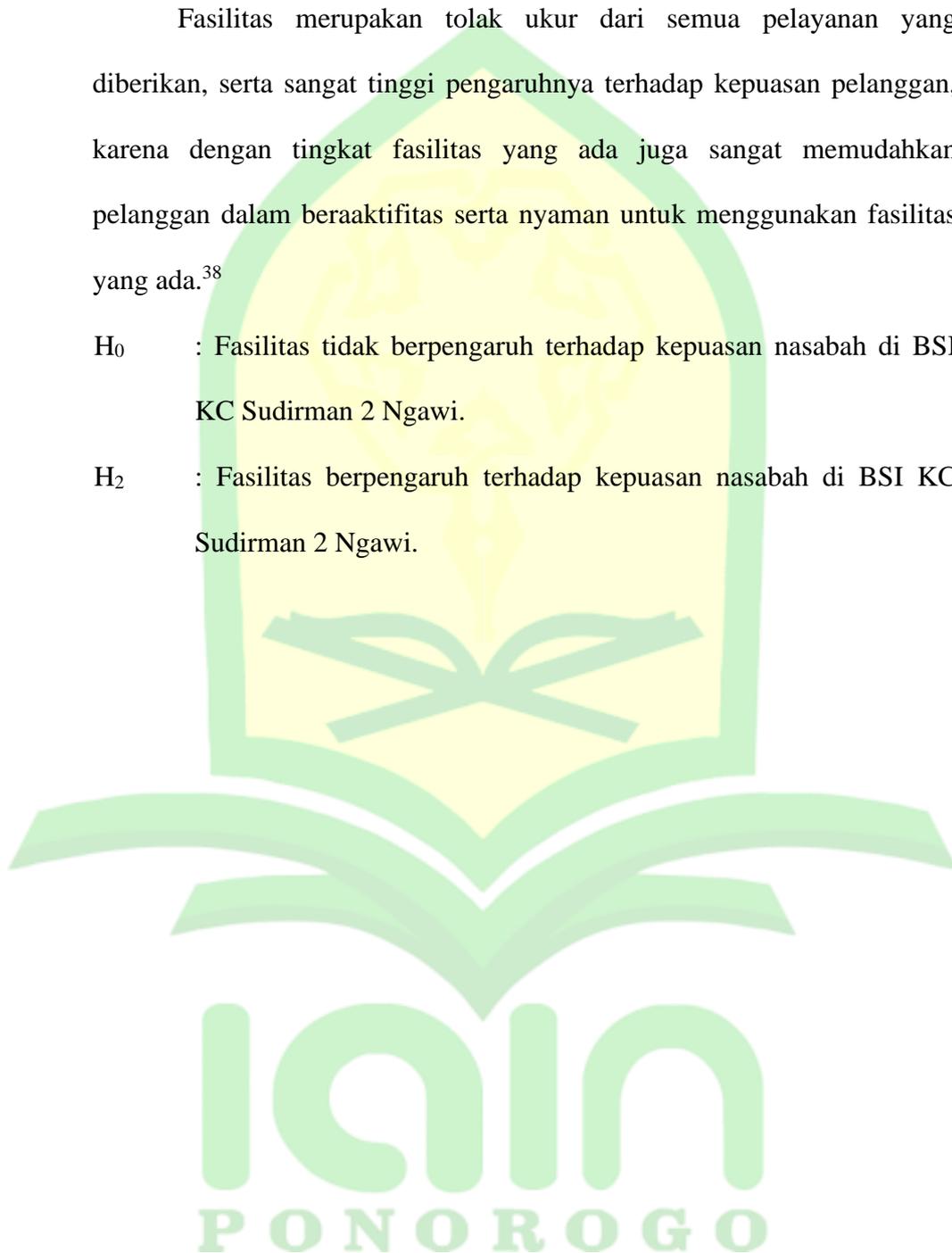
<sup>36</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 233.

peralatan yang digunakan (teknologi) yang termasuk fasilitas dapat berupa alat, benda-benda, perlengkapan, uang dan ruang tempat kerja.<sup>37</sup>

Fasilitas merupakan tolak ukur dari semua pelayanan yang diberikan, serta sangat tinggi pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, karena dengan tingkat fasilitas yang ada juga sangat memudahkan pelanggan dalam beraaktifitas serta nyaman untuk menggunakan fasilitas yang ada.<sup>38</sup>

H<sub>0</sub> : Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSI KC Sudirman 2 Ngawi.

H<sub>2</sub> : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di BSI KC Sudirman 2 Ngawi.



---

<sup>37</sup> Ibid., 216.

<sup>38</sup> Ninik Srijani dan Achmad Sukma Hidayat, "Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan di Aston Madiun Hotel & Conference Center," *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi* (2017), 33.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan termasuk dalam penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.<sup>1</sup>

Variabel dalam penelitian ini terdapat dua macam yaitu variabel eksogen dan variabel endogen. Variabel eksogen merupakan variabel yang mempengaruhi, sedangkan variabel endogen merupakan variabel yang dipengaruhi.<sup>2</sup> Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Variabel Endogen

Variabel endogen dalam penelitian ini yaitu kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi.

##### 2. Variabel Eksogen

Variabel eksogen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan fasilitas pada BSI KC Sudirman 2 Ngawi.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2014), 36.

<sup>2</sup> Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman, *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2009).

## B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau karakteristik dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut, yang kemudian akan ditarik kesimpulannya.

Variabel penelitian terbagi menjadi dua macam yaitu sebagai berikut:

#### a. Variabel Bebas (Variabel X)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel lain (variabel *dependen*). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yakni kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan fasilitas ( $X_2$ ).

#### b. Variabel Terikat (Variabel Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas).<sup>3</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yakni kepuasan nasabah (Y).

### 2. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menjelaskan mengenai makna dari variabel yang sedang diteliti dalam perspektif peneliti berdasarkan eksplorasi teori-teori yang telah dipahami. Definisi

---

<sup>3</sup> Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 10.

operasional merupakan unsur yang penting untuk memberitahukan bagaimana cara mengukur suatu variabel yang akan diteliti.<sup>4</sup> Definisi operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Indikator Variabel Penelitian**

Variabel	Indikator	Pernyataan	Sumber
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	<i>Tangible</i> (bukti langsung)	a. Karyawan yang berpakaian rapi b. Karyawan menciptakan suasana yang nyaman dengan memberikan senyum dan salam dalam melakukan pelayanan	Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
	<i>Reliability</i>	a. Karyawan yang menunjukkan rasa percaya diri dalam melayani/membantu nasabah b. Karyawan melayani nasabah sampai tuntas	
	<i>Rensponsiveness</i> (Daya tanggap)	a. Karyawan memiliki respon yang cepat dalam menangani keluhan dari nasabah b. Karyawan bersedia membantu keperluan pelanggan	
	<i>Assurance</i> (Jaminan dan Kepastian)	a. Karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada nasabah b. Karyawan yang memberikan rasa aman dalam layanan terhadap nasabah	
	<i>Emphaty</i> (Empati)	a. Karyawan memperhatikan kepentingan nasabah b. Karyawan menangani nasabah dengan perhatian	

<sup>4</sup> Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: CV. Istana Agency, 2018),

Fasilitas (X <sub>2</sub> )	Pertimbangan/perencanaan spesial (penampilan dan keadaan lingkungan sekitarnya)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Tampilan gedung yang bagus</li> <li>b. Tampilan ruangan yang tertata dengan rapi</li> <li>c. Tempat parkir yang cukup luas</li> <li>d. Memiliki desain gedung yang cocok untuk kegiatan transaksi keuangan</li> <li>e. Memiliki gedung dengan kapasitas jumlah nasabah yang memadai</li> </ul>	Fandy Tjiptono, Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi, 2018.
	Perencanaan ruangan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Ruang tunggu yang bersih</li> <li>b. Ruang tunggu yang nyaman</li> </ul>	
	Perlengkapan dan peralatan: - Anjungan Tunai Mandiri (ATM), - peralatan pendukung (pena, kertas, buku rekening dan meja)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memiliki perangkat yang lengkap untuk melayani nasabah</li> <li>b. Memiliki perangkat yang cukup dan baik untuk melayani nasabah (seperti komputer, pena, meja yang rapi, dll)</li> <li>c. Bank memberikan informasi dengan mudah dan cepat</li> <li>d. Bank memiliki fasilitas ATM yang tersebar luas</li> <li>e. Bank yang mempunyai fasilitas ATM untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya</li> </ul>	
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan pelanggan keseluruhan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pelayanan yang memuaskan</li> <li>b. Karyawan mampu menjelaskan produk-produk yang ditawarkan ke nasabah</li> </ul>	Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Andi, 2014.
	Dimensi kepuasan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pelayanan yang cepat</li> <li>b. Bank mengelola dana nasabah dengan hati-hati</li> </ul>	
	Konfirmasi harapan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan</li> <li>b. Karyawan bersikap ramah dalam melayani nasabah</li> </ul>	

	Niat beli ulang	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Niat untuk memakai jasa bank kembali</li> <li>b. Diwaktu yang akan datang nasabah akan melakukan pembelian jasa ulang kembali</li> </ul>	
	Kesediaan untuk merekomendasikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kondisi lingkungan fisik menunjang sehingga nasabah akan merekomendasikan pada orang lain</li> <li>b. Nasabah akan merekomendasikan kepada orang sekitar mengenai bank tersebut</li> </ul>	
	Ketidakpuasaan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Karyawan tidak mempersulit ketika melakukan transaksi</li> <li>b. Nasabah tidak berpaling produk/jasa bank tersebut</li> </ul>	

### C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi yang berada di Ngawi, tepatnya berada di Jalan PB. Sudirman No. 54 RT. 009 RW. 002, Jururejo, Jrubong, Ngawi, Jawa Timur, Indonesia.

### D. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi merupakan sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas. Jika data diambil dari populasi, maka akan memerlukan dana dan waktu yang cukup banyak sehingga dalam penelitian hal itu terlalu mahal. Sugiyono mengemukakan, populasi

merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi dan jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 7.184 nasabah.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono, sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dianggap sebagai sumber data yang penting untuk mendukung penelitian.<sup>6</sup> Menurut Ali dalam Taniredja dan Mustafidah mengatakan bahwa sampel penelitian adalah sebagian besar yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti yang dianggap dapat mewakili terhadap seluruh populasi dan diambil menggunakan teknik tertentu.<sup>7</sup>

Dalam menetapkan besarnya sampel dalam penelitian, didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan oleh Bungin adalah sebagai berikut:<sup>8</sup>

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

<sup>5</sup> Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2006), 65.

<sup>6</sup> Ibid., 66.

<sup>7</sup> Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 34.

<sup>8</sup> Ibid., 38.

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah Populasi

d : Nilai Presisi

Berdasarkan data yang diperoleh jumlah nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi dari bulan Februari-Agustus 2021 sebanyak 7184.<sup>9</sup> Maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{7184}{7184 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{7184}{7184 (0,01) + 1}$$

$$n = 98,627$$

Dari perhitungan diatas maka diperoleh jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 98,627 nasabah dan dibulatkan menjadi 100 nasabah dan teknik pengambilan sampel dengan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling* yang merupakan

---

<sup>9</sup> Mella, *Wawancara*, 31 Agustus 2021.

pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak dan tidak memperhatikan strata yang terdapat didalam populasi tersebut.<sup>10</sup>

## **E. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah data kuantitatif. Dimana data berupa angka dalam arti sebenarnya, jadi berbagai operasi matematika dapat dilakukan pada data kuantitatif. Jenis data yang digunakan peneliti adalah data primer.

### **2. Sumber Data**

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan oleh peneliti sebagai berikut:

#### **a. Data primer**

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber asli. Dalam hal ini, maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek untuk penelitian tersebut.<sup>11</sup> Data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuesioner oleh responden tentang pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah yaitu nasabah BSI KC Sudirman 2 Ngawi.

---

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016),82.

<sup>11</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 103.

## **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber internal maupun eksternal. Data sekunder internal ada yang tersedia dalam format siap pakai maupun dalam bentuk yang masih harus diolah lebih lanjut.<sup>12</sup> Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa buku, jurnal, majalah brosur dan referensi lainnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, fasilitas, kepuasan nasabah dan data jumlah nasabah di BSI KC Sudirman 2 Ngawi.

## **F. Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

### **1. Wawancara**

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap narasumber atau sumber data.<sup>13</sup> Wawancara ini ditunjukkan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi. Teknik wawancara dilakukan secara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun

---

<sup>12</sup> Ibid., 105.

<sup>13</sup> Suryani dan Handryadi, *Metode Riset Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2015), 183.

secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.<sup>14</sup>

## 2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket adalah daftar pertanyaan dalam bentuk tertulis yang memerlukan tanggapan baik antara kesesuaian dan ketidaksesuaian dari sikap responden. Pertanyaan dan pernyataan yang tertulis pada angket berdasarkan indikator yang diturunkan pada setiap variabel tertentu.<sup>15</sup> Angket atau kuesioner merupakan alat penelitian berupa daftar pernyataan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Keterangan yang diinginkan terkandung dalam pikiran, perasaan, sikap atau kelakuan manusia yang dapat dipancing melalui angket.<sup>16</sup> Kuesioner ini ditunjukkan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi.

Adapun skala pengukuran yang digunakan adalah *skala likert*. *Skala likert* meminta kepada responden sebagai individu untuk menjawab suatu pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, antara lain sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5.
- b. Jawaban setuju (S) diberi skor 4.

---

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 140.

<sup>15</sup> Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, 70.

<sup>16</sup> Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif*, 44.

- c. Kurang Setuju (KS) diberi skor 3.
- d. Jawaban tidak setuju (TS) diberi skor 2.
- e. Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1.<sup>17</sup>

Instrumen penelitian yang menggunakan *skala likert* dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda. Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh adanya kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi.

#### **G. Metode Pengolahan dan Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah di BSI KC Sudirman 2 Ngawi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan aplikasi *SmartPLS* 3.0. Alasan menggunakan aplikasi *SmartPLS* 3.0 dikarenakan variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahapan adalah sebagai berikut:

---

<sup>17</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 93.

## 1. Uji Instrumen

### a. Model Pengukuran atau *Outer Model*

*Outer Model* merupakan model pengukuran yang mempunyai hubungan antara indikator dengan konstruk dispesifikasi. Hasilnya adalah *residual variance* dari variabel dependen. Berikut merupakan tahapan dari model pengukuran atau *outer model* yaitu:

#### 1) *Convergent Validity*

Uji *convergent validity* indikator refleksi dengan program *SmartPLS 3.0* dapat diketahui dari nilai *loading factor* untuk setiap indikator konstraknya. *Rule of thumb* yang biasanya digunakan untuk menilai *convergent validity* yaitu nilai *loading factor* harus melebihi 0,7. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran, nilai *loading factor* 0,5 sampai 0,6 masih dikategorikan cukup.<sup>18</sup>

#### 2) *Discriminant Validity*

Model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Untuk masing-masing indikator memiliki kriteria sebesar  $> 0,5$  agar

---

<sup>18</sup> Imam Ghozali dan Hengky Latan, *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (Semarang:Universitas Diponegoro, 2014), 74.

dikatakan valid dan dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik.<sup>19</sup>

### 3) *Composite Reliability*

*Composite Reliability* merupakan bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator variabel. Variabel dapat dikatakan reliabel atau kredibel apabila nilai *Composite Reliability* dari masing-masing variabel sebesar  $> 0,7$  untuk penelitian yang bersifat *confirmaty* dan nilai  $0,6 - 0,7$  masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat *exploratory*.<sup>20</sup>

### 4) *Cronbach's Alpha*

Uji reliabilitas dengan *Composite Reliability* dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Kriteria penilaian variabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel sebesar  $> 0,7$ . Hal ini dapat dinyatakan bahwa variabel memiliki reliabel yang baik.<sup>21</sup>

#### b. Model Struktural atau *Inner Model*

Model struktural atau *Inner Model* menjelaskan mengenai pengaruh antara variabel laten independen terhadap variabel laten dependen.<sup>22</sup>

Pengujian *inner model* dengan menggunakan PLS diawali dengan melihat nilai dari *R-Square* ( $R^2$ ) untuk setiap variabel laten

---

<sup>19</sup> Ibid., 40.

<sup>20</sup> Ibid., 75.

<sup>21</sup> Ibid.

<sup>22</sup> Ibid., 7.

dependen. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substansif. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa besar variasi variabel laten dependen yang dijelaskan oleh variabel laten dependen.<sup>23</sup>

Chin menyebutkan jika hasil dari  $R^2$  sebesar 0,67 ke atas untuk variabel laten dependen dalam model struktural mengindikasikan pengaruh variabel independen (yang mempengaruhi) terhadap variabel dependen (yang dipengaruhi) termasuk dalam kategori kuat. Sedangkan jika hasilnya sebesar 0,33 – 0,67 maka termasuk kategori sedang serta jika hasilnya sebesar 0,19 – 0,33 maka termasuk dalam kategori lemah.<sup>24</sup>

Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah memiliki pengaruh yang substansive. Nilai *R-Square* 0.75, 0.50 dan 0.20 yang dapat disimpulkan bahwa model kuat, moderat dan lemah. Hasil dari PLS *R-Square* mempresetasikan jumlah varian dari konstruk yang dijelaskan oleh model.<sup>25</sup>

### c. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Perbandingan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  digunakan untuk mengetahui

---

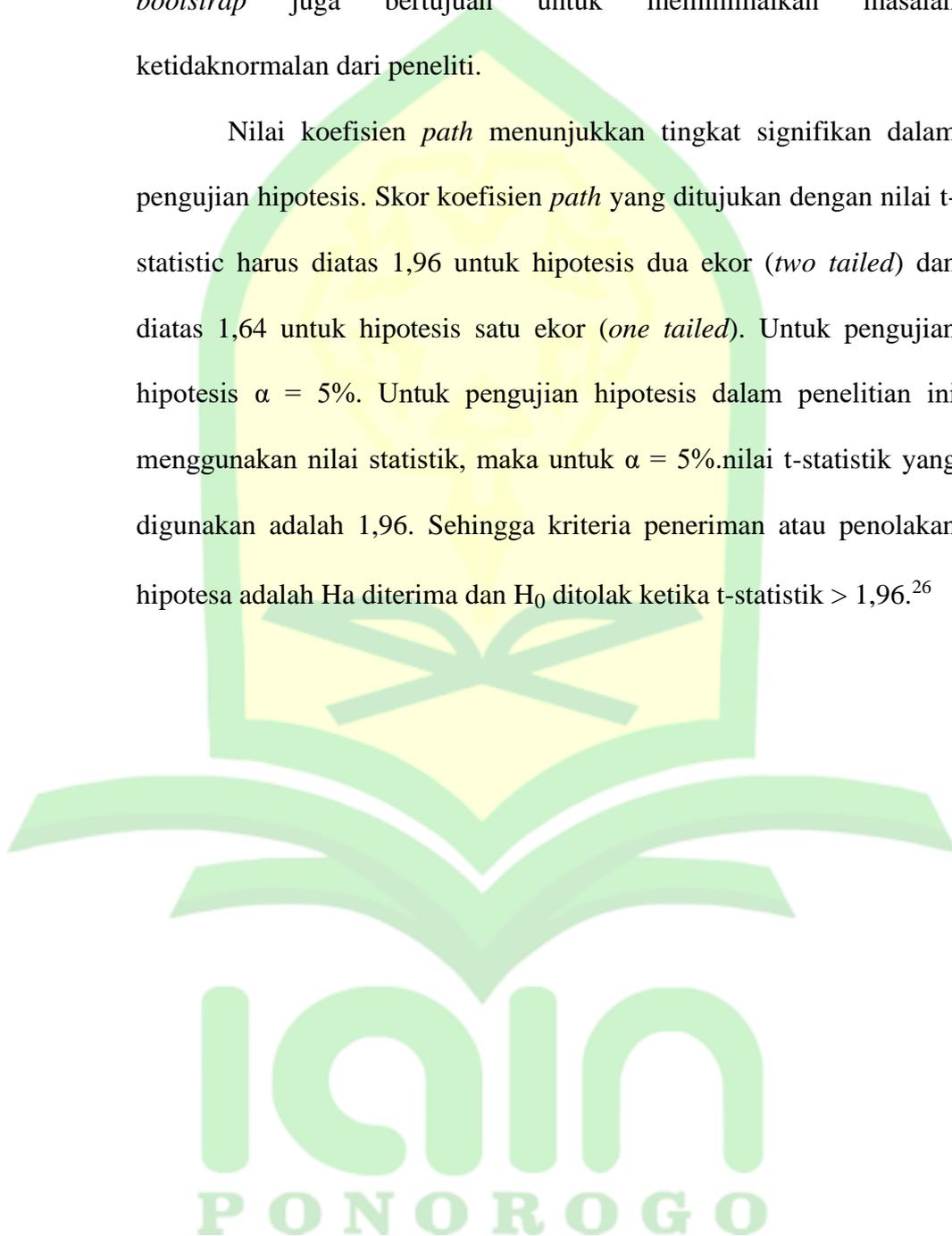
<sup>23</sup> Ibid.

<sup>24</sup> Ibid., 78.

<sup>25</sup> Imam Ghozali dan Henky Latan, *Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2015), 50.

ada atau tidaknya pengaruh antar variabel. Nilai  $t_{hitung}$  diperoleh dari hasil *bootstrapping* dengan *software Smart PLS*. pengujian dengan *bootstrap* juga bertujuan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan dari peneliti.

Nilai koefisien *path* menunjukkan tingkat signifikan dalam pengujian hipotesis. Skor koefisien *path* yang ditujukan dengan nilai t-statistic harus diatas 1,96 untuk hipotesis dua ekor (*two tailed*) dan diatas 1,64 untuk hipotesis satu ekor (*one tailed*). Untuk pengujian hipotesis  $\alpha = 5\%$ . Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan nilai statistik, maka untuk  $\alpha = 5\%$ . nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesa adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak ketika t-statistik  $> 1,96$ .<sup>26</sup>



---

<sup>26</sup> Abdilah dan Hartono, *Partial Least Square (PLS)* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015), 197.

## BAB IV

### PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan berbasis syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal *matter* serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam mengembangkan ekosistem industri halal di Indonesia. Ekosistem industri yang halal di Indonesia termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun waktu tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang memiliki Bank BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> <https://bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> (diakses pada tanggal 10 juni 2021)

Pada tanggal 01 Februari 2021 yang bertepatan dengan tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia atau yang bisa disebut dengan BSI. Penggabungan Bank Syariah ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Bank Mandiri, BNI dan BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian dan BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan dari ketiga Bank Syariah tersebut merupakan iktiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan dari penggabungan Bank Syariah ini supaya menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan lil'alam*).<sup>1</sup>

Bank Syariah Indonesia mendapat izin dari OJK dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 mengenai Pemberian izi penggabungan PT. Bank Syariah Mandiri dan PT. Bank BNI Syariah ke dalam PT. Bank BRI Syariah Tbk, serta izin perubahan nama dengan menggunakan izin usaha PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. sebagai hasil

---

<sup>1</sup> Ibid.

penggabungan. Adapun komposisi pemegang saham BSI terdiri dari PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk sebesar 51,2%, PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sebesar 25%, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebesar 17,4%, DPLK BRI-Saham Syariah 2% dan Publik 4,4%.<sup>2</sup>

Dengan adanya penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut menjadi Bank Syariah Indonesia, hal ini menjadikan yang dulunya BRI Syariah KCP Ngawi berubah menjadi BSI Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi.

## 2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Visi dan Misi dari Bank Syariah Indonesia dapat dijelaskan sebagai berikut:

### a. Visi Bank Syariah Indonesia

“TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK”<sup>3</sup>

### b. Misi Bank Syariah Indonesia

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia (Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+7) dan nilai buku 50 T di tahun 2025).
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai-nilai terbaik bagi para pemegang saham (Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)).

---

<sup>2</sup> [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bank\\_Syariah\\_Indonesia](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bank_Syariah_Indonesia), (diakses pada tanggal 20 Juli 2021, jam 13.02).

<sup>3</sup> [www.bsi.co.id](http://www.bsi.co.id) (diakses pada tanggal 10 Juni 2021).

3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia (Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja).<sup>4</sup>

### 3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi

**Tabel 4.1**  
**Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi**

No.	Nama	Jabatan
1	Muh. Hasbi Kamaruddin	<i>Branch Manager</i>
2	Ria Pratiwi	<i>Branch Operational &amp; Service Manager</i>
3	Prasetyo Agung Wibowo	<i>Micro Relationship Markeing Team Leader</i>
4	Yasin Pangaribuan	<i>Micro Staff</i>
5	Any Yudha Prasetyo	<i>Micro Staff</i>
6	Toni Eko Wahyudi	<i>Micro Staff</i>
7	Dimas Hindarin Aprihidanto	<i>Consumer Bussiness Staff</i>
8	Ranindya Meilawati	<i>Funding &amp; Transaction Staff</i>
9	Ariska Yuly Ansari	<i>Customer Service</i>
10	Diyan Rara Puspitasari	<i>Teller</i>

*Sumber data: Ria Pratiwi, 2021*

## B. Analisis Deskriptif

### 1. Data Responden Penelitian

Data dalam penelitian ini didapatkan dengan membagikan kuesioner dalam bentuk angket secara langsung kepada responden, yaitu dengan cara menemui langsung responden untuk selanjutnya meminta

<sup>4</sup> Ibid.

responden mengisi kuesioner. Hal ini dilakukan supaya lebih efektif untuk menjelaskan secara langsung kepada responden terkait pernyataan dalam kuesioner yang dibagikan, supaya responden benar-benar memahami setiap butir pernyataan pada kuesioner.

Gambaran umum mengenai karakteristik responden akan dijelaskan dengan tabel analisis deskriptif responden yang akan menunjukkan besarnya frekuensi absolut dan presentase jenis kelamin dan usia responden. Obyek penelitian ini adalah nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi dengan sampel sebanyak 100 responden.

**a. Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin**

Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui jenis kelamin responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Responden berdasarkan jenis kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	33	33 %
2	Perempuan	67	67 %
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

*Sumber : Data Diolah oleh Peneliti, 2021*

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden paling banyak adalah berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 67 responden dengan presentase 67 %. Sedangkan untuk jenis

kelamin laki-laki berjumlah 33 orang dengan presentase 33 %. Maka dapat disimpulkan bahwasanya responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan.

#### b. Distribusi responden berdasarkan umur

Berdasarkan umur nasabah, dapat diketahui responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Responden berdasarkan umur**

No.	Umur	Frekuensi	Presentase
1	17 – 35 tahun	79	79 %
2	36 – 50 tahun	21	21 %
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100 %</b>

*Sumber : Data Diolah oleh Peneliti, 2021*

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdapat 79 responden dengan presentase 79 % yang berusia 17-35 tahun, sedangkan 21 responden dengan presentase 21 % yang berusia 36-50 tahun. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan rentan usia 17-35 tahun.

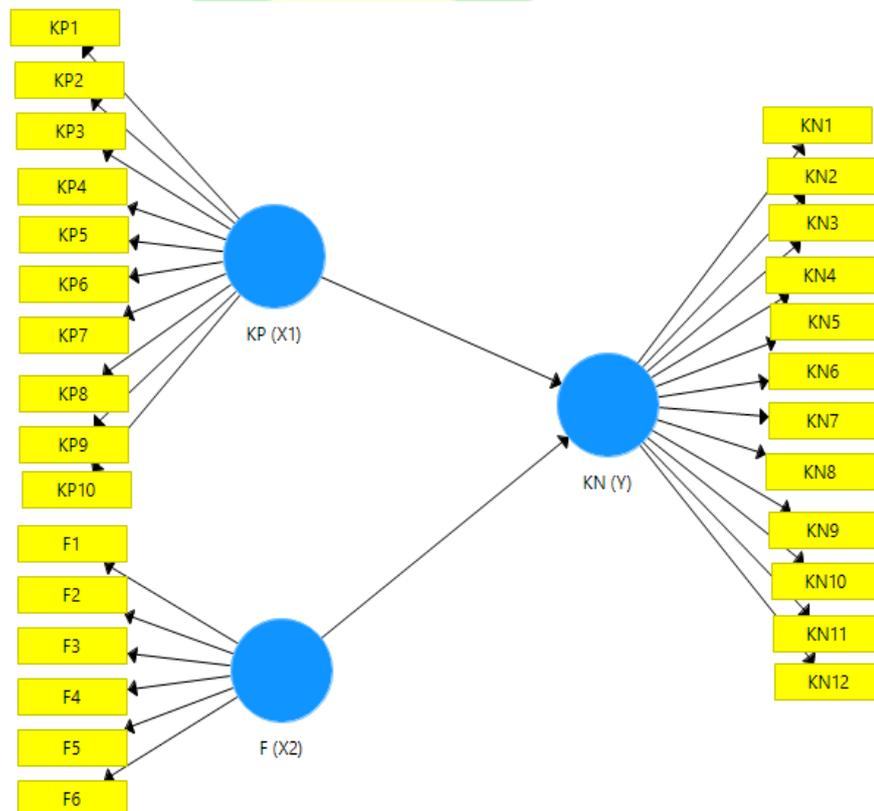
### C. Analisis Data

#### 1. Skema Model *Partial Least Square*

Pada penelitian ini, pengujian hipotesis menggunakan teknik analisa *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan program aplikasi

*SmartPLS* 3.0. Berikut ini merupakan skema model program PLS yang akan diujikan:

**Gambar 4.1**  
**Skema Model *Partial Least Square***



## 2. Evualasi *Outer Model*

Untuk mengevaluasi *outer model* dengan menggunakan indikator refleksif terdapat empat kriteria yaitu sebagai berikut:

### a. *Convergent Validity*

Untuk menguji *Convergent Validity* digunakan nilai dari *outer loading* atau *loading factor*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *Convergent Validity* dalam kategori baik apabila nilai *outer loading* dari masing-masing indikator apabila nilai *outer loading*  $> 0,7$ .

Berikut ini merupakan nilai *outer loading* dari masing-masing indikator pada variabel penelitian:

**Tabel 4.5**  
***Output Outer Loading***

	<b>Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)</b>	<b>Faslitas (X<sub>2</sub>)</b>	<b>Kepuasan Nasabah (Y)</b>
KP.1	<b>0,814</b>		
KP.2	<b>0,795</b>		
KP.3	<b>0,819</b>		
KP.4	<b>0,805</b>		
KP.5	<b>0,920</b>		
KP.6	<b>0,931</b>		
KP.7	<b>0,909</b>		
KP.8	<b>0,909</b>		
KP.9	<b>0,846</b>		
KP.10	<b>0,879</b>		
F.1		<b>0,797</b>	
F.2		<b>0,779</b>	
F.3		<b>0,799</b>	
F.4		<b>0,802</b>	
F.5		<b>0,783</b>	
F.6		<b>0,814</b>	
F.7		<b>0,776</b>	
F.8		<b>0,709</b>	
F.9		<b>0,742</b>	
F.10		<b>0,727</b>	
F.11		<b>0,787</b>	
F.12		<b>0,731</b>	
KN1			<b>0,750</b>
KN2			<b>0,756</b>
KN3			<b>0,753</b>
KN4			<b>0,855</b>
KN5			<b>0,792</b>
KN6			<b>0,861</b>
KN7			<b>0,780</b>
KN8			<b>0,822</b>
KN9			<b>0,703</b>
KN10			<b>0,723</b>

KN11			<b>0,764</b>
KN12			<b>0,750</b>

*Sumber Data: Pengolahan Data Primer (2021)*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwasanya hasil dari masing-masing indikator variabel penelitian memiliki nilai *outer loading*  $> 0,7$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dinyatakan layak atau valid untuk digunakan penelitian serta dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut

**b. Discriminant Validity**

Uji *discriminant validity* menggunakan nilai *Average Variant Extracted* (AVE). Untuk masing-masing indikator dinyatakan dalam model yang baik apabila nilai *Average Variant Extracted* (AVE)  $> 0,5$ . Berikut merupakan nilai *Average Variant Extracted* (AVE) adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
***Output Average Variance Extracted (AVE)***

	<b><i>Average Variance Extracted (AVE)</i></b>
<b>Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)</b>	0,747
<b>Fasilitas (X<sub>2</sub>)</b>	0,595
<b>Kepuasan Nasabah (Y)</b>	0,604

*Sumber Data: Output PLS*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwasanya nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan kepuasan nasabah  $> 0,5$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel telah memiliki *Discriminant Validity yang baik*.

### c. *Composite Reliability*

*Composite Reliability* merupakan salah satu bagian yang digunakan untuk menguji nilai reliabilitas indikator variabel. Variabel dapat dikatakan reliabel atau kredibel apabila nilai *Composite Reliability* dari masing-masing variabel sebesar  $> 0,7$ . Berikut ini merupakan nilai *Composite Reliability* dari masing-masing variabel yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
***Output Composite Reliability***

	<i>Composite Reliability</i>
<b>Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)</b>	0,967
<b>Fasilitas (X<sub>2</sub>)</b>	0,946
<b>Kepuasan Nasabah (Y)</b>	0,948

*Sumber Data: Output PLS*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwasanya nilai *Composite Reliability* untuk semua variabel penelitian diatas 0,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel memiliki reliabilitas yang baik.

### d. *Cronbach's Alpha*

Uji *Composite Reliability* dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Kriteria dari penilaian variabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel sebesar 0,7 maka variabel dapat dinyatakan reliabel. Berikut merupakan nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Output Cronbach's Alpha**

	<i>Cronbach's Alpha</i>
<b>Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)</b>	0,962
<b>Fasilitas (X<sub>2</sub>)</b>	0,938
<b>Kepuasan Nasabah (Y)</b>	0,940

*Sumber Data: Output PLS*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwasanya nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,957; fasilitas sebesar 0,928 dan kepuasan nasabah sebesar 0,973. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel > 0,7. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *Cronbach's Alpha*.

### 3. Evaluasi *Inner Model*

Setelah model yang diestimasi memenuhi kriteria validitas diskriminan, selanjutnya dilakukan pengujian terhadap model struktural (*inner model*) yang dilakukan dengan melihat *R-square* ( $R^2$ ) untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model struktural. Semakin tinggi nilai  $R^2$  semakin baik nilai prediksi dari model yang diajukan. Nilai *R-square* 0,75 yang berarti model kuat, nilai 0,50 model moderat dan nilai 0,25 disimpulkan model lemah. Nilai *R-square* ( $R^2$ ) konstruk endogen dari estimasi model adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Output R-square**

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
<b>Kepuasan Nasabah</b>	0,649	0,642

*Sumber data: Pengolahan Data Primer (2021)*

Berdasarkan kriteria model, nilai *R-square* ( $R^2$ ) pada tabel diatas mengindikasikan bahwa masing-masing model struktural (*inner model*) pada penelitian ini termasuk dalam kategori “moderat”.

Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel yang terlibat dalam model mampu menjelaskan variabel Kepuasan nasabah sebesar 0,649 atau 64,9 % dengan sisanya sebesar 35,1 % dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

#### 4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Perbandingan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel. Nilai  $t_{hitung}$  diperoleh dari hasil *bootstrapping* dengan *software Smart PLS*. Pengujian dengan *bootstrap* juga bertujuan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian.

Berdasarkan olah data yang telah dilakukan oleh peneliti, hasil yang didapatkan digunakan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai t-statistik serta nilai *P-Values*. Hipotesis penelitian ini dinyatakan diterima jika nilai *P-Value*  $< 0,05$ . Berikut ini hasil dari uji hipotesis yang diperoleh melalui *inner model*:

**Tabel 4.10**  
**Output Path Coefficient**  
**Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Fasilitas (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan**  
**Nasabah (Y)**

	<b>Original Sampel (OS)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standart Deviation (STDEV)</b>	<b>T-Statistic ((O/STDEV))</b>	<b>P- Values</b>
<b>Kualitas Pelayanan → Kepuasan Nasabah</b>	0,141	0,147	0,107	2,166	0,012
<b>Fasilitas → kepuasan Nasabah</b>	0,692	0,693	0,102	6,805	0,000

*Sumber data: Pengolahan Data Primer (2021)*

- 1) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- a) H<sub>0</sub> = tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Nasabah.
- b) H<sub>1</sub> = terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Nasabah

P O N O R O G O

**Tabel 4.11****Path Coefficient Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

	<b>Original Sampel (OS)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standart Deviation (STDEV)</b>	<b>T Statistic ((O/STDEV))</b>	<b>P-Values</b>
<b>Kualitas Pelayanan → Kepuasan Nasabah</b>	0,141	0,147	0,107	2,166	0,012

*Sumber data diolah: Pengolahan Data Primer (2021)*

Tabel diatas menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara konstruk Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dengan konstruk Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai koefisien 0,141 dan signifikan pada taraf 14,1%. Hal ini dibuktikan dari besarnya nilai t-statistic untuk konstruk X<sub>1</sub> terhadap konstruk Y diatas 1,96 yaitu sebesar 2,166 dan pada *Probability Values (P-Values)* bernilai kurang dari 0,05 yaitu 0,012. sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>1</sub> diterima.

2) Pengaruh Fasilitas (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

- a) H<sub>0</sub> = tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Fasilitas terhadap variabel Kepuasan Nasabah.
- b) H<sub>2</sub> = terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Fasilitas terhadap variabel Kepuasan Nasabah

**Tabel 4.12**  
**Path Coefficient Fasilitas (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)**

	<b>Original Sampel (OS)</b>	<b>Sample Mean (M)</b>	<b>Standart Deviation (STDEV)</b>	<b>T Statistic ((O/STDEV))</b>	<b>P-Values</b>
<b>Fasilitas → kepuasan Nasabah</b>	0,692	0,693	0,102	6,805	0,000

Sumber data: Pengolahan Data Primer (2021)

Tabel diatas menunjukkan adanya pengaruh positif antara konstruk Fasilitas (X<sub>2</sub>) dengan konstruk Kepuasan Nasabah (Y) dengan nilai koefisien 0,692 dan signifikan pada taraf 69,2 %. Hal ini dibuktikan dari besarnya nilai t-statistic untuk konstruk X<sub>2</sub> terhadap konstruk Y diatas 1,96 yaitu sebesar 6,805 dan pada *Probability Values (P-Values)* bernilai kurang dari 0,05 yaitu 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>1</sub> dapat diterima.

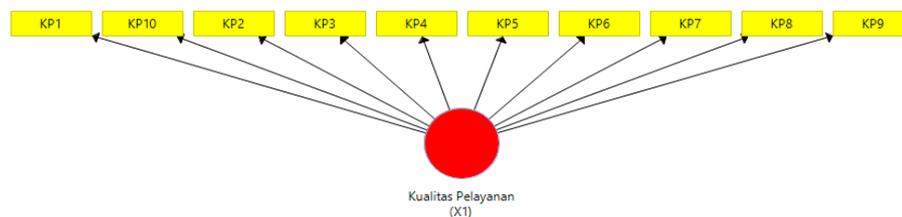
#### D. Pembahasan

##### 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KC

###### Sudirman 2 Ngawi

Berdasarkan uji hasil validitas dan reabilitas dengan alat uji *SmartPLS 3.0*, dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan dibentuk secara reflektif oleh 10 indikator sebagaimana yang terlihat dalam gambar 4.2. Hasil uji *Outer Model* dari variabel Kualitas Pelayanan dapat dilihat dalam tabel 4.11 adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2

**Path Variabel Laten Kualitas Pelayanan**

Sumber data: Pengolahan Data Primer (2021)

Tabel 4.13

**Nilai Factor Loading, Composite Reliability dan Cronbach's Alpha****Variabel Kualitas Pelayanan**

	<b>Loading Factor</b>	<b>Composite Reliability</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>
<i>KP.1</i>	<b>0,814</b>	<b>0,967</b>	<b>0,962</b>
<i>KP.2</i>	<b>0,795</b>		
<i>KP.3</i>	<b>0,819</b>		
<i>KP.4</i>	<b>0,805</b>		
<i>KP.5</i>	<b>0,920</b>		
<i>KP.6</i>	<b>0,931</b>		
<i>KP.7</i>	<b>0,909</b>		
<i>KP.8</i>	<b>0,909</b>		
<i>KP.9</i>	<b>0,846</b>		
<i>KP.10</i>	<b>0,879</b>		

Sumber data: Pengolahan Data Primer (2021)

Hasil estimasi diatas menunjukkan bahwasanya semua item pertanyaan yang mengukur Kualitas Pelayanan dinyatakan valid dan reliabel. Penilaian validitas dilihat dari *loading factor* seluruh pertanyaan

yang sudah berada diatas 0,50 yang berarti signifikan secara praktis. Penilaian reabilitas dapat dilihat dari nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* yaitu 0,967 dan 0,962 yang sudah melebihi  $\alpha > 0,70$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan reliabel layak untuk digunakan.

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama bahwa  $H_1$  yang diajukan dapat diterima dan menolak  $H_0$ . *Output Path Coefficient* menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk konstruk Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,96 yaitu sebesar 2,166. Hasil tersebut dapat menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara konstruk kualitas pelayanan terhadap konstruk kepuasan nasabah terbukti signifikan.

Pengaruh yang diberikan oleh kualitas pelayanan terhadap konstruk kepuasan nasabah terbukti positif dengan nilai koefisien variabel laten kualitas pelayanan pada output *path coefficient* sebesar 0,295 yang berarti terdapat pengaruh positif sebesar 29,5 % terhadap konstruk kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah seperti, pelayanan yang cepat dan tepat waktu, pelayanan yang ramah, pelayanan yang baik dan sopan dan pelayanan lainnya.

Pelayanan merupakan hal yang penting dalam bidang industri jasa perbankan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan persepsi

yang baik juga dari nasabah. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah tersebut.

Selain itu dapat ditunjukkan juga dengan menggunakan deskripsi dari jawaban responden mengenai variabel kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan**

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase	Kesimpulan
1	Sangat Setuju	36	36 %	Mayoritas respponden merasakan puas karena karyawan BSI KC Sudirman 2 Ngawi berpakaian rapi dan sopan
	Setuju	56	56 %	
	Kurang Setuju	8	8 %	
	Tidak Setuju	0	0 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
2	Sangat Setuju	34	34 %	Mayoritas respponden merasakan puas karena karyawan BSI KC Sudirman 2 Ngaw menciptakan suasana yang nyaman
	Setuju	53	53 %	
	Kurang Setuju	3	3 %	
	Tidak Setuju	5	5 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
3	Sangat Setuju	35	35 %	Mayoritas respponden merasakan puas karena karyawan BSI KC Sudirman 2 Ngawi menunjukkan rasa percaya diri dalam melayani nasabah
	Setuju	57	57 %	
	Kurang Setuju	8	8 %	
	Tidak Setuju	0	0 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
4	Sangat Setuju	39	39 %	Mayoritas respponden merasakan puas karena karyawan BSI KC Sudirman 2 Ngawi melayani
	Setuju	51	51 %	
	Kurang Setuju	5	5 %	
	Tidak Setuju	5	5 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	

	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	nasabah sampai tuntas
5	Sangat Setuju	42	42 %	Mayoritas ressponden merasakan puas karena karyawan BSI KC Sudirman 2 Ngawi memiliki respon yang cepat
	Setuju	54	54 %	
	Kurang Setuju	4	4 %	
	Tidak Setuju	1	1 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
6	Sangat Setuju	37	37 %	Mayoritas ressponden merasakan puas karena karyawan BSI KC Sudirman 2 Ngawi bersedia membantu nasabah
	Setuju	57	57 %	
	Kurang Setuju	5	5 %	
	Tidak Setuju	1	1 %	
	Sangat Tidak Setuju	4	4 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
7	Sangat Setuju	40	40 %	Mayoritas ressponden merasakan puas karena karyawan BSI KC Sudirman 2 Ngawi mampu menanamkan kepercayaan kepada nasabah
	Setuju	55	55 %	
	Kurang Setuju	4	4 %	
	Tidak Setuju	1	1 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
8	Sangat Setuju	35	35 %	Mayoritas ressponden merasakan puas karena karyawan BSI KC Sudirman 2 Ngawi mampu memberikan rasa aman dalam melayani nasabah
	Setuju	58	58 %	
	Kurang Setuju	6	6 %	
	Tidak Setuju	1	1 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
9	Sangat Setuju	41	41 %	Mayoritas ressponden merasakan puas karena karyawan BSI KC Sudirman 2 Ngawi memperhatikan kepentingan nasabah
	Setuju	54	54 %	
	Kurang Setuju	4	4 %	
	Tidak Setuju	1	1 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
10	Sangat Setuju	35	35 %	Mayoritas ressponden merasakan puas karena karyawan BSI KC Sudirman 2
	Setuju	58	58 %	
	Kurang Setuju	6	6 %	
	Tidak Setuju	1	1 %	

	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	Ngawi menangani dengan perhatian
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	

Dari tabel di atas dapat diberikan kesimpulan bahwasanya kebanyakan karyawan di BSI KC Sudirman 2 Ngawi dapat menciptakan suasana yang nyaman dalam melayani, akan tetapi terdapat pula karyawan yang belum memberikan pelayanan yang baik

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Intan Kamila mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug). Hasilnya, dari berbagai faktor terdapat salah satunya variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>5</sup>

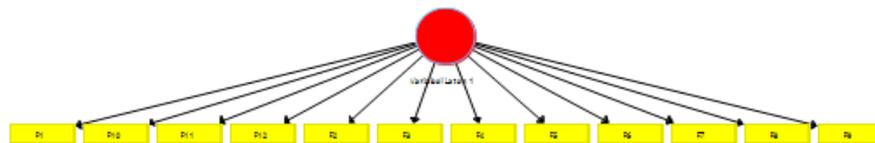
## **2. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KC Sudirman 2 Ngawi**

Berdasarkan uji hasil validitas dan reabilitas dengan alat uji *SmartPLS* 3.0, diketahui bahwa variabel Fasilitas dibentuk secara reflektif oleh 6 indikator sebagaimana yang terlihat dalam gambar 4.3. Hasil uji *Outer Model* dari variabel Fasilitas yang dapat dilihat dalam tabel 4.13 adalah sebagai berikut:

---

<sup>5</sup> Intan Kamila, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug)", *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017).

Gambar 4.3

*Path* Variabel Laten Fasilitas

Sumber data: Pengolahan Data Primer (2021)

Tabel 4.15

Nilai *Factor Loading*, *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* Variabel Fasilitas

	<i>Loading Factor</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>
<i>F.1</i>	0,797	0,946	0,938
<i>F.2</i>	0,779		
<i>F.3</i>	0,799		
<i>F.4</i>	0,802		
<i>F.5</i>	0,783		
<i>F.6</i>	0,814		
<i>F.7</i>	0,776		
<i>F.8</i>	0,709		
<i>F.9</i>	0,742		
<i>F.10</i>	0,727		
<i>F.11</i>	0,787		
<i>F.12</i>	0,731		

Sumber data: Pengolahan Data Primer (2021)

Hasil estimasi diatas menunjukkan bahwasanya semua item pertanyaan yang mengukur fasilitas dinyatakan valid dan realibel. Penilaian validitas dapat dilihat dari *loading factor* seluruh pertanyaan sudah berada diatas 0,50 yang berarti signifikan secara praktis. Penilaian reabilitas dapat dilihat dari nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* yaitu 0,946 dan 0,938 yang sudah melebihi  $\alpha >$

0,70, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas reliabel untuk digunakan.

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama bahwa  $H_2$  yang diajukan dapat diterima dan menolak  $H_0$ . *Output path coefficient* menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  untuk konstruk fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1,96 yaitu sebesar 6,805. Hasil tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara konstruk fasilitas terhadap konstruk kepuasan nasabah terbukti signifikan.

Pengaruh yang diberikan oleh fasilitas terhadap konstruk kepuasan nasabah terbukti positif dengan nilai koefisien variabel laten fasilitas pada *output path coefficient* sebesar 0,692 yang berarti terdapat pengaruh positif sebesar 69,2 % terhadap konstruk kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa, ketika bank memiliki fasilitas yang lengkap akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam hal ini BSI KC Sudirman 2 Ngawi telah berupaya untuk memberikan fasilitas yang memadai untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Sehingga nasabah akan merasakan nyaman dan puas saat melakukan transaksi di BSI KC Sudirman 2 Ngawi.

Fasilitas merupakan sarana prasana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti memberi kemudahan, memenuhi kebutuhan dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Apabila fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan maka nasabah akan merasa puas. Perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain

fasilitas yang menarik akan membuat nasabah merasa nyaman dan puas dalam melakukan transaksi.

**Tabel 4.16**  
**Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan**

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase	Kesimpulan
1	Sangat Setuju	39	39 %	Mayoritas responden merasakan puas karena BSI KC Sudirman 2 Ngawi memiliki tempat parkir yang cukup luas
	Setuju	57	57 %	
	Kurang Setuju	4	4 %	
	Tidak Setuju	0	0 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
2	Sangat Setuju	40	40 %	Mayoritas responden merasakan puas karena BSI KC Sudirman 2 Ngawi memiliki tampilan gedung yang bagus
	Setuju	55	55 %	
	Kurang Setuju	5	5 %	
	Tidak Setuju	0	0 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
3	Sangat Setuju	40	40 %	Mayoritas responden merasakan puas karena BSI KC Sudirman 2 Ngawi memberikan desain yang cocok untuk kegiatan transaksi keuangan
	Setuju	55	55 %	
	Kurang Setuju	5	5 %	
	Tidak Setuju	0	0 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
4	Sangat Setuju	38	38 %	Mayoritas responden merasakan puas karena BSI KC Sudirman 2 Ngawi memiliki gedung dengan kapasitas jumlah nasabah yang memadai
	Setuju	55	55 %	
	Kurang Setuju	7	7 %	
	Tidak Setuju	0	0 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
5	Sangat Setuju	32	32 %	Mayoritas responden merasakan puas karena BSI KC Sudirman 2 Ngawi memberikan tampilan ruangan yang tertata dengan rapi
	Setuju	52	52 %	
	Kurang Setuju	14	14 %	
	Tidak Setuju	2	2 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
6	Sangat Setuju	40	40 %	Mayoritas responden

	Setuju	53	53 %	merasakan puas karena BSI KC Sudirman 2 Ngawi memiliki ruangan tunggu yang bersih
	Kurang Setuju	7	7 %	
	Tidak Setuju	0	0 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	
7	Sangat Setuju	33	33 %	Mayoritas responden merasakan puas karena BSI KC Sudirman 2 Ngawi ruangan tunggu yang nyaman
	Setuju	54	54 %	
	Kurang Setuju	17	17 %	
	Tidak Setuju	5	5 %	
	Sangat Tidak Setuju	1	1 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
8	Sangat Setuju	31	31 %	Mayoritas responden merasakan puas karena BSI KC Sudirman 2 Ngawi perangkat yang lengkap dalam melayani nasabah
	Setuju	55	55 %	
	Kurang Setuju	12	12 %	
	Tidak Setuju	2	2 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
9	Sangat Setuju	41	41 %	Mayoritas responden merasakan puas karena BSI KC Sudirman 2 Ngawi memberikan beragam informasi dengan mudah dan cepat
	Setuju	53	53 %	
	Kurang Setuju	3	3 %	
	Tidak Setuju	3	3 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
10	Sangat Setuju	43	43 %	Mayoritas responden merasakan puas karena BSI KC Sudirman 2 Ngawi mempunyai fasilitas ATM untuk memenuhi kebutuhan nasabah
	Setuju	52	52 %	
	Kurang Setuju	4	4 %	
	Tidak Setuju	1	1 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
11	Sangat Setuju	40	40 %	Mayoritas responden merasakan puas karena BSI KC Sudirman 2 Ngawi memiliki mesin ATM yang tersebar luas
	Setuju	57	57 %	
	Kurang Setuju	3	3 %	
	Tidak Setuju	1	1 %	
	Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>	
12	Sangat Setuju	41	41 %	Mayoritas responden merasakan puas karena BSI KC Sudirman 2
	Setuju	54	54 %	
	Kurang Setuju	4	4 %	

Tidak Setuju	1	1 %	Ngawi memiliki fasilitas alat pembayaran seperti tiket pembayaran, pulpen, meja yang rapi menarik dan mudah dipahami
Sangat Tidak Setuju	0	0 %	
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

Dari tabel diatas dapat diberikan kesimpulan bahwasanya fasilitas yang diberikan oleh BSI KC Sudirman 2 Ngawi memberikan rasa nyaman dikarenakan ruangan yang bersih, tertata rapi, fasilitas ATM yang memadai dan fasilitas perangkat yang lengkap.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ardiyan Fakhrun Nissa yang meneliti mengenai “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Ponorogo”. Hasilnya dari berbagai faktor terdapat salah satunya variabel fasilitas yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Ardiyan Fakhrun Nissa, “Pengaruh Fakultas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Ponorogo”, *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019).

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi”. Responden pada penelitian ini berjumlah 100 nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi. Metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar konstruk penelitian ini adalah metode PLS (*Partial Least Square*) dengan menggunakan program *SmartPLS 3.0*.

Berdasarkan analisis data hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,166 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,96 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan nasabah terbukti signifikan.
2. Variabel Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 2 Ngawi.

Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,805 lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,96 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel fasilitas terhadap variabel kepuasan nasabah terbukti signifikan.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian tersebut antara lain sebagai berikut:

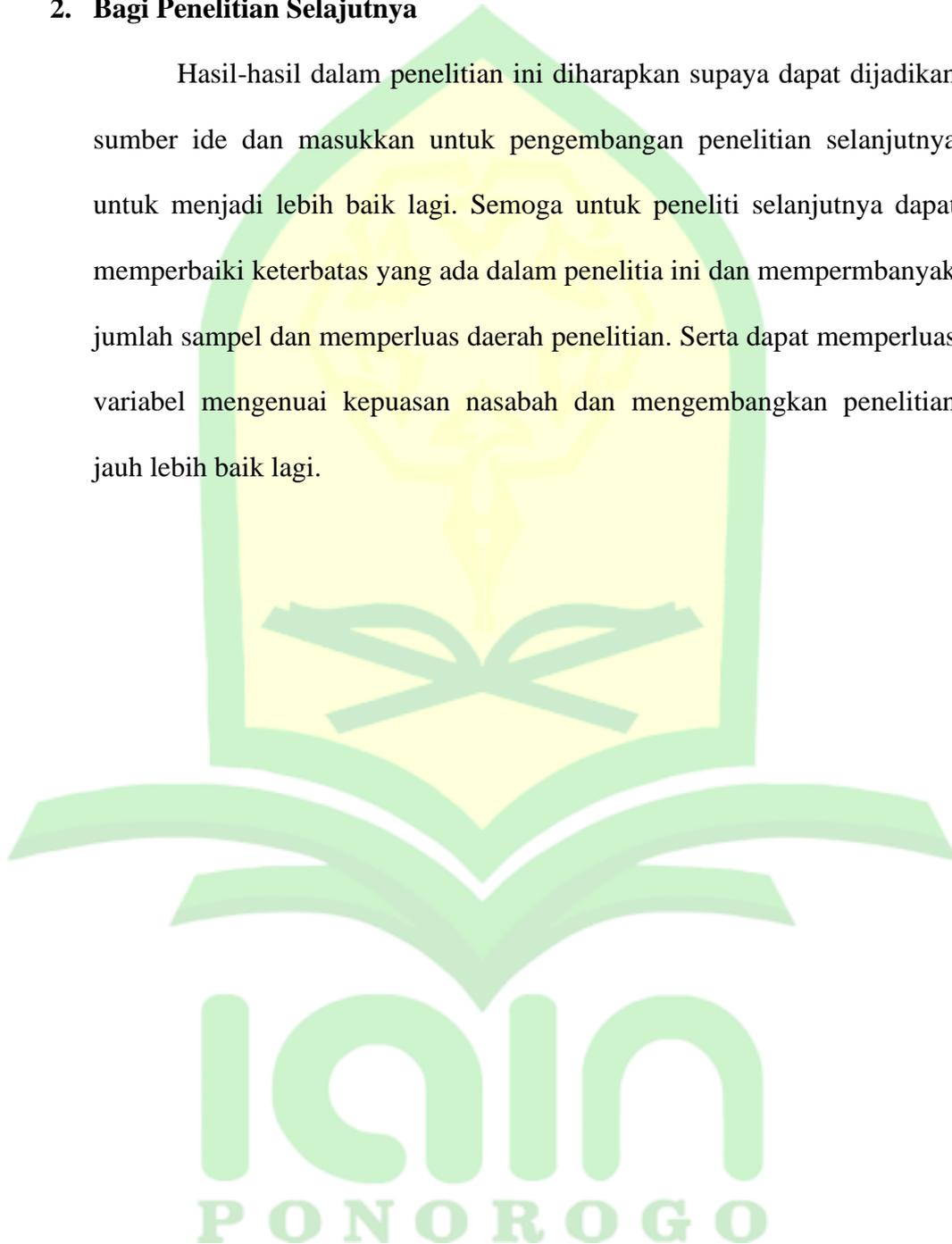
### **1. Bagi Bank**

Kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan sudah cukup baik, tetapi sebaiknya BSI KC Sudirman 2 Ngawi perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas kepada nasabah yang perlu baik lagi, karena nasabah sering menjadikan kualitas pelayanan dan fasilitas menjadi salah satu pertimbangan utama dan menentukan pilihan calon nasabah untuk memilih lembaga keuangan yang baik. Kualitas pelayanan dan fasilitas sendiri juga menentukan suatu kepuasan nasabah, hal ini dikarenakan dengan merasakan nyaman atas yang diberikan BSI KC Sudirman 2 Ngawi akan mendapatkan rasa puas untuk nasabah. Dianjurkan untuk karyawan BSI KC Sudirman 2 Ngawi untuk tetap memberikan perhatian yang optimal untuk pelayanan nasabah dengan memberikan pelayanan yang tepat waktu, meningkatkan perhatian, kenyamanan dan kepedulian terhadap nasabah. Selain itu, BSI KC Sudirman 2 Ngawi hendak memperbaiki fasilitas yang ada dan memberikan kelengkapan fasilitas

yang ada supaya nasabah tetap di BSI KC Sudirman 2 Ngawi dan tidak akan berpaling terhadap bank lainnya yang dirasa melebihi bank tersebut.

## **2. Bagi Penelitian Selanjutnya**

Hasil-hasil dalam penelitian ini diharapkan supaya dapat dijadikan sumber ide dan masukan untuk pengembangan penelitian selanjutnya untuk menjadi lebih baik lagi. Semoga untuk peneliti selanjutnya dapat memperbaiki keterbatas yang ada dalam penelitian ini dan memperbanyak jumlah sampel dan memperluas daerah penelitian. Serta dapat memperluas variabel mengenai kepuasan nasabah dan mengembangkan penelitian jauh lebih baik lagi.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdilah dan Hartono. *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2015.
- Adam, Muhammad. *Manajemen Jasa Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta. 2015.
- Al-arif, Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Arif, Muhtosim. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayu Media Publishing. 2006.
- Elviana. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press. 2011.
- Ghozali, Imam dan Henky Latan. *Partial Least Square, Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro. 2014.
- . *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro. 2015.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia. 2010.
- Irawan, Hendi. *10 Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo. 2002.
- Kasmadi dan Nia Siti Sunariah. *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta. 2006.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Depok: Rajagrafindo Persada. 2012.

- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat. 2002.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat. 2006.
- . *Pemasaran Jasa*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka. 2013.
- Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Istana Agency. 2018.
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers. 2013.
- Muhidin, Sambas Ali dan Maman Abdurahman. *Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: CV. Pustaka Setia. 2009.
- Naf'ian. *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2004.
- Nurastuti, Wiji. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011.
- Rianto, M. Nur. *Dasar-dasar Pemasaran Bank*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Samarwan, Ujang, dll. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press. 2011.
- Setyabudi, Ismanto dan Daryanto. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media. 2014.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset. 2016.
- Sugiyono. *Metode Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- . *Metode Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta. 2016.
- Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineke Cipta. 2006.

Suryani dan Handryadi. *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Kencana. 2015.

Taniredja, Tukiran dan Hidayati Mustafidah. *Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.2014.

Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset. 2005.

Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. 2019.

------. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset. 2000.

------. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. 2014.

------. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. 2018.

Wulansari, Andhitha Dessy. *Aplikasi Statistika Parametrik*. Yogyakarta: Pustaka Felicha. 2016.

## **Jurnal**

Mutmainnah. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah.” *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Vol. 10 No. 2. 2017.

Nelwani, Diandra Gabriela. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Manado.” *Jurnal Administrasi Bisnis*.

Oetama, Saenewati. “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pad PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk di Sampit.” *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*. 2017.

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

Wijyaningratri, Chatrin Surya dan Budiyanto. "Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Nasabah Bank Mega Syariah Walikukun." *Jurnal Ilmu dan Riset Penelitian*. 2015.

### **Skripsi**

Ahdi, Didi Muhammad. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI' 46 KCP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)." *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. 2017.

Kamila, Intan. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Menabung (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug)." *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017.

Maulana, Adam. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah BPR Hasamitra Makassar." *Skripsi*. Makassar: Universitas Hasanuddin Makassar, 2017, 15.

Nissa, Ardiyan Fakhrun. "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di BRI Syariah Ponorogo." *Skripsi* Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019

### **Internet**

[www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id)