

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN
MENABUNG TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK
MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU
PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

RENI APRILIA
NIM. 210817161

Pembimbing:

YULIA ANGGRAINI 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 KEPUTUSAN
MENABUNG TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK
MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU
PONOROGO**

SKRIPSI

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



Oleh:

RENI APRILIA
NIM. 210817161

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

Aprilia, Reni. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menabung Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. Skripsi, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing Skripsi Yulia Anggraini S.A.B., M.M.

Kata kunci: Kualitas,Keputusan, Kepuasan.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh adanya kesenjangan antara teori dan fakta yang mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. Dalam teori disebutkan bahwa alasan nasabah tetap menabung karena adanya kualitas pelayanan dan faktor kepuasan nasabah yang baik, akan tetapi dalam penelitian di lapangan berbanding terbalik karena hasil dari penelitian nasabah mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan buruk dan nasabah tidak puas akan tetapi nasabah tetap menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali teori yang sudah ada karena adanya kesenjangan tersebut. Rumusan masalah dari skripsi ini adalah: (1) menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. (2) menganalisa pengaruh kepuasan nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. (3) menguji dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan dan keputusan menabung secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa : 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. 2) Keputusan menabung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. 3) Berdasarkan Uji F kualitas pelayanan dan keputusan menabung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Mumalat Indonesia KCP Ponorogo.

P O N O R O G O



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

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

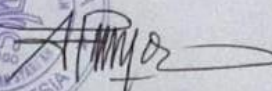
Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama :

No	Nama	NIM	Jurusan	Judul Skripsi
1	Reni Aprilia	210817161	Perbankan Syariah	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN MENABUNG TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU PONOROGO.

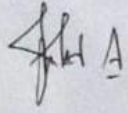
Telah selesai melaksanakan bimbingan dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 24 November 2021

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah


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

Menyetujui,


Yulia Anggraini 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

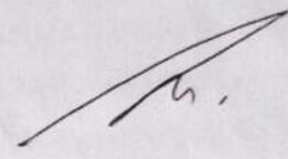
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

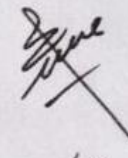
Isilah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menabung Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo
Nama : Reni Aprilia
NIM : 210817161
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:

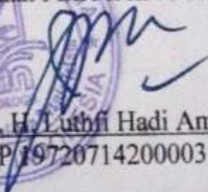
Ketua sidang
Dr. Aji Damanuri, M.E.I. : ()
NIP 197506022002121003

Penguji I
Dr. Hj. Ely Masykuroh, S.E., M.S.I : ()
NIP 197202111999032003

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

Ponorogo, 25 November 2021
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




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

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Surat yang bertanggung jawab dibawah ini :

Nama : Reni Aprilia

NIM : 210817161

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menabung Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya, saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di ethesis.iainponorogo.ac.id adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggungjawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 25 November 2021

Pembuat Pernyataan,



Reni Aprilia

NIM.210817161



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

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Reni Aprilia

NIM : 210817161

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUTUSAN MENABUNG TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK MUAMALAT INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU PONOROGO

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

Ponorogo, 25 November 2021

Pembuat Pernyataan,



Reni Aprilia
NIM :210817161

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	Error! Bookmar
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	Error! Bookmar
ABSTRAK	Error! Bookmar
TRANSLITERASI	vi
MOTTO	Error! Bookmar
PERSEMBAHAN	Error! Bookmar
KATA PENGANTAR	Error! Bookmar
DAFTAR ISI	vii
<u>BAB I</u> PENDAHULUAN	49
A. Latar Belakang Masalah	49
B. Rumusan Masalah	57
C. Tujuan Penelitian	57
D. Manfaat Penelitian	58
<u>BAB II</u> LANDASAN TEORI	60
A. Deskripsi Teori	60
1. Keputusan Menabung	Error! Bookmar
2. Kualitas Pelayanan	68
3. Kepuasan	76
B. Penelitian Terdahulu	88

C. Kerangka Berfikir.....	92
D. Hipotesis Penelitian.....	94
BAB III METODE PENELITIAN.....	97
A. Jenis dan Rancangan Penelitian.....	97
B. Lokasi.....	98
C. Rancangan Penelitian.....	98
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	99
E. Populasi dan Sampel.....	100
F. Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark
1. Kuesioner (angket).....	Error! Bookmark
2. Wawancara.....	Error! Bookmark
G. Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	Error! Bookmark
1. Uji Validitas.....	Error! Bookmark
2. Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark
H. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....	Error! Bookmark
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA.....	Error! Bookmark
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	Error! Bookmark
1. Sejarah Bank Muamalat Indonesia.....	Error! Bookmark
2. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.....	Error! Bookmark
3. Visi dan Misi.....	Error! Bookmark
B. Hasil Pengujian Diskripsi.....	Error! Bookmark
1. Data Responden Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark
2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark

C. Hasil Pengujian Instrumen	Error! Bookmar
1. Uji Validitas	Error! Bookmar
2. Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmar
D. Hasil Pengujian Hipotesis	Error! Bookmar
1. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmar
2. Analisis Regresi Linier Sederhana	Error! Bookmar
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	Error! Bookmar
4. Pengujian Hipotesis	Error! Bookmar
E. Pembahasan.....	Error! Bookmar
2. Pengaruh kepuasa nasabah terhadap keputusan menabung.....	Error! Bookmar
3. Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah simultan terhadap keputusan menabung.....	Error! Bookmar
BAB V PENUTUP	182
A. Kesimpulan	182
B. Saran.....	183
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga perbankan merupakan sebuah lembaga yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, menyalurkan uang, dan memberikan pelayanan pengiriman uang. Pada dasarnya ketiga fungsi tersebut sudah dilaksanakan dari zaman Rasulullah walaupun belum dikelola dengan baik. Dalam sejarah perekonomian kaum muslimin, pembiayaan yang dilakukan dengan akad yang sesuai dengan syariah telah menjadi bagian dan tradisi umat islam sejak zaman Rasulullah SAW. Pada hakikatnya, faktor utama munculnya perbankan syariah di dunia islam ialah karena merebaknya “bunga”, pada perbankan konvensional hukumnya haram. Maka mulai timbul usaha-usaha di sejumlah negara muslim untuk mendirikan lembaga alternatif terhadap bank yang ribawi (konvensional).¹

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat *surplus* dan kepada masyarakat *defisit* dana yang melarang adanya MAGHRIB (*maisir, gharar, riba dan bathil*). Semua transaksi perbankan diawali dengan akad yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak. Prinsip “*antarodin*” sangat diutamakan untuk menjaga hubungan baik dengan nasabah dan menghindari adanya salah satu pihak

¹Mila Sartika, Hendri Hermawan, “Implementasi Ijarah dan IMBT pada Bank BRISyiah caang Yogyakarta”, *Economica: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, vol.VII/ Edisi 1 (Mei, 2016), 97.

yang dirugikan. Adapun pengertian dari Bank menurut UU No. 10 Tahun 1998 adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.² Di dunia perbankan masalah pelayanan merupakan hal yang sangat penting karena pelayanan dianggap mampu mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank.

Pada perbankan syariah keputusan pembelian konsumen dapat disebut sebagai keputusan nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah. Menurut Fahmi keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi.³ Setiadi juga menyatakan bahwa pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu dari pilihan alternatif tersebut.⁴

Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh para ahli, peneliti meyakini bahwa konsumen akan menilai kualitas sebuah pelayanan yang dirasakan berdasarkan apa yang dideskripsikan pada benak konsumen. A. Parasuraman dalam Lupiyoadi mengungkapkan apabila kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen lebih baik atau sama dengan yang

²Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), 9.

³Irham Fahmi, *Manajemen: Teori, Kasus, dan Solusi* (Bandung: CV Alfabeta, 2014), 163.

⁴Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003), 342.

dibayangkan, maka konsumen cenderung akan mencoba kembali. Akan tetapi, bila pelayanan yang diterima lebih rendah dari layanan yang diharapkan, maka konsumen akan kecewa dan akan menghentikan hubungannya dengan perusahaan yang bersangkutan. Konsumen akan beralih ke penyedia jasa yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik konsumen dan memberikan pelayanan yang lebih baik, bahkan lebih buruknya konsumen akan menyebarkan *word of mouth* negatif.⁵ *Word of mouth communication* adalah komunikasi lisan, tertulis, dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk maupun jasa.⁶

Pada dasarnya masyarakat akan memilih bank yang memberikan keuntungan dan kemudahan, sehingga bank harus memperhatikan keinginan dan kebutuhan masyarakat dari waktu ke waktu. Nasabah memang harus diperlakukan dan diberikan pelayanan yang baik dan layak serta cepat untuk transaksi yang berkaitan dengan bank. Apabila diabaikan maupun pelayanan kurang cepat maka mereka akan menganggap bank tersebut kurang baik dan hal yang paling merugikan nasabah bisa saja meninggalkan bank tersebut dan akan berpindah ke bank yang lain. Hal ini tentu saja akan merugikan bank itu sendiri, oleh karena itu bank harus berusaha melakukan yang terbaik untuk mempertahankan para nasabah maupun calon nasabah.

⁵Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 216.

⁶Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 174.

Menurut Fandy Tjiptono kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.⁷ Karena apabila nasabah atau konsumen merasa bahwa kualitas pelayanan yang diterimanya baik atau sesuai harapan, maka akan merasa puas, percaya dan mempunyai komitmen menjadi nasabah. Nasabah yang puas, percaya dan berkomitmen terhadap barang atau jasa, maka akan dengan mudah membentuk niatnya dalam membeli ulang berkecenderungan untuk lebih sering melakukan pembelian barang ataupun jasa.⁸

Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen akan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen amat puas atau senang.⁹

Menurut Irham Fahmi keputusan adalah suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Bila seseorang dihadapkan dengan dua pilihan yaitu membeli dan tidak membeli lalu kemudian dia memilih membeli, maka konsumen ada dalam posisi membuat suatu keputusan.

⁷Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), 115.

⁸Azka Al Afifah "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah (Study Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang)", 1-2.

⁹Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas* (Jakarta: Prenhalindo, 2008), 139.

Proses pengambilan keputusan diawali dengan adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan tersebut terkait dengan beberapa alternatif sehingga perlu dilakukan evaluasi yang bertujuan untuk memperoleh alternatif terbaik dari beberapa persepsi konsumen. Didalam proses membandingkan konsumen memerlukan informasi yang jumlah dan tingkat kepentingannya bergantung dari kebutuhan konsumen serta situasi yang mereka hadapi.¹⁰

Kemudian menurut Kotler dan Keller, keputusan pembelian berhasil jika konsumen melihat suatu kebutuhan yang dapat terpenuhi oleh produk yang ditawarkan penjual atau perusahaan. Konsumen akan menyadari bahwa produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan, maka konsumen tersebut langsung membeli dan merasa puas terhadap produk tersebut.¹¹

Penelitian ini dilakukan karena adanya kesenjangan antara teori dan fakta yang ada di lapangan, dimana kualitas pelayanan kurang baik dan tidak memuaskan, akan tetapi nasabah yang menabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Ida selaku nasabah di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo, dalam indikator daya tanggap ia mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan di Bank Muamalat Ponorogo kurang memuaskan, karena pelayanan kurang cepat atau bisa dibilang lelet.

¹⁰Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan Teori dan Aplikasi*, Cet.3 (Bandung: Alfabeta, 2016), 2.

¹¹Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009)

Selain itu, pada indikator empati Ibu Ida mengungkapkan seharusnya pelayanan di Bank tersebut lebih memberikan perhatian yang lebih dekat atau pribadi dengan nasabah, hal tersebut bertujuan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik. Pada saat peneliti menanyakan kepada nasabah mengapa masih tetap menabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo, beliau memberikan alasan bahwa sudah lebih dari 4 tahun menabung di bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dan juga faktor keluarga. Ibu Ida menjelaskan bahwa orang tuanya juga bertransaksi dengan Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo sudah sejak lama.¹²

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo yaitu Ibu Erna mengungkapkan bahwa memang dari segi pelayanan kurang memuaskan. Pada indikator kesesuaian harapan beliau menjelaskan meskipun antrian tidak terlalu banyak akan tetapi pelayanan masih tetap lambat, hal tersebutlah yang membuat nasabah tidak puas dan tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah. Nasabah sendiri mengharapkan kualitas pelayanan yang cepat dan tidak lelet. Pada saat peneliti menanyakan terkait indikator merekomendasikan kepada orang lain Ibu Erna mengungkapkan bahwa beliau tidak pernah merekomendasikan kepada orang lain. Ibu Erna mengungkapkan bahwa beliau masih tetap memilih menabung di Bank Muamalat Indonesia kantor

¹²Ibu Ida, wawancara, 6 Mei 2021.

cabang pembantu Ponorogo karena sudah lama menjadi nasabah di Bank tersebut dan tidak adanya sistem bunga.¹³

Dari kedua kasus di atas dapat peneliti simpulkan bahwa pada kasus pertama yaitu nasabah yang tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. Akan tetapi nasabah tetap menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. Berbanding terbalik dengan teori yang dari . A. Parasuraman dalam Lupiyoadi yang mengungkapkan apabila kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen lebih baik atau sama dengan yang dibayangkan, maka konsumen cenderung akan mencoba kembali. Akan tetapi, bila pelayanan yang diterima lebih rendah dari layanan yang diharapkan, maka konsumen akan kecewa dan akan menghentikan hubungannya dengan perusahaan yang bersangkutan. Sedangkan permasalahan kedua, kurangnya perhatian secara lebih dekat atau pribadi dengan nasabah, yang bertujuan untuk mengetahui keinginan konsumen secara akurat dan spesifik. Berbanding terbalik dengan teori Fandy Tjiptono yang mengatakan bahwa salah satu kunci dalam memberikan pelayanan pelanggan yang unggul yaitu dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan secara spesifik.¹⁴

Hal tersebut memiliki arti bahwa nasabah tetap menabung meskipun terdapat permasalahan atau kesenjangan antara kejadian dilapangan dengan teori yang ada dalam kualitas pelayanan pada Bank Muamalat

¹³Ibu Erna, wawancara, 6 Mei 2021.

¹⁴Fandy Tjiptono, Prinsip-Prinsip Total Quality Service (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2005), 128.

Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo. Perkembangan jumlah nasabah di Bank Muamalat khususnya pada cabang pembantu Ponorogo mengalami perkembangan jumlah nasabah. Dapat dilihat pada tabel 1.1 perkembangan jumlah nasabah yang di hitung pada setiap tahunnya yaitu pada tahun 2017-2020 pada Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.

Tabel 1.1
Sampel Tabungan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP
Ponorogo Tahun 2018-2020

Jenis Nasabah	Jenis Simpanan	Jumlah Nasabah		
		2018	2019	2020
Nasabah Simpanan	Tabungan	4.837	5.132	5.435
	Giro	92	95	96

Sumber: Bank Muamalat KCP Ponorogo

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nasabah yang merasakan kesenjangan pada kualitas pelayanan tetap menabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo. Dari tahun 2018 jumlah nasabah mulai meningkat . Selanjutnya pada tahun 2019 sampai 2020 nasabah mengalami peningkatan yang cukup baik.

Dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas menjadi alasan penulis untuk menganalisa lebih lanjut terkait dengan kualitas pelayanan

dan keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo. Dengan alasan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menabung terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo?
2. Apakah keputusan menabung berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo?
3. Apakah kualitas pelayanan dan keputusan menabung berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo.
2. Untuk mengetahui pengaruh keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo.

3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan keputusan menabung secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat serta berguna untuk hal-hal sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharap dapat memberikan hasil berupa wawasan mengenai bagaimana kualitas pelayanan dan keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat memberikan sumbangan yaitu berupa pemikiran dan menambah literatur mengenai hal tersebut di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo, khususnya di Prodi Perbankan Syariah.

2. Praktisi

- a. Bagi penelitian selanjutnya

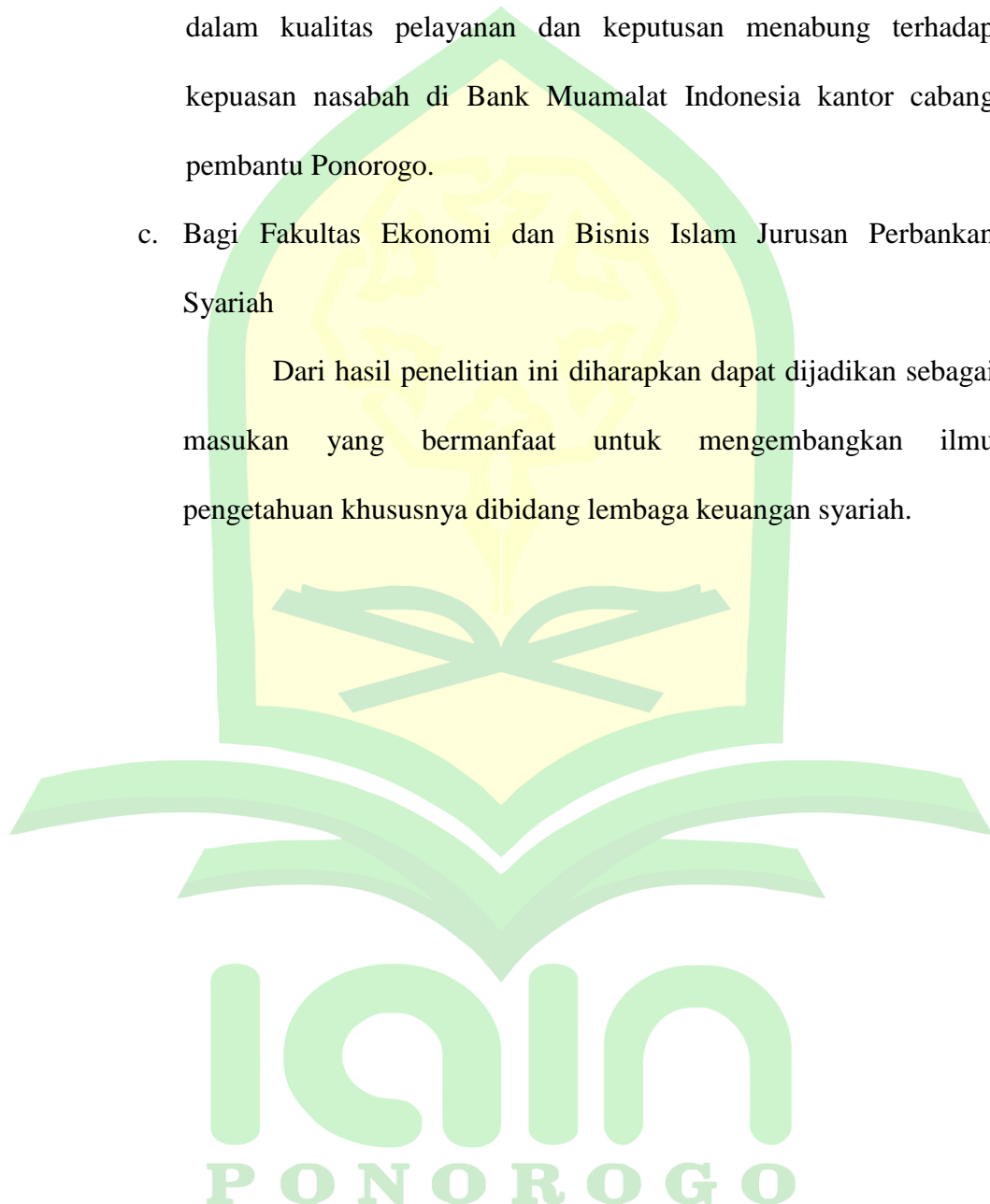
Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan untuk bahan perbandingan dan menambah pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang tertarik pada masalah yang dibahas untuk diteliti lebih lanjut. Selain itu, untuk melatih kemampuan yang dimiliki peneliti dengan menerapkan dan membandingkan teori yang telah didapat di perkuliahan dengan kenyataan yang ada dilapangan.

b. Bagi Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo

Penemuan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo untuk lebih maksimal dalam kualitas pelayanan dan keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo.

c. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan yang bermanfaat untuk mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang lembaga keuangan syariah.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Kepuasan

a. Pengertian Kepuasan

Puas artinya merasa senang (lega, gembira, kenyang, karena sudah terpenuhi hasrat hatinya). Ke.pu.as.an yang bersifat puas adalah kesenangan, kelegaan.¹⁵ Kepuasan kerja pada dasarnya merupakan sesuatu yang bersifat individual. Setiap individu memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda sesuai dengan sistem nilai yang berlaku pada dirinya. Makin tinggi penilaian terhadap kegiatan dirasakan sesuai dengan keinginan individu, makin tinggi kepuasannya terhadap kegiatan tersebut.

Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang maupun kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.¹⁶ Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Jika barang dan

¹⁵Pater Salim, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), 110.

¹⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2011), 139.

jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen tersebut puas, begitupun juga sebaliknya.¹⁷

Riset menunjukkan bahwa kecocokan positif dan negative memiliki efek yang berbeda terhadap kepuasan, bahkan terkadang ketidakcocokan berpengaruh lebih besar terhadap ketidakpuasan pelanggan daripada kesesuaian pada tingkat mikro. Untuk memudahkan mengenali kepuasan pelanggan, digunakan ukuran sebagai berikut :¹⁸

1) Service Quality < Expectation

Jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan lebih kecil dari yang dibayangkan oleh konsumen, maka akan mengakibatkan ketidakpuasan terhadap konsumen.

2) Service Quality = Expectation

Jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sama dengan yang dibayangkan atau diharapkan oleh konsumen, maka akan membuat konsumen tersebut merasakan kepuasan yang biasa.

3) Service Quality > Expectation

Jika kualitas pelayanan lebih besar dari harapan yang diinginkan oleh konsumen, maka akan membuat kepuasan yang sangat luar biasa.

Kepuasan dapat dilihat sebagai pengalaman kumulatif melakukan pembelian dan pengalaman pelanggan dalam mengkonsumsi produk jasa.¹⁹

¹⁷ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen* (CV. Alfabeta, 2016), 197.

¹⁸Ibid., 204.

¹⁹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 101.

b. Mengukur Kepuasan Nasabah

Menurut Fendy Tjiptono dan Gregorius Chandra terdapat beberapa cara mengukur kepuasan nasabah, yaitu:²⁰

1) Sistem keluhan dan saran

Perusahaan menerima keluhan dan saran pelanggan dengan membuka kotak saran baik melalui surat, telepon bebas pulsa, *customer service*, kartu konsumen, kotak saran maupun berbagai sarana keluhan lainnya.

2) Survey kepuasan konsumen

Biasanya penelitian mengenai kepuasan konsumen dilakukan melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi atau bisa juga perusahaan mengirimkan angket ke orang-orang tertentu.

3) Pembeli bayangan

Perusahaan menyuruh orang-orang tertentu untuk membeli ke perusahaan lain, sehingga pembeli misterius ini dapat melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayanan yang melayani dari perusahaan tersebut.

4) Analisis pelanggan yang lari

Perusahaan yang kehilangan pelanggan mencoba untuk menghubungi konsumen tersebut dan mencari tahu alasan mengapa mereka berhenti ataupun pindah ke perusahaan yang lain. Dengan informasi yang diperoleh maka perusahaan dapat lebih meningkatkan kinerjanya dengan cara meningkatkan kepuasan para nasabah.

²⁰ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service Quality & Satisfaction*, 314-316.

c. Strategi Kepuasan Konsumen

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra menyatakan ada beberapa strategi yang dapat dipadukan yang bertujuan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan konsumen diantaranya :²¹

1) Strategi manajemen ekspektasi pelanggan

Ekspektasi pelanggan dibentuk dan didasarkan pada sejumlah faktor seperti pengalaman berbelanja di masa lalu, opini sahabat maupun kerabat dekat, serta informasi dan janji perusahaan dan pesaingnya.

2) *Relationship marketing & manajemen*

Relationship marketing & manajemen merupakan cara berpikir mengenai pelanggan, pemasaran dan penciptaan nilai, bukan hanya sekedar serangkaian alat, teknik dan taktik. Dengan kata lain *relationship marketing & management* adalah strategi menarik, mempertahankan dan meningkatkan relasi pelanggan.

3) Strategi pemulihan layanan

Strategi pemulihan layanan spesifik sangat bervariasi, misalnya berupa permohonan maaf, kompensasi ataupun ganti rugi, pengembalian sejumlah uang, penjelasan atas penyebab kegagalan jasa, pengerjaan ulang jasa yang telah diberikan, dll.

²¹Ibid., 324-363.

4) Sistem penanganan komplain secara efektif

Proses penanganan komplain secara efektif bermula dari identifikasi serta penentuan sumber dari masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh sekaligus memberikan suatu peluang untuk mengubah pelanggan yang merasa tidak puas menjadi pelanggan yang sudah puas dengan produk maupun jasa dari perusahaan tersebut.

5) *Technology Infusion Strategy*

Teknologi bisa dimanfaatkan secara efektif untuk meningkatkan dan memuaskan pengalaman *service encounter* pelanggan. *Service encounter* bisa secara langsung secara tatap muka di *setting* jasa aktual, via telepon, melalui surat atau lewat internet.

6) *Superior customer service*

Strategi *superior customer service* diwujudkan dengan cara menawarkan layanan yang baik dibandingkan para pesaing. Bentuk layanan pelanggan yang dikembangkan meliputi garansi, jaminan, pelatihan tata cara menggunakan produk, konsultasi teknis, organisasi pemakai produk, dan pemantauan.

7) Strategi retensi pelanggan

Retensi pelanggan bisa dipandang sebagai bayangan cermin dari defeksi pelanggan (*customer defection*), dimana tingkat dari retensi yang tinggi berdampak sama dengan tingkat defeksi yang rendah. Implikasinya, upaya peningkatan retensi pelanggan membutuhkan

pemahaman pada faktor yang menyebabkan pelanggan beralih pemasok.

8) *Aftermarketing*

Aftermarketing bertujuan sama dengan *relationshipmarketing* yaitu upaya membangun relasi dengan jangka panjang bersama pelanggan serta meningkatkan *customer lifetime value*. Perhatian dan upaya pemasaran yang difokuskan pada pelanggan saat ini guna memaksimalkan kepuasan pelanggan pada perusahaan.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Ada beberapa alasan yang membentuk kepuasan konsumen, yaitu antara lain :²²

1) Kualitas produk

Konsumen akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang telah mereka gunakan ternyata berkualitas. Dapat dikatakan berkualitas bagi seseorang bila produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.

2) Kualitas pelayanan

Para konsumen akan puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan mereka.

3) Emosional

Para konsumen akan merasa puas ketika orang memujinya karena menggunakan merek yang mahal.

²² Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 239.

4) Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada suatu produk yang mencerminkan seberapa besar dari kualitas produk itu sendiri. Produk yang mempunyai kualitas sama tetapi harga yang relative murah akan memberikan nilai tinggi.

5) Biaya

Konsumen tidak perlu lagi mengeluarkan biaya tambahan ataupun tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa dan cenderung puas terhadap produk ataupun jasa tersebut.

a. Elemen Kepuasan Konsumen

Terdapat lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen, yaitu:²³

1) Harapan (*Expectation*)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa dibentuk sebelum konsumen membeli barang maupun jasa tersebut. Pada saat konsumen melakukan pembelian, konsumen berharap pada saat menerima barang ataupun jasa yang mereka pesan akan diterima sesuai dengan harapan serta keinginan mereka.

2) Kinerja (*performance*)

Pengalaman dari konsumen terhadap kinerja aktual barang maupun jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang ataupun jasa tersebut berhasil maka konsumen juga akan merasa puas.

²³Ibid., 234.

3) Perbandingan (*comparison*)

Membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai ataupun melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

4) Perbedaan (*discrepancy*)

Jika level dari kinerja tidak sama, *discrepancy* mengindikasikan perbedaan antara level kinerja dengan harapan. Untuk *negative disconfirmations* yaitu ketika kinerja aktual berada di bawah level harapan, kesenjangan yang lebih luas lagi akan mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan.

5) Konfirmasi (*confirmation*) dan diskonfirmasi (*disconfirmation*)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk, sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih dari kinerja aktual produk.

b. Indikator dari kepuasan konsumen

Menurut dari Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, terdapat tiga indikator dari kepuasan yaitu :²⁴

²⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas (Jakarta: Prenhalindo, 2008), 140.

1) Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk atau jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

2) Membeli kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang pada produk atau jasa tersebut.

3) Merekomendasikan kepada orang lain

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk atau jasa yang sudah mereka rasakan kepada kerabat ataupun keluarga.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Pelayanan adalah daya tarik yang besar bagi para nasabah, sehingga korporat bisnis seringkali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat nasabah.²⁵ Pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat, andal dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan.²⁶

²⁵ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004), 23.

²⁶ Aritonang Lerbin R, *Kepuasan Nasabah*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2000), 26.

Pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan suatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Perilaku tersebut dapat terjadi pada saat sebelum dan sesudahnya transaksi.²⁷

Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.²⁸ Kualitas pelayanan cenderung mempengaruhi keputusan pembelian karena pelayanan yang baik dan melebihi ekspektasi akan dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang ideal.²⁹

Dengan beberapa penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan nasabah. Pelayanan dalam hal ini dapat diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan nasabah.

²⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid Satu dan Dua*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 2005), 10.

²⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2000), 59.

²⁹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 20.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Ada lima indikator kualitas pelayanan, yaitu³⁰:

1) *Tangible* (bukti nyata)

Jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat. Misalkan desain dan gedung *lay out* bank syariah modern dan tertata rapi mampu memberikan atau menampakkan kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu teknologi yang digunakan oleh bank menjadi pertimbangan nasabah dalam menentukan kualitas jasa perbankan yang dinikmati.

2) *Empathy* (empati)

Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Setiap lapisan karyawan dari level manajemen atas (*top management*) sampai dengan level terbawah (*staf*) harus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Setiap elemen dalam perusahaan mempunyai kewajiban memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Setiap karyawan harus mampu memberikan pelayanan yang tulus kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman dalam berinteraksi dengan perusahaan.³¹

³⁰ Parasuraman A Valerie, "Reception Of Servis Quality," terj. Sutanto, New York The Free Press, (2001).

³¹Ibid.,

3) *Responsiveness* (daya tanggap)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari konsumen harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan konsumen. Misalkan, ada nasabah yang kesulitan dalam menulis slip transaksi, maka petugas pelayanan harus langsung tanggap dan membantu dalam menuliskan slip tersebut. Atau misalkan slip transaksi yang habis, maka petugas pelayanan harus langsung menyediakan kembali slip transaksi yang habis tersebut, harus dihindari nasabah yang kecewa karena ketiadaan slip transaksi.

4) *Reliability* (keandalan)

Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten. Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan melalui promosi akan memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen. Misalkan salah satu bank syariah menjanjikan kemudahan dalam bertransaksi di ATM bank lain tanpa dikenakan biaya tambahan, maka janji tersebut harus terbukti bahwasannya transaksi melalui ATM bank lain tanpa dikenakan biaya tambahan.

5) *Assurance* (jaminan)

Perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para nasabahnya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan. Karyawan harus mampu menunjukkan kepada konsumen bahwasanya perusahaan mampu merealisasikan setiap janji yang telah ditawarkan kepada konsumen.³²

Dari uraian diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menabung nasabah melalui kepuasan. Nasabah yang puas dengan kualitas pelayanan akan cenderung memutuskan untuk menabung di perusahaan tersebut. Bentuk dari keputusan tersebut dapat dilihat dari pembelian ulang maupun menyebarkan citra positif dari mulut ke mulut.

c. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Dalam melayani nasabah hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan. Puas artinya nasabah akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dilakukan secara tepat waktu.

Ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

³² Ibid.,

1) Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki oleh pihak bank. Meja dan kursi harus nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan harus tenang tidak berisik dan sejuk. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan bank.

2) Tersedia personel yang baik

Kenyamanan nasabah juga sangat tergantung dari petugas *customer service* yang melayaninya. Petugas harus ramah, sopan, dan menarik. Disamping itu, petugas terutama pelayanandituntut harus cepat tanggap, pandai berbicara, menyenangkan, serta pintar. Petugas juga harus mampu memikat dan mengambil nasabah, sehingga nasabah semakin tertarik dengan bank tersebut. Demikian juga cara kerja harus tepat dan cekatan.

Untuk ini semua sebelum menjadi karyawan terutama bagian pelayananharus melalui pendidikan dan pelatihan khusus.³³

3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai

Dalam menjalankan kegiatan pelayanan petugas *customer service* maupun *teller* harus mampu melayani dari awal sampai

³³ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Govindo Persada, 2014), 257.

tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika *customer service* bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu maka segera petugas *customer service* mengambil alih tanggung jawabnya dari awal sampai akhir tugas tersebut.

4) Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani nasabah diharapkan petugasharus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah.

5) Mampu berkomunikasi

Petugasharus mampu berbicara kepada nasabah. Petugas *customer service* pun mampu dengan cepat memahami keinginan nasabah. Artinya, petugas harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti atau tidak menggunakan istilah yang sulit difahami oleh nasabah.³⁴

6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga raasia bank sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas *customer service* maupun *teller* harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapapun.

Rahasia bank merupakan rahasia nasabah terhadap siapapun.

³⁴Ibid., 258.

Rahasia bank juga merupakan taruhan kepercayaan nasabah kepada bank tersebut.

7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi *customer service* maupun *teller* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas *customer service* maupun *teller* selalu berhubungan dengan pelanggan, maka perlu adanya pendidikan khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam pekerjaan.³⁵

c. Karakteristik Kualitas Pelayanan

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Karakteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut :

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial.
- 3) Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu serta tempat yang sama.

³⁵Ibid., 259.

Karakteristik tersebut dapat diwujudkan sebagai dasar pemberian pelayanan terbaik bagi nasabah, dapat disebut sangat baik atau terbaik sesuai dengan standart pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberian layanan, dalam konteks ini adalah Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo.

3. Keputusan Menabung

a. Pengertian Keputusan Menabung

Menurut Kotler, keputusan pembelian adalah suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan hingga perilaku setelah pembelian.³⁶

Handoko mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan alternatif untuk mencapai tujuan. Lebih lanjut pembuatan keputusan didefinisikan sebagai penentuan serangkaian kegiatan untuk mencapai hasil yang diinginkan.³⁷ Menurut Setiadi pengambilan keputusan merupakan suatu tindak lanjut dari cara pemecahan masalah dari aktivitas manusia yang

³⁶Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2005), 91.

³⁷Handoko, *Manajemen Edisi Kedua*, (Yogyakarta: BPFE), 130.

dilakukan sadar, terarah dan memiliki keterkaitan dengan masa yang akan datang karena pengaruhnya berlangsung cukup lama.³⁸

Aktivitas menabung di bank adalah bentuk keputusan penggunaan (pembelian) jasa simpanan yang ditawarkan bank. Menurut konsep jual beli, posisi bank adalah sebagai penjual dan posisi nasabah sebagai konsumen (pembeli). Keputusan pembelian merupakan pemilihan dua atau lebih alternatif pilihan pembelian.³⁹ Harahap mendefinisikan, keputusan pembelian sebagai proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif dengan tindak lanjut yang nyata.⁴⁰

Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan menyebutkan bahwa nasabah terbagi menjadi nasabah penyimpan dan nasabah debitur. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dana yang mereka miliki pada bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian yang dilakukan antara bank dengan nasabah yang bersangkutan. Selanjutnya, nasabah debitur didefinisikan sebagai nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang

³⁸Nugroho Juli Setiadi, *Business Economics and Managerial Decision Making: Aplikasi Teori Ekonomi dan Pengambilan Keputusan Manajerial dalam Dunia Bisnis*, (Jakarta: Kencana Perdana Media Grup, 2008), 18.

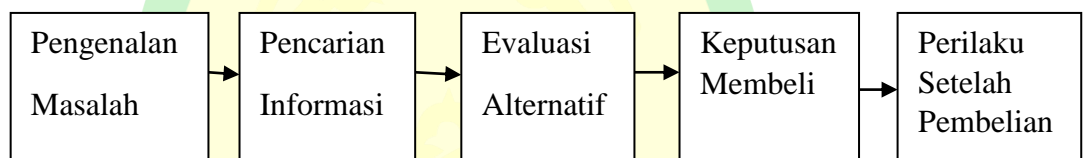
³⁹ LG Schiffman & LL Kanuk, *Perilaku Konsumen Edisi Delapan*, (Prentice Hall: New Jersey, 2004), 257.

⁴⁰ DA Harahap, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS)*, (Medan: Jurnal Keuangan dan Bisnis, Vol. 7, No.3, 2015), 227-242.

dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.⁴¹

b. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan diawali oleh adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi. Pemenuhan kebutuhan tersebut terkait dengan beberapa alternatif sehingga perlu dilakukan evaluasi serta bertujuan untuk memperoleh alternatif terbaik dari persepsi konsumen.⁴²



Gambar 1.2 tahap pengambilan keputusan (Philip Kotler, 2008)

Pada tabel diatas terdapat anggapan bahwa konsumen melakukan lima

tahap dalam pengambilan keputusan yaitu :

1) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenal suatu masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara keadaan yang nyata dengan keadaan yang diinginkan. Keadaan ini bisa timbul dari stimulus internal atau eksternal.

2) Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang bergerak oleh stimulus akan berusaha untuk mencari lebih banyak informasi.

⁴¹www.bphn.go.id (diakses pada tanggal 15 Juli 2021, jam 23.49).

⁴² Philip Kotler & Gary Amstrong, *Princilpe Of Marketing*. Cet.12 (Erlangga, 2008)

Sumber informasi konsumen terdiri dari empat kelompok yaitu :

- a) Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga
- b) Sumber komersial: wiraniaga, iklan, penyalur, pajangan
- c) Sumber publik :media massa, lembaga konsumen
- d) Sumber pengalaman: pemakaian pribadi, pemeriksaan pribadi.⁴³

3) Evaluasi Alternatif

Beberapa konsep dasar yang akan membantu kita memahami proses evaluasi: pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini. Konsumen akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang menghantarkan manfaat memenuhi kebutuhan. Kita sering dapat mensegmentasikan pasar suatu produk berdasarkan atribut yang penting bagi berbagai kelompok konsumen.⁴⁴

4) Keputusan pembelian

Keputusan pembelian disini merupakan proses dalam pembelian nyata. Jadi, setelah tahap-tahap dimuka dilakukan, maka konsumen harus mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Bila

⁴³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), 185.

⁴⁴Ibid., 186.

konsumen memutuskan untuk membeli, konsumen akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut jenis produk, merek, penjual, kuantitas, kualitas, waktu pembelian, dan cara pembayaran. Tahap ini konsumen akan memilih penjual yang terbaik untuk membeli barang yang dibutuhkannya.

5) Perilaku Setelah Pembelian

Tujuan pemasar tidak berakhir pada saat produk sudah dibeli tetapi berlanjut sampai periode sesudah pembelian. Konsumen akan merasakan kepuasan atau ketidakpuasan setelah membeli produk atau jasa. Kepuasan akan menimbulkan pembelian ulang dan ketidakpuasan menjauhkan konsumen lain atau calon konsumen. Perusahaan hendaknya teratur mengukur tingkat kepuasan pelanggan agar dapat diketahui apabila ada yang kurang dalam pelayanannya.⁴⁵

c. Faktor-aktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian

Kotler menyatakan bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut :⁴⁶

1) Faktor budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam. Budaya, sub-budaya, dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Sub budaya mencakup kebangsaan

⁴⁵Ibid., 187.

⁴⁶Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2005), 213.

agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Sedangkan kelas sosial adalah pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan yang para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial tidak hanya mencerminkan penghasilan, tetapi juga indikator lain seperti pekerjaan, pendidikan, dan wilayah tempat tinggal.

2) Faktor sosial

Selain faktor budaya, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial masyarakat.

a) Kelompok Acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri atas semua kelompok di sekitar individu yang mempunyai pengaruh baik langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku individu tersebut.

Kelompok acuan mempengaruhi pendirian dan konsep pribadi seseorang karena individu biasanya berhasrat untuk berperilaku sama dengan kelompok acuan tersebut.

b) Keluarga

Keluarga sendiri biasanya menjadi sumber orientasi dalam perilaku. Anak akan cenderung berperilaku sama dengan orang tua saat mereka melihat perilaku orang tua mereka mendapatkan manfaat atau keuntungan.

c) Peran dan status dalam masyarakat

Peranan adalah kegiatan yang diharapkan untuk dilakukan mengacu pada orang-orang di sekelilingnya. Sedang status adalah pengakuan umum masyarakat sesuai dengan peran yang dijalankan. Setiap individu dan status yang disandangnya akan mempengaruhi perilakunya.

3) Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli:

a) Usia dan Tahap Siklus Hidup

Individu dalam membeli barang atau jasa biasanya disesuaikan dengan perubahan usia mereka. Pola konsumsi yang terbentuk juga berbeda antara individu-individu yang usianya berbeda.

b) Pekerjaan

Pekerjaan individu tentunya ikut mempengaruhi perilaku pembelian individu. Penghasilan yang mereka peroleh dari pekerjaannya itulah yang menjadi determinan penting dalam perilaku pembelian mereka.

c) Kepribadaian

Kepribadaian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan tetap terhadap lingkungannya.

4) Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama.

a) Motivasi

Motivasi adalah kebutuhan yang memadai untuk mendorong seseorang bertindak. Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat biogenis, kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biogenis seperti lapar, haus, tidak nyaman. Sedangkan kebutuhan yang lain bersifat psikogenis yaitu muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa keanggotaan kelompok.

b) Persepsi

Dismasing motivasi maka akan dipengaruhi juga oleh persepsinya terhadap apa yang diinginkan. Konsumen akan menampakkan perilakunya setelah melakukan persepsi terhadap keputusan apa yang akan diambil dalam membeli suatu produk.

c) Pembelajaran

Pembelajaran adalah suatu proses yang selalu berkembang dan berubah sebagai hasil dari informasi terbaru yang diterima (mungkin didapatkan dari membaca, diskusi, observasi, berfikir) atau dari pengalaman sesungguhnya, baik informasi terbaru yang diterima maupun pengalaman pribadi bertindak sebagai feedback bagi individu dan menyediakan dasar bagi perilaku masa depan dalam situasi yang sama.

d) Keyakinan dan Sikap

Keyakinan adalah pemikiran deskriptif bahwa seseorang mempercayai sesuatu. Keyakinan dapat didasarkan pada pengetahuan asli, opini, dan iman. Sedangkan sikap adalah evaluasi, perasaan suka atau tidak suka, dan kecenderungan yang relatif konsisten dari seseorang pada sebuah obyek atau ide.

1. Keterkaitan antara variabel kualitas pelayanan, keputusan dan kepuasan.

a. Keterkaitan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Kualitas pelayanan adalah suatu pernyataan tentang sikap terhadap perbandingan antara harapan dengan kinerja.⁴⁷ Menurut Kotler & Amstrong kepuasan pelanggan sangat berkaitan erat dengan kualitas. Kualitas memiliki dampak langsung terhadap

^kKotler & Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 50.

performa dan kepuasan pelanggan.⁴⁸ Menurut Tjiptono yaitu dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada pelanggan, akan meningkatkan indeks kepuasan kualitas pelanggan yang diukur dalam ukuran apapun.⁴⁹

Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh dengan kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dengan peneliti terdahulu oleh Muhmatul Muzayyanah (2018), Asti Dwi Putri (2016), Cholid Ardian (2015), Taslim (2018), Rekyan Septiani (2019). Dari beberapa penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka hipotesis penelitian yang dibangun dalam penelitian ini yaitu :

H1 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

b. Keterkaitan keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah

Menurut Kotler, keputusan pembelian adalah suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah suatu proses

⁴⁸Kotler & Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi kedua belas*, (Jakarta: Erlangga, 2000), 56.

⁴⁹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), 68.

penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan hingga perilaku setelah pembelian.⁵⁰

Kemudian menurut Kotler dan Keller, keputusan pembelian berhasil jika konsumen melihat suatu kebutuhan yang dapat terpenuhi oleh produk yang ditawarkan penjual atau perusahaan. Konsumen akan menyadari bahwa produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan, maka konsumen tersebut langsung membeli dan merasa puas terhadap produk tersebut.⁵¹

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian berkaitan dengan kepuasan konsumen, karena pada saat konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa maka konsumen akan merasakan puas atau tidak terhadap produk atau jasa tersebut. Hal ini didukung dengan peneliti terdahulu oleh Suriri Hidayat (2019), Faiz Wira Atma dan Suci Rahma Nio (2019). Dari beberapa penelitian tersebut disebutkan bahwa keputusan menabung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka hipotesis penelitian yang dibangun dalam penelitian ini yaitu :

H2 : Keputusan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

- c. Keterkaitan kualitas pelayanan dan keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah

⁵⁰Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2005), 91.

⁵¹Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009)

Menurut Kotler & Armstrong kepuasan pelanggan sangat berkaitan erat dengan kualitas. Kualitas memiliki dampak langsung terhadap performa dan kepuasan pelanggan.⁵² Menurut Tjiptono yaitu dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada pelanggan, akan meningkatkan indeks kepuasan kualitas pelanggan yang diukur dalam ukuran apapun.⁵³ Kemudian menurut Kotler dan Keller, keputusan pembelian berhasil jika konsumen melihat suatu kebutuhan yang dapat terpenuhi oleh produk yang ditawarkan penjual atau perusahaan. Konsumen akan menyadari bahwa produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan, maka konsumen tersebut langsung membeli dan merasa puas terhadap produk tersebut

Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan keputusan menabung memiliki pengaruh dengan kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dengan peneliti terdahulu oleh Muhamatul Muzayyanah (2018), Asti Dwi Putri (2016), Cholid Ardian (2015), Taslim (2018), Rekyan Septiani (2019), Suriri Hidayat (2019), Faiz Wira Atma dan Suci Rahma Nio (2019). Dari beberapa penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan keputusan menabung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. . Maka hipotesis penelitian yang dibangun dalam penelitian ini yaitu :

⁵²Kotler & Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi kedua belas*, (Jakarta: Erlangga, 2000), 56.

⁵³Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), 68.

H3 : Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menabung berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini penulis mengkaji beberapa penelitian terdahulu mengenai kualitas pelayanan dan keputusan menabung sebagai perbandingan dan pembelajaran, penelitian-penelitian tersebut sebagai berikut:

Tabel 2.1
Pennelitian Terdahulu

No	Judul, Tahun, Nama	Persamaan	Perbedaan	Keterangan
1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di BPRS Buana Mitra Perwira Cabang Banjarnegara, 2018, Muhmatul Muzayyanah.	Sama-sama membahas tentang Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung.	Objek penelitian dan pada penelitian ini meneliti tentang kualitas produk, sedangkan peneliti meneliti tentang kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.	Dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di BPRS Buana Mitra Perwira Cabang Banjarnegara. ⁵⁴
2.	Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan	Sama-sama membahas tentang Kualitas	Objek penelitian ini meneliti kualitas pelayanan dan	Dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan

⁵⁴Muhmatul Muzayyanah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di BPRS Buana Mitra Perwira Cabang Banjarnegara"(Skripsi, IAIN Purwokerto, 2018).

	Terhadap Keputusan Menabung Pada Produk Tabungan BSM PT.Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang, 2016,Asti Dwi Putri.	Pelayanan.	promositerhadap keputusan nasabah menabung BSM PT.Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang, sedangkan peneliti meneliti tentang kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo	berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di BSM PT.Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang. ⁵⁵
3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Periklanan Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menabung Pada BNI Syariah Cabang Semarang, 2015, Cholid Ardian.	Sama-sama membahas tentang Kualitas Pelayanan terhadap keputusan menabung.	Objek penelitian ini meneliti tentang kualitas pelayanan dan Periklanan di BNI Syariah Cabang Semarang, sedangkan peneliti meneliti tentang kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap keputusan	Dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di BNI Syariah Cabang Semarang. ⁵⁶

⁵⁵ Asti Dwi Putri, "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Produk Tabungan BSM PT.Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang" (Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang, 2016).

⁵⁶ Cholid Ardian, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Periklanan Terhadap Dan Periklanan Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menabung Pada BNI Syariah Cabang Semarang"(Skripsi, 2015).

			menabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo	
4.	Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo, 2018, Taslim.	Sama-sama membahas tentang Kualitas Pelayanan.	Objek penelitian ini meneliti tentang Promosi dan Kualitas Pelayanan, sedangkan peneliti disini meneliti tentang kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo	Dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo. ⁵⁷
5.	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo, 2019, Rekyan	Sama-sama membahas tentang Kualitas Pelayanan.	Objek penelitian ini meneliti tentang Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, sedangkan peneliti disini meneliti tentang kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap	Dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo. ⁵⁸

⁵⁷ Taslim, "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank BNI Syariah KCP Wonomulyo" (Skripsi, 2018).

⁵⁸ Rekyan, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo" (Skripsi, 2019).

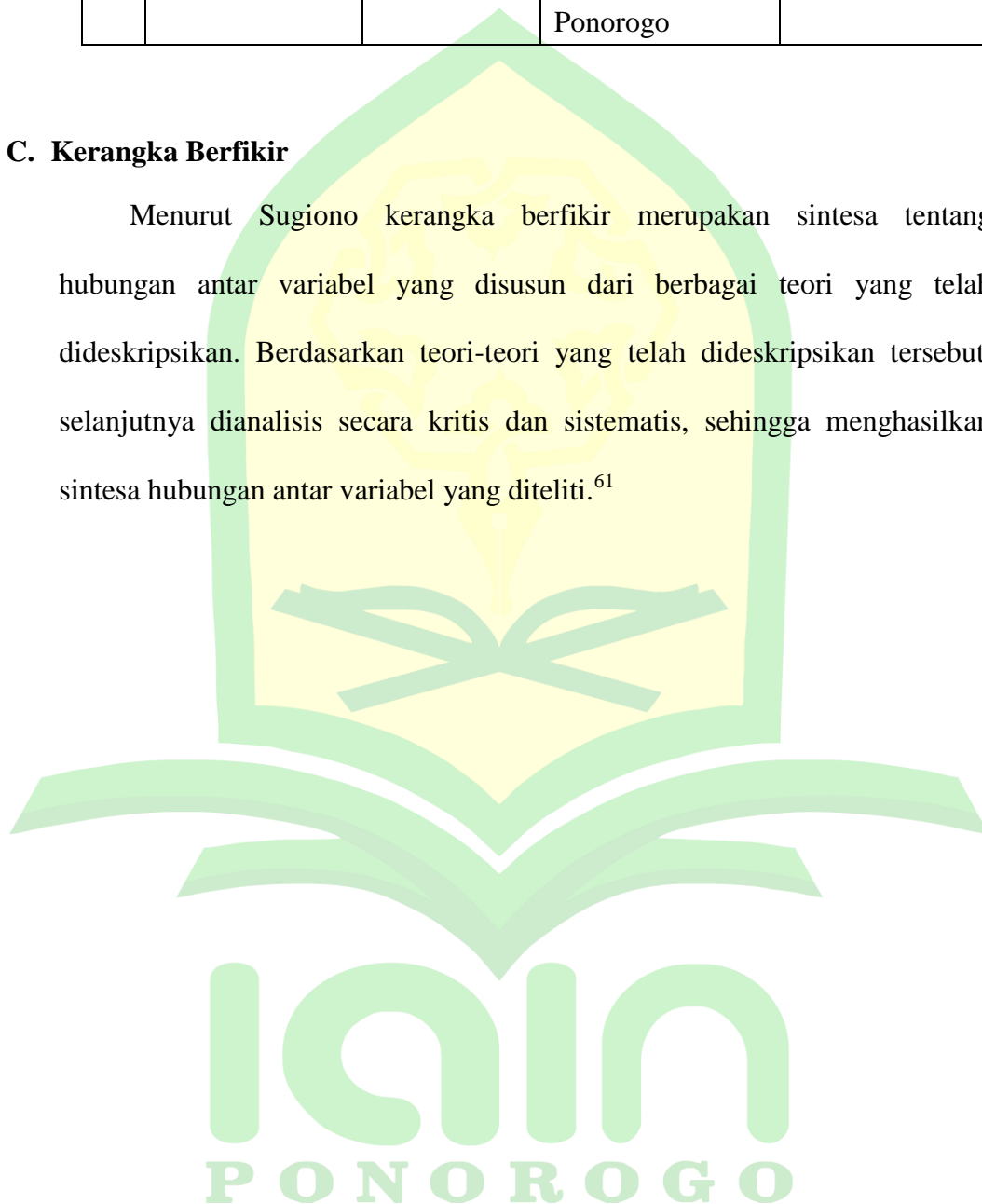
	Septiani.		keputusan menabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo	
6.	Pengaruh Persepsi, Minat Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah (Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh), 2019, Suriri Hidayat.	Sama-sama membahas tentang Kepuasan terhadap Keputusan Menabung.	Objek penelitian ini meneliti tentang persepsi, minat dan kepuasan sedangkan peneliti disini meneliti tentang kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo	Dari penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di PT. Bank Aceh Syariah (Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh). ⁵⁹
7.	Analisis Pengaruh Promosi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus di Miulan Hijab	Sama-sama membahas tentang Kepuasan Konsumen.	Objek penelitian ini meneliti tentang Promosi dan Kepuasan, sedangkan peneliti disini meneliti tentang kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap	Dari penelitian ini menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus di Miulan

⁵⁹ Suriri Hidayat, "Pengaruh Persepsi, Minat Dan Kepuasan Terhadap Keputusan Menabung Pasca Konversi PT. Bank Aceh Syariah (Masyarakat Muslim Kota Banda Aceh)"(Skripsi, 2019).

	Semarang), 2015, Wahyu Ika Purnamasari.		keputusan menabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Ponorogo	Hijab Semarang). ⁶⁰
--	--	--	--	-----------------------------------

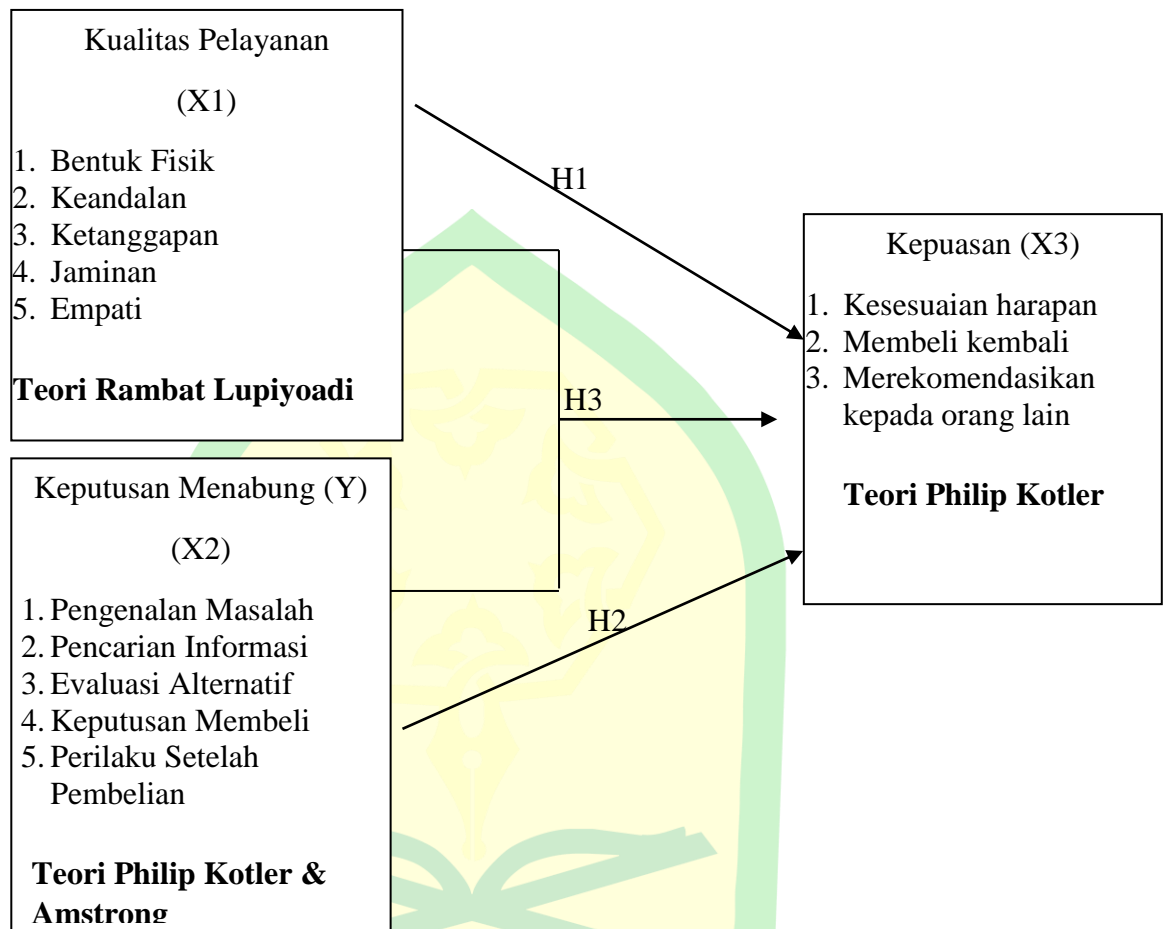
C. Kerangka Berfikir

Menurut Sugiono kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa hubungan antar variabel yang diteliti.⁶¹



⁶⁰ Wahyu Ika Purnamasari, “Analisis Pengaruh Promosi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus di Miulan Hijab Semarang)” (Skripsi, 2019).

⁶¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 60.



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

- 1) Jika kualitas pelayanan tinggi, maka kepuasan nasabah tinggi
- 2) Jika keputusan menabung tinggi, maka kepuasan nasabah tinggi
- 3) Jika kualitas pelayanan dan keputusan menabung tinggi, maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu, rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.⁶² Menurut Andang Sunarto, hipotesis adalah suatu pernyataan mengenai nilai suatu parameter populasi yang dimaksudkan untuk pengujian atau kesimpulan sementara yang harus diuji kebenarannya yang berguna untuk pengambilan keputusan.⁶³ Agar hipotesis dapat teruji berdasarkan data yang dikumpulkan, maka pernyataan yang digunakan kalimatnya harus jelas, tidak menimbulkan banyak penafsiran agar dapat diukur.⁶⁴ Berdasarkan dengan kerangka pemikiran diatas, dapat ditarik hipotesis sementara yaitu :

1. Menurut Kotler & Amstrong kepuasan pelanggan sangat berkaitan erat dengan kualitas. Kualitas memiliki dampak langsung terhadap performa dan kepuasan pelanggan.⁶⁵ Menurut Tjiptono yaitu dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepada pelanggan, akan meningkatkan indeks kepuasan kualitas pelanggan yang diukur dalam ukuran apapun.⁶⁶ Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh dengan kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dengan peneliti terdahulu oleh Muhmatul Muzayyanah (2018), Asti Dwi Putri (2016), Cholid Ardian (2015), Taslim (2018),Rekyan

⁶² Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2014), 120.

⁶³ Andang Suanrto, *Statistik Untuk Ekonomi Dan Bisnis Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017), 47.

⁶⁴ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 12.

⁶⁵ Kotler & Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi kedua belas*, (Jakarta: Erlangga, 2000), 56.

⁶⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), 68.

Septiani (2019). Dari beberapa penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo

2. Menurut Kotler dan Keller, keputusan pembelian berhasil jika konsumen melihat suatu kebutuhan yang dapat terpenuhi oleh produk yang ditawarkan penjual atau perusahaan. Konsumen akan menyadari bahwa produk tersebut mampu memenuhi kebutuhan, maka konsumen tersebut langsung membeli dan merasa puas terhadap produk tersebut.⁶⁷

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian berkaitan dengan kepuasan konsumen, karena pada saat konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa maka konsumen akan merasakan puas atau tidak terhadap produk atau jasa tersebut. Hal ini didukung dengan peneliti terdahulu oleh Suriri Hidayat (2019), Faiz Wira Atma dan Suci Rahma Nio (2019). Dari beberapa penelitian tersebut disebutkan bahwa keputusan menabung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H0 : Keputusan menabung tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo

⁶⁷Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009)

H1: Keputusan menabung berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo

3. Berdasarkan tinjauan pustaka, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan keputusan menabung. Hal ini didukung dengan peneliti terdahulu oleh Muhamatul Muzayyanah (2018), Asti Dwi Putri (2016), Cholid Ardian (2015), Taslim (2018), Rekyan Septiani (2019) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, serta keputusan menabung juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H0 : Kualitas pelayanan dan keputusan menabung tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.

H1 : Kualitas pelayanan dan keputusan menabung berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data yang berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui.⁶⁸ Data angka tersebut akan dikumpulkan dan dihitung oleh peneliti dan menggunakan alat yang berupa statistika dengan bantuan aplikasi IBM SPSS *Statistic* 21. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti di lapangan hal-hal yang telah terjadi.⁶⁹ Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis.⁷⁰

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yaitu untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan dua atau lebih variabel bebas kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap variabel terikat keputusan nasabah menabung.⁷¹ Untuk memperoleh data, peneliti menggunakan data

⁶⁸ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cet.2 (Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2014), 37.

⁶⁹Ibid., 217.

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), 127.

⁷¹ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus*, Cet.1 (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 61.

primer yaitu data yang diambil secara langsung dari objek yang diteliti baik secara individu atau organisasi.⁷²

B. Lokasi

Lokasi penelitian ini berada di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo yang beralamatkan di Jl. Soekarno Hatta Kav 35 dan 37, Banyudono, Kec.Ponorogo Kab. Ponorogo, Jawa Timur 63411.⁷³

C. Rancangan Penelitian

Adapun rancangan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Terdiri dari dua variabel, yaitu *variabel dependen* (variabel terikat) dan *variabel independen* (variabel bebas).⁷⁴

1. *Variabel dependen* (terikat)

Adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Kepuasan Nasabah (Y).

2. *Variabel independen* (variabel bebas)

Variabel bebas adalah yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen pada penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Keputusan Menabung (X_2).

⁷² Andang Sunarto, *Statistik Untuk Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5.

⁷³ Aprilia, Wawancara, 06 Mei 2021.

⁷⁴ Andhita Dessy Wulansari, *Penelitian Pendidikan: Suatu Pendekatan Praktik dengan menggunakan SPSS* (Ponorogo: STAIN Po Press), 2012, Cet 1, 59.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Dalam penelitian ini ada beberapa variabel yang dibahas yang meliputi variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Adapun variabel independen dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Keputusan Menabung (X2). Sedangkan variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Nasabah (Y).

Sedangkan untuk instrumen yang disusun berdasarkan definisi operasional dapat dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3.1

Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	1. Bentuk Fisik 2. Keandalan 3. Daya Tanggap 4. Jaminan 5. Empati	Fandy Tjiptono, <i>Strategi Pemasaran</i> (Yogyakarta: Andi Offset, 2000)

Keputusan Menabung (X ₂)	keputusan pembelian adalah suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan hingga perilaku setelah pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Membeli 5. Perilaku Setelah Pembelian 	Philip Kotler dan Kevin Lane, <i>Manajemen Pemasaran</i> (Jakarta: Erlangga, 2011)
Kepuasan Nasabah (Y)	kepuasan konsumen adalah perasaan senang maupun kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Membeli kembali 3. Merekomendasikan kepada orang lain 	Philip Kotler dan Kevin Lane, <i>Manajemen Pemasaran</i> (Jakarta: Erlangga, 2011)

A. Populasi dan Sampel

Populasi adalah sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas.⁷⁵ Jika data diambil dari populasi maka akan memerlukan dana dan waktu yang cukup banyak sehingga dalam penelitian dalam penelitian ini hal itu terlalu mahal. Alternatif agar data

⁷⁵ Deni Dermawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 137.

yang diperoleh mampu mewakili data yang ada pada populasi, maka dalam penelitian sering dilakukan pemilihan responden atau sumber data yang tidak begitu banyak dari populasi, akan tetapi cukup untuk mewakili. Proses tersebut dengan teknik penyampelan atau teknik sampling.⁷⁶ Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo yang aktif pada ahir tahun 2020 sebanyak kurang lebih 5.435 nasabah.⁷⁷

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang akan di teliti.⁷⁸ Peneliti menggunakan sampel karena keterbatasan waktu, biaya dan tenaga. Maka sampel yang diambil itu harus mewakili atau *Representatif* dari populasi tersebut. Kesimpulan dari sampel itu akan dijadikan kesimpulan untuk populasi. Karena adanya keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga, maka teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Simple Random Sampling*, yaitu dimana bisa dikatakan simpel dan sederhana karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan dengan acak tanpa melihat strata dalam populasi penelitian tersebut.⁷⁹ Untuk menentukan ukuran sampel disini penulis menggunakan pendapat Slovin sebagai berikut :⁸⁰

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

⁷⁶Ibid., 137-138.

⁷⁷Pandu, Wawancara 06 Mei 2021.

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 81.

⁷⁹Ibid., 82.

⁸⁰Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Gofindo Persada), 162

$$n = \frac{5435}{1 + 5435 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{5435}{1 + 5435 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{5435}{55,35}$$

$$= 98,193$$

$$= 100$$

A. Instrumen Penelitian

Menurut Muhamad instrumentasi adalah proses pembuatan yang meliputi aktivitas perencanaan, penyusunan, uji coba, pengabsahan dan keandalan. Instrumen penelitian dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian yang sah dan reliabel. Sedangkan instrumen penelitian adalah segala peralatan penelitian yang digunakan untuk memperoleh, mengelola, dan menginteprestasikan informasi dari para responden yang dilakukan dengan pola pengukuran yang sama.⁸¹ Sumber data menggunakan sumber primer dan sekunder.

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti baik secara individu maupun kelompok atau organisasi.⁸² Data yang dikumpulkan oleh penelitian ini mengenai tanggapan responden yaitu nasabah sehubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Muamalat KCP Ponorogo. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran angket atau kuesioner kepada responden yaitu nasabah di

⁸¹Ibid., 113-114.

⁸² Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Cet. 1 (Jakarta: Kencana, 2013), 4.

Bank Muamalat KCP Ponorogo. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung untuk mendapatkan informasi atau keterangan dan objek yang akan diteliti.⁸³ Data yang diperoleh peneliti berupa dari buku, jurnal, maupun skripsi.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kuesioner (angket)

Teknik kuesioner merupakan alat pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan. Diharapkan dengan menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada setiap responden, peneliti dapat menghimpun data yang relevan dengan tujuan penelitian dan memiliki tingkat reliabilitas serta validitas yang tinggi.⁸⁴ Responden merupakan nasabah yang menabung di Bank Muamalat KCP Ponorogo yang berjumlah 100 responden.

Pengukuran yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial.⁸⁵ Skala *likert* ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju atau tidak setuju, senang atau tidak senang, baik dan tidak baik. Pada penelitian ini pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket) dan pertanyaan maupun pernyataan yang bersifat tertutup dan digunakan sebagai analisis data penelitian.

⁸³ Ibid.,

⁸⁴ Ibid., 150.

⁸⁵ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 169.

Menurut Danang Sunyoto dalam butir pertanyaan atau pernyataan terdapat beberapa alternatif jawaban yang tersedia dengan skala ordinal (skala likert) yaitu menggunakan empat (4) tingkat skala sesuai alternatif jawaban. Misalkan:⁸⁶

Sangat Tidak Setuju (STS)	skor 1
Tidak Setuju (TS)	skor 2
Setuju (S)	skor 3
Sangat Setuju (SS)	skor 4

Disini peneliti tidak menggunakan jawaban N karena ketersediaannya jawaban yang ditengah menimbulkan kecenderungan jawaban ketengah, terutama bagi mereka yang ragu-ragu ke arah setuju atau tidak setuju. Menurut Sutrisno, jika disediakan kategori jawaban N, maka akan menghilangkan banyak data penelitian sehingga mengurangi banyaknya informasi yang dapat di jaring dari responden.⁸⁷

B. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner diaktakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. pengujian untuk menentukan signifikan atau tidak signifikan dengan membandingkan r_{hitung} dengan

⁸⁶ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus*, 109.

⁸⁷Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 1991), 19-20.

r_{tabel} untuk *degree of freedom* = $n-k$. Jika r_{hitung} untuk tiap butir pertanyaan atau pernyataan bernilai positif dan lebih besar dari r_{tabel} (lihat *Corrected item-total correlation*), maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.⁸⁸ Jika:

$r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka kuesioner yang dinyatakan valid

$r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

Penujian validitas, instrumen diuji dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dalam taraf signifikan 0,05 dengan rumus korelasi *Product Moment Pearson*. Instrumen dapat dikatakan valid mempunyai nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan tingkat signifikansi korelasi dibawah $\alpha = 0,05$ dengan rumus:⁸⁹

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i) (\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2) (n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}}$$

Dimana:

r_{xy} : korelasi antara variabel x dengan y

$\sum x$: jumlah seluruh nilai x

$\sum y$: jumlah seluruh nilai y

$\sum xy$: jumlah perkalian antara nilai x dan nilai y

n : number of cases

Menurut Sofyan Siregar koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara beberapa variabel atau lebih atau juga bisa menentukan arah dari kedua variabel. Nilai $(r) = (-1 \leq 0$

⁸⁸ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus*, 114.

⁸⁹ Andang Sunarto, *Statistik Untuk Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 67.

≤ 1). Untuk kekurangan hubungan, nilai koefisien korelasi berada di antara -1 dan 1, sedangkan untuk arah dinyatakan dalam bentuk positif (+) dan negatif (-). Misalnya :⁹⁰

- 1) Apabila $r = -1$ artinya korelasi negatif sempurna, artinya terjadinya hubungan bertolak belakang dengan variabel X dan variabel Y, bila variabel X naik, maka variabel Y turun.
- 2) Apabila $r = 1$ artinya korelasi positif sempurna, artinya terjadinya hubungan searah variabel X dan variabel Y, bila variabel X naik, maka variabel Y naik.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menguji konsistensi instrumen menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* dan memiliki tingkat kehandalan yang dapat diterima (reliabel), nilai koefisien reliabilitas yang terukur \geq dengan rumus:⁹¹

$$r_n = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana:

r_n : koefisien reliabilitas instrument

k : banyaknya butir pertanyaan atau pernyataan atau banyaknya soal

σ_b^2 : jumlah varian butir

σ_t^2 : jumlah total

⁹⁰ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, 251.

⁹¹ Andang Sunarto, *Statistik Untuk Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 68.

Keandalan (*reliabilitas*) berkaitan dengan ketepatan prosedur pengukuran.⁹² Pengukuran keandalan butir pertanyaan atau pernyataan dengan sekali menyebarkan kuesioner pada responden, kemudian hasil skornya diukur korelasinya antara score jawaban pada butir pertanyaan atau pernyataan yang sama dengan bantuan komputer program IBM SPSS statistik versi 21 dengan fasilitas Cronbach Alpha (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.⁹³

C. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁹⁴ Dari data yang sudah terkumpul kemudian penulis mengolah data dengan bantuan SPSS. Pengolahan data tersebut menggunakan software tersebut bertujuan untuk memperoleh hasil dari variabel-variabel yang diteliti.

⁹²Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, 128.

⁹³ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus*, 110.

⁹⁴ Sugiono, *Metode Penelitian*, 93.

Kemudian analisa data yang digunakan meliputi:

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah data memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut. Terdapat beberapa syarat uji asumsi klasik untuk analisis regresi berganda, diantaranya :

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data.⁹⁵

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas tersebut ada 2 cara untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan statistik.

1) Analisis Grafik

Apabila menggunakan grafik, normalitas umumnya dideteksi dengan melihat tabel histogram serta melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dengan analisis normal probability plot yaitu:⁹⁶

⁹⁵ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 38.

⁹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi kelima (Semarang: Universitas Diponegoro, 2010).

- a) Jika ada titik-titik data menyebar di sekitar garis normal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- b) Jika titik-titik data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Analisis Statistik

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametik Kolmogrov-Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat serangkaian hipotesis.

Ho : Data residual tidak berdistribusi normal

Ha : Data residual berdistribusi normal

Data penelitian dikatakan normal atau memenuhi uji normalitas apabila nilai Asymp.Sig (2-tailed) variabel residual berada diatas 0,05. Sebaliknya jika nilai nilai Asymp.Sig (2-tailed) variabel residual berada dibawah 0,05 maka data tersebut dinyatakan tidak berdistribusi normal atau tidak memenuhi uji normalitas. Pada ilmu-ilmu sosial penggunaan tingkat signifikansi pada taraf nyata 5% atau 0,05, hal ini kesalahan (*error*) dalam pengambilan keputusan untuk menolak hipotesis yang benar sebesar 5% dan resiko benar dalam mengambil keputusan sebesar 95%

(*confidenceInterval* atau tingkat keyakinan). Tingkat kesalahan yang ditoleransi adalah 1%, 5%, dan 10%.⁹⁷

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik selayaknya tidak terjadinya multikolinieritas diantara variabel bebas.⁹⁸ Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal yaitu variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Dalam penelitian ini dilakukan uji multikolinieritas dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai Tolerance pada model regresi. Adapun kriteria pengujian nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan tolerance adalah:⁹⁹

VIF >10 : Artinya terdapat gejala multikolinieritas

VIF <10 : Artinya tidak terdapat gejala multikolinieritas

Tolerance > 0,10 : Artinya tidak terdapat gejala multikolinieritas

⁹⁷ Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis Teori , Konsep, Dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data Dengan IBM SPSS 22.0)*, Cet.1 (Bandung: Alfabeta, 2014), 83.

⁹⁸ Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2009), 119.

⁹⁹ Singgih Santoso, *Statistik Parametrik: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS* (Jakarta: Alex Media Komputindo, 2012).

Tolerance < 0,10 : Artinya terdapat gejala multikolinieritas

Uji multikolinieritas juga bisa dilakukan dengan menggunakan uji korelasi pearson (Pearson Correlation). Uji korelasi pearson digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antar variabel yang diteliti. Teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi product moment pearson yaitu untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan timbal balik antar variabel. Hubungan antar variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan negatif. Ukuran yang digunakan untuk mengetahui kuat atau tidaknya suatu hubungan antara X dengan Y disebut dengan koefisien korelasi (r).

c. Uji Autokorelasi

Uji korelasi dilakukan untuk menguji suatu model regresi linier apakah terdapat korelasi antara residual (kesalahan pengganggu) dari satu periode ke periode lainnya. Deteksi adanya autokorelasi dapat dilihat nilai Durbin-Watson (D-W). Secara umum yang menjadi dasar kriteria mengenai angka D-W untuk mendeteksi autokorelasi, yaitu:¹⁰⁰

- 1) D-W dibawah -2 korelasi positif

¹⁰⁰Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis Teori , Konsep, Dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data Dengan IBM SPSS 22.0)*, Cet.1 (Bandung: Alfabeta, 2014), 118.

- 2) D-W dibawah -2 sampai +2 tidak terjadi korelasi
- 3) D-W diatas +2 terjadi korelasi korelasi negatif

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mendeteksi terjadinya heteroskedastisitas ditunjukkan dengan adanya ketidaksamaan dari varian nilai residual antara variabel bebas yang dapat dideteksi melalui perhitungan uji koefisiensi korelasi *rank spearman* dan grafik (*scatterplot*).¹⁰¹

- 1) Perhitungan uji koefisien korelasi *rank spearman* yang mengkorelasikan antara nilai *absolute* residual dengan setiap variabel bebas. Hasil uji koefisien korelasi dari seluruh variabel bebas adalah lebih kecil dari 0,05 yang berarti model regresi linier berganda tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Deteksi adanya heteroskedastisitas dapat pula dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik. Dimana sumbu X dan Y yang telah diprediksi dan telah *distantardized*. Ini dapat dilakukan dengan cara melihat ada tidaknya pola tertentu (bergelombang) melebar kemudian menyempit pada

¹⁰¹Ibid.,120.

grafik (*scatterplot*) antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan nilai residualnya (SRESID).

Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika ada pola tertentu. Seperti titik (point-point) yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar dan kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas atau di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari grafik terlihat titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y berarti tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi.

2. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan dengan satu variabel independen, sedangkan mencari pola variabel independen dapat digunakan analisis regresi berganda. Adapun model regresi linier sederhana dimana X digunakan untuk memprediksi Y adalah:¹⁰²

$$y = b_0 + b_1x_1 + e$$

Keterangan :

¹⁰²Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*, 122.

y : variabel terikat/ dependen

x : variabel bebas/ independen

b_0 : *intercept* (titik potong) populasi

b_1 : *slope* (kemiringan garis lurus) populasi

e : *error*/ residual

3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas atau independen yang ada dalam model mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat atau dependen.¹⁰³ Residual atau *error* adalah ukuran kegagalan dalam menyediakan suatu nilai taksiran yang pasti.¹⁰⁴ Pada penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikansi dua variabel bebas (kualitas pelayanan dan kepuasan) terhadap variabel terikat (Keputusan nasabah menabung). Rumusnya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y : keputusan nasabah menabung

X1 : kualitas pelayanan

X2 : kepuasan

b_1b_2 : koefisien regresi

e : standar error/ residual.

¹⁰³Ibid., 127.

¹⁰⁴Ibid., 131.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X1 (kualitas pelayanan), X2 (kepuasan) terhadap Y (keputusan menabung).¹⁰⁵ Nilai koefisien determinasi antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai *adjustedR*² yang lebih kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Kriteria pengujian analisis determinasi yaitu :

- 1) Jika *R square* di atas 0,05 maka dapat dikatakan baik
- 2) Jika *R square* di bawah 0,05 maka dapat dikatakan kurang baik.

5. Uji Hipotesis

1) Uji t (parsial)

Uji digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen memiliki pengaruh pada variabel dependen. Koefisien regresi yang signifikan ($\text{sig} < 0,05$) sehingga mempunyai pengaruh yang signifikan. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji t dengan pengambilan kesimpulan menggunakan langkah sebagai berikut:

¹⁰⁵ Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013), 396.

a. Merumuskan hipotesis

H_0 : Pengaruh kualitas penelitian dan kepuasan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

H_1 : Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

b. Kriteria diterima atau ditolaknya hipotesis yaitu sebagai berikut:

a) Apabila nilai $t_{tabel} \leq t_{hitung}$ maka H_0 ditolak H_1 diterima

b) Apabila nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_1 ditolak.

c. Membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}

d. Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel distribusi nilai t atau dengan t student dengan cara

$$t_{tabel} = t_{(n-2)} (\alpha).^{106}$$

e. Hasil uji t bisa diketahui dengan melihat pada tabel *Coeficients* hasil uji regresi linier berganda pada program SPSS dengan melihat nilai signifikansi.

2) Uji F (Simultan)

¹⁰⁶ Wulansari, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*, 95.

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama koefisien variabel independen (kualitas pelayanan dan kepuasan) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (keputusan nasabah menabung). Uji koefisien secara simultan (uji F) signifikan ($p = 0,000$) karena probabilitasnya lebih kecil dari $0,05$. Maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan nasabah menabung (Y). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan (X_1) dan (X_2) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung. Kemaknaan ini dapat dilihat dari nilai signifikansi F sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$.¹⁰⁷

a) Hipotesis yang di uji menggunakan uji F sebagai berikut:

H_1 = Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

H_0 = Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menabung.

¹⁰⁷ Sunarto, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*, 95.

b) Kriteria diterima atau ditolaknya hipotesis yaitu sebagai berikut.¹⁰⁸

1) Apabila nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_1 diterima

2) Apabila nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 diterima H_1 ditolak.

c) Membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel}

Nilai F_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel distribusi nilai F atau dengan t student dengan cara $F_{tabel} = t_{(k;n-k-1)}$.¹⁰⁹

Hasil uji F bisa diketahui dengan melihat pada tabel Annova hasil uji regresi linier berganda pada program SPSS dengan melihat nilai signifikansi.

¹⁰⁸Ibid., 271.

¹⁰⁹ Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik Dalam Penelitian*, 105.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Muamalat Indonesia

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

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

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infakdan Sedekah (ZIS). Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi “The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”.¹¹⁰

Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo berdiri pada tanggal 29 Desember 2009 yang beralamatkan di Jl. Soekarno Hatta Kav 35 Dan 37, Banyudono, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63411.

¹¹⁰<https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> (diakses pada tanggal 29 Oktober 2021).

2. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo

<i>Sub Branch Manager</i>	Pandu
<i>Sub Branch Operation Supervisor</i>	Anang Priambowo
<i>Branch Collection</i>	Fadhil Wafa
<i>RM SME Remedial</i>	Nindya Ratnasari
<i>Reliationship Manager Funding</i>	Desi Ika Liyanawati Chrisna Faradila
<i>Teller</i>	Erli Nuryana
<i>Customer Service</i>	Apriliya
<i>Security</i>	Sukis Rianto
<i>Driver</i>	Heru
<i>Cleaning Service</i>	Mahendra

Sumber: Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.

3. Visi dan Misi

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

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

B. Hasil Pengujian Diskripsi

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan informasi atau data-data yang dibutuhkan oleh peneliti mengenai tanggapan responden adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner disebarakan kepada nasabah yang menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo sebanyak 100 responden. Berdasarkan kriteria yang digunakan meliputi usia, dan jenis kelamin.

1. Data Responden Berdasarkan Usia

Adapun data yang mengenai usia responden atau nasabah yang menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo peneliti kelompokkan menjadi dua kategori, yaitu mulai dari umur yang < 30 tahun dan > 30 tahun. Berikut data mengenai usia nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo yang diambil sebagai responden :

Tabel 4.1

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<30 Tahun	46	46.0	46.0	46.0
Valid >30 Tahun	54	54.0	54.0	100
Total	100	100	100	100

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berumur < 30 tahun sebanyak 46 nasabah atau 46%, sedangkan nasabah yang berumur > 30 tahun sebanyak 54 nasabah

atau 54%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini mayoritas berusia >30 tahun.

2. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	49	49.0	49.0	49.0
Valid Perempuan	57	57.0	57.0	100
Total	100	100	100	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 49 atau 49%, sedangkan responden perempuan sebanyak 57 atau 57%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah perempuan.

C. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Penentuan valid atau tidaknya item yang digunakan, maka yang harus dilakukan adalah membandingkan r hitung dengan r tabel, dimana taraf signifikan yang digunakan adalah 0,05 atau 5%. Uji signifikan yang dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df)=n-2, dalam hal ini n adalah jumlah

sampel. Pada uji validitas ini jumlah sampel (n)=100 dan besarnya df dapat dihitung $100-2=98$ dengan $df=98$ dan $\alpha=0,1$ dapat $r_{tabel}=0,1654$.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	Pernyataan X1.1	0,567	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.2	0,685	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.3	0,548	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.4	0,547	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.5	0,569	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.6	0,587	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.7	0,517	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.8	0,337	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.9	0,396	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.10	0,509	0,1654	Valid

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat disimpulkan secara keseluruhan pernyataan pada variabel kualitas pelayanan terdapat 10

pernyataan yang dikatakan valid karena memiliki nilai rhitung lebih besar dari rtabel.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menabung

Variabel	Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	Pernyataan X2.1	0,502	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.2	0,598	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.3	0,642	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.4	0,623	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.5	0,612	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.6	0,650	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.7	0,588	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.8	0,678	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.9	0,607	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.10	0,593	0,1654	Valid

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas dapat disimpulkan secara keseluruhan pernyataan pada variabel keputusan menabung terdapat 10 pernyataan yang dikatakan valid karena memiliki nilai rhitung lebih besar dari rtabel.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Variabel	Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah	Pernyataan Y1.1	0,702	0,1654	Valid
	Pernyataan	0,637	0,1654	Valid

	Y2.2			
	Pernyataan Y3.3	0,553	0,1654	Valid
	Pernyataan Y4.4	0,725	0,1654	Valid
	Pernyataan Y5.5	0,606	0,1654	Valid
	Pernyataan Y6.6	0,682	0,1654	Valid

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas dapat disimpulkan secara keseluruhan pernyataan variabel kepuasan nasabah terdapat 6 pernyataan yang dikatakan valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari rtabel.

2. Uji Reliabilitas

Tabel dibawah ini menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	R total tes	Angka Kritik	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,712	0,1654	Reliabel
Keputusan Menabung	0,793	0,1654	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,729	0,1654	Reliabel

Dari Tabel diatas diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki $r \text{ total} > 0,1654$ dengan variabel kualitas pelayanan, keputusan menabung, kepuasan nasabah dapat dikatakan reliabel.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian adalah uji normalitas, uji linieritas, multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji ini adalah untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan Kolmogrov smirnov. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

<i>Asym. Sig . (2 tailed)</i>	Standar Normalitas	Keterangan
0,509	>0,1	Normal

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil nilai sig $0,854 > 0,1$ maka hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat dari *Varians Inflation Factor* (VIF) dan tolerance. Jika nilai $VIF < 10.00$ maka tidak terjadi multikolinieritas dan jika nilai $VIF > 10.00$ maka terjadi multikolinieritas. Berikut adalah hail ujian multikolinieritas :

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

<i>Variabel</i>	<i>Tolerance</i>	<i>Standart Tolerance</i>	<i>VIF</i>	<i>Standart VIF</i>	<i>Keterangan</i>
Kualitas Pelayanan	0,992	>0,10	1.008	<10	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Keputusan Menabung	0,992	>0,10	1.008	<10	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas dapat disimpulkan bahwa uji multikolinieritas tidak terjadi karena *tolerance* value $> 0,10$ atau $VIF < 10$.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Jika nilai signifikan (*p-value*) semua variabel independen $> 0,1$ maka H_0 diterima yang artinya varian residual homogen (tidak terjadi kasus heteroskedastisitas). Hasil dari pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Variabel</i>	<i>Sig</i>	<i>Standart</i>	<i>Keterangan</i>
Kualitas Pelayanan	0,445	$>0,05$	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Keputusan Menabung	0,203	$>0,05$	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olahan SPSS v. 16

Data Tabel 4.9 diatas diketahui nilai sig variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar $0,445 > 0,01$, dan variabel keputusan menabung (X2) sebesar $0,203 > 0,01$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji korelasi dilakukan untuk menguji suatu model regresi linier apakah terdapat korelasi antara residual (kesalahan pengganggu) dari satu periode ke periode lainnya. Deteksi adanya autokorelasi dapat dilihat nilai Durbin-Watson (D-W). Hasil pengujiannya dalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.089 ^a	.008	-.013	2.86205	2.243

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel 4.10 nilai du dicari pada distribusi nilai Tabel *Durbin Watson* (DW) berdasarkan k adalah jumlah variabel sebanyak 2 dan N adalah jumlah responden sebanyak 100 orang dengan signifikansi (0,1). Dihilkan nilai $du = 1,715$ dan $4-du = 4 - 1,715 = 2,285$. Karena nilai $du < dw < 4-du$ ($1,175 < 2,243 < 2,285$) maka tidak terjadi gejala autokorelasi.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo

Untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo, maka dapat diuji dengan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel dependen dengan satu variabel independen. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier sederhana dan dihitung menggunakan bantuan SPSS 16.0.

Tabel 4.10
Tabel Coefficients Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.427	.450		2.391	.025
	Kualitas Pelayanan	.919	.014	.989	66.647	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel coefficients di atas diperoleh model regresi linier sederhana sebagai berikut : $Y = 1,427 + 0,919 X_1 + e$

Konstanta (b0)

Nilai konstanta (b0) 1,427 menunjukkan bahwa apabila variabel independen X_1 nol atau tidak ada, maka kualitas pelayanan adalah sebesar 1,427 satuan.

Konstanta (b2) Untuk Variabel X_1 (Kualitas Pelayanan)

Besarnya nilai koefisien regresi (b2) sebesar 0,919 dapat diartikan bahwa variabel independen (X_1) yaitu kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan dan bersifat positif terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan nasabah. Jika kualitas pelayanan naik sebesar 1 satuan maka kualitas pelayanan mengalami kenaikan 0,919 dengan asumsi variabel lain tetap.

Selain itu dari hasil olah data juga diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan menabung.

Tabel 4.11

Tabel Model Summary Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.989 ^a	.978	.978	.74423

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan R yaitu sebesar 0,989 dan dijelaskan besar

presentase pengaruh variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil pengkuadratan R, dari hasil koefisien determinasi R^2 diperoleh sebesar 0,978 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung sebesar 97,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

b. Pengaruh Keputusan Menabung terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh yang signifikan antara keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo, maka dapat diuji dengan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel dependen dengan satu variabel independen. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier sederhana dan dihitung dengan menggunakan bantuan SPSS 16.0.

Tabel 4.12

Tabel Coefficients Keputusan Menabung terhadap Kepuasan Nasabah

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.888	3.744		9.320	.000
	Keputusan Menabung	.068	.063	.109	1.090	.044

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel coefficient di atas diperoleh model regresi linier sederhana sebagai berikut: $1,427 + 0,919 (X_1). Y= 34,888+ 0,068X_2 + e$

Konstanta (b0)

Nilai konstanta (b0) sebesar 34,888 menunjukkan bahwa apabila variabel independen X_2 nol atau tidak ada, maka kepuasan nasabah adalah sebesar 0,068satuan.

Konstanta (b2) Untuk Variabel X_2 (Keputusan Menabung)

Besarnya nilai koefisien regresi (b2) sebesar 0,068 dapat diartikan bahwa variabel independen (X_2) yaitu keputusan menabung mempunyai pengaruh signifikan dan bersifat positif terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan menabung. Jika kualitas pelayanan naik sebesar 1 satuan maka kualitas pelayanan mengalami kenaikan 0,038 dengan asumsi variabel lain tetap.

Selain itu dari hasil olah data juga diperoleh nilai signifikansi $0,064 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan menabung berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 4.13

**Tabel Model Summary Keputusan Menabung terhadap
Kepuasan Nasabah**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.186 ^a	.035	.025	6.32167

a. Predictors: (Constant), Keputusan Menabung

Berdasarkan Tabel diatas dijelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan R yaitu sebesar 0,186 dan dijelaskan besar presentase pengaruh variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil penguadratan R, dari hasil koefisien determinasi R^2 diperoleh sebesar 0,035 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah sebesar 3,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menabung terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo, maka dapat diuji dengan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini

digunakan analisis regresi linier berganda dan dihitung dengan bantuan SPSS 16.0.

Tabel 4.14
Tabel Coefficients Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.253	.907		3.806	.008
	Kualitas Pelayanan	.921	.014	.991	67.310	.000
	Keputusan Menabung	.037	.020	.027	1.806	.074

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Hasil analisis regresi linier berganda dapat dijelaskan melalui persamaan berikut:

$$Y = 3,253 + 0,921 X_1 + 0,037 X_2 + \text{error}$$

- **Konstanta (b0)**

Nilai konstanta (b0) sebesar 3,253 menunjukkan bahwa apabila variabel independen X1 dan X2 nol atau tidak ada maka keputusan menabung adalah 3,253 satuan.

- **Konstanta (b1) Untuk Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)**

Besarnya nilai koefisien regresi (b1) sebesar 0,921. Nilai (b1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan nasabah (Y). Jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan nasabah menjadi meningkat. Nilai koefisien (b1) sebesar 0,921 artinya kualitas

pelayanan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah naik sebesar 0,921 dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

- **Konstanta (b2) Untuk Variabel X2 (Keputusan Menabung)**

Besarnya nilai koefisien regresi (b2) sebesar 0,037 Nilai (b2) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel keputusan menabung (X_2) dengan kepuasan nasabah (Y). Jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan nasabah menjadi meningkat. Nilai koefisien (b1) sebesar 0,037 artinya jika keputusan menabung dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah naik sebesar 0,037 dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

Tabel 4.15

Tabel Anova Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menabung Terhadap Kepuasan Nasabah

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2461.994	2	1230.997	2.2743	.000 ^a
	Residual	52.516	97	.541		
	Total	2514.510	99			

a. Predictors: (Constant), Keputusan Menabung, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel anova diatas dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 2,2743$ dengan taraf signifikan 0,000 dan $F_{tabel} = 2,36$ diperoleh dari distribusi nilai F_{tabel} . Jadi secara simultan Kualitas Pelayanan

(X1) dan Keputusan Menabung (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Tabel 4.16

Tabel Model Summary Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menabung terhadap Kepuasan Nasabah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.990 ^a	.979	.979	.73580

a. Predictors: (Constant), Keputusan Menabung, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi hubungan R yaitu sebesar 0,990 dan dijelaskan besar presentase pengaruh variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil penguadratan R, dari hasil koefisien determinasi R² diperoleh sebesar 0,979 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah sebesar 97,9 sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Pengambilan kesimpulannya dengan melihat nilai sig. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,1 maka terdapat pengaruh yang signifikan. Nilai t_{tabel} untuk $\alpha = 0,1$ (satu sisi) dan $n-k = 100-2 = 98$

maka $t_{\text{tabel}} = 1,660$. Dengan ketentuan penerimaan hipotesis apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka terdapat pengaruh yang signifikan.

1) Uji t Kualitas Pelayanan

Tabel 4.17
Hasil Uji t Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.427	.450		2.391	.025
Kualitas Pelayanan	.919	.014	.989	66.647	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari tabel diatas diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 1,660. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan apabila dilihat dari nilai signifikansi dimana diperoleh nilai sig $0,000 < 0,1$ dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2) Uji t Keputusan Menabung

Tabel 4.18

Hasil Uji t Keputusan Menabung

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.888	3.744		9.320	.000
	Keputusan Menabung	.068	.063	.109	1.090	.064

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari tabel diatas diketahui bahwa pengaruh keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 1,660. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan menabung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan apabila dilihat dari nilai signifikansi dimana diperoleh nilai sig $0,064 < 0,1$ dapat disimpulkan bahwa keputusan menabung berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

b. Uji F

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (keputusan menabung).

Kaidah pengujian:

Jika, $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka diterima H_0

Jika, $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka ditolak H_0 .¹¹¹

Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.19

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2461.994	2	1230.997	2.2743	.000 ^a
	Residual	52.516	97	.541		
	Total	2514.510	99			

a. Predictors: (Constant), Keputusan Menabung, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

Nasabah

Berdasarkan Tabel diatas, diperoleh hasil pengujian secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 2,2743 dengan nilai signifikan 0.000. Sedangkan untuk F_{tabel} sebesar 2,36diperoleh dari distribusi nilai F_{tabel} . Jadi secara simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Keputusan Menabung (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X). Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

¹¹¹Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 439.

Tabel 4.20

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.990 ^a	.979	.979	.73580

a. Predictors: (Constant), Keputusan Menabung, Kualitas Pelayanan

Pada tabel di atas terlihat R Square sebesar 0,979 atau 97,9%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keputusan menabung berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 97,9% sedangkan 2,1% dijelaskan oleh variabel lain.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan besaran koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bertanda positif, artinya kualitas pelayanan berbanding lurus atau searah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo. Untuk nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,978 artinya kontribusi variabel kualitas pelayanan (X_1) mempengaruhi variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 97,8% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain di luar model. Dalam uji statistik uji t parsial nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,1, artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan menabung (Y).

Adanya hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhamatul Muzayyanah (2018), Asti Dwi Putri (2016), Cholid Ardian (2015), Taslim (2018), Rekyan Septiani (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan yang baik maka nasabah akan merasakan puas dengan pelayanan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.

Tabel 4.21

Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan

No	Kategori	Frekuensi	Presentase	Kesimpulan
1.	Sangat Tidak Setuju	85	85%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo berpenampilan bersih dan rapi
	Tidak Setuju	10	10%	
	Setuju	5	5%	
	Sangat Setuju	0	0,00%	
	Total	100	100%	
2.	Sangat Tidak Setuju	82	82%	Di dalam maupun luar kantor Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo sudah bersih dan rapi (tempat parkir, ruangan di dalam bank, tata letak kursi maupun peralatan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo)
	Tidak Setuju	8	8%	
	Setuju	10	10%	
	Sangat Setuju	0	0,00%	
	Total	100	100%	
3.	Sangat Tidak Setuju	41	41%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia

	Tidak Setuju	0	0,00%	KCP Ponorogo secara pribadi memberikan perhatian dan akrab kepada nasabah
	Setuju	53	53%	
	Sangat Setuju	6	6%	
	Total	100	100%	
4.	Sangat Tidak Setuju	71	71%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo melayani dengan ramah dan senyum
	Tidak Setuju	7	7%	
	Setuju	16	16%	
	Sangat Setuju	6	6%	
	Total	100	100%	
5.	Sangat Tidak Setuju	34	34%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo melayani dengan cepat dan tuntas
	Tidak Setuju	0	0,00%	
	Setuju	54	54%	
	Sangat Setuju	5	5%	
	Total	100	100%	
6.	Sangat Tidak Setuju	65	65%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan saya
	Tidak Setuju	7	7%	
	Setuju	21	21%	
	Sangat Setuju	7	7%	
	Total	100	100%	
7.	Sangat Tidak Setuju	7	7%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo menyampaikan informasi tentang produk secara jelas
	Tidak Setuju	7	7%	
	Setuju	8	8%	
	Sangat Setuju	78	78%	
	Total	100	100%	

8	Sangat Tidak Setuju	4	4%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo mampu menyelesaikan keluhan yang saya hadapi
	Tidak Setuju	7	7%	
	Setuju	3	3%	
	Sangat Setuju	86	86%	
	Total	100	100%	
9.	Sangat Tidak Setuju	4	4%	Saya merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo
	Tidak Setuju	24	24%	
	Setuju	5	5%	
	Sangat Setuju	71	71%	
	Total	100	100%	
10.	Sangat Tidak Setuju	7	7%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dapat mengatakan dengan pasti kapan pelayanan yang dibutuhkan dapat diselesaikan
	Tidak Setuju	0	0,00%	
	Setuju	7	7%	
	Sangat Setuju	86	86%	
	Total	100	100%	

Berdasarkan deskripsi diatas dapat disimpulkan bahwa, pernyataan yang paling kuat ada pada nomor ke 1 yaitu “Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo berpenampilan bersih dan rapi” dan dari hasil angket yang disebar pernyataan no 1 mendapatkan nilai tertinggi dimana nasabah setuju dengan pernyataan bahwa setiap karyawan di bank memiliki penampilan yang bersih dan rapi.

Pernyataan yang paling lemah ada pada nomor 5 “Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo melayani dengan cepat dan tuntas” dan dari hasil angket yang disebar pernyataan no 5

mendapatkan nilai terendah, dimana nasabah mengatakan bahwa karyawan tidak melayani dengan cepat.

2. Pengaruh Keputusan Menabung terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan besaran koefisien regresi variabel keputusan menabung bertanda positif, artinya keputusan menabung berbanding lurus atau searah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. Untuk nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,035 artinya kontribusi variabel keputusan menabung (X_2) mempengaruhi variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 3,5% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain di luar model. Dalam uji statistik uji t parsial nilai signifikansi variabel keputusan menabung (X_2) adalah sebesar 0,064 lebih besar dari 0,1, artinya keputusan menabung berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Adanya hubungan yang signifikan antara keputusan menabung dan kepuasan nasabah didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suriri Hidayat (2019), Faiz Wira Atma dan Suci Rahma Nio (2019). Dari beberapa penelitian tersebut disebutkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Nasabah yang puas maka akan memutuskan menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.

Tabel 4.22

Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Menabung

No	Kategori	Frekuensi	Persentase	Kesimpulan
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%	Saya menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo karena adanya kebutuhan untuk menabung
	Tidak Setuju	25	25%	
	Setuju	75	75%	
	Sangat Setuju	0	0,00%	
	Total	100	100%	
2.	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%	Saya menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo karena produk lebih baik dibandingkan dengan Bank lain
	Tidak Setuju	62	62%	
	Setuju	38	38%	
	Sangat Setuju	0	0,00%	
	Total	100	100%	
3.	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%	Saya mencari informasi sebanyak mungkin mengenai produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo
	Tidak Setuju	55	55%	
	Setuju	40	40%	
	Sangat Setuju	5	5%	
	Total	100	100%	
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%	Saya mencari informasi mengenai produk tabungan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo melalui semua media
	Tidak Setuju	45	45%	
	Setuju	5	5%	
	Sangat Setuju	50	50%	
	Total	100	100%	

5.	Sangat Tidak Setuju	42	42%	Saya membandingkan produk tabungan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dengan produk yang lainnya
	Tidak Setuju	6	6%	
	Setuju	52	52%	
	Sangat Setuju	0	0,00%	
	Total	100	100%	
6.	Sangat Tidak Setuju	35	35%	Produk tabungan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo lebih bermanfaat untuk saya
	Tidak Setuju	5	5%	
	Setuju	60	60%	
	Sangat Setuju	0	0,00%	
	Total	100	100%	
7.	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%	Saya yakin akan keputusan saya untuk membeli produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo karena kualitas produk bagus
	Tidak Setuju	40	40%	
	Setuju	55	55%	
	Sangat Setuju	5	5%	
	Total	100	100%	
8.	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%	Saya memutuskan menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo karena adanya manfaat yang saya rasakan
	Tidak Setuju	25	25%	
	Setuju	50	50%	
	Sangat Setuju	25	25%	
	Total	100	100%	
9.	Sangat Tidak Setuju	5	5%	Saya akan memberikan informasi kepada teman,
	Tidak Setuju	35	35%	

	Setuju	45	45%	keluarga, saudara, untuk menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo
	Sangat Setuju	15	15%	
	Total	100	100%	
10.	Sangat Tidak Setuju	5	5%	Saya akan menggunakan produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo secara terus-menerus
	Tidak Setuju	25	25%	
	Setuju	70	70%	
	Sangat Setuju	0	0,00%	
	Total	100	100%	

Berdasarkan deskripsi diatas dapat disimpulkan bahwa, pernyataan yang paling kuat yaitu terdapat pada nomor 1 “Saya menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo karena adanya kebutuhan untuk menabung”. Dari hasil angket yang disebar, pernyataan nomor 1 memiliki nilai tertinggi dimana nasabah mayoritas menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo karena adanya kebutuhan untuk menabung.

Pernyataan yang lemah adalah pernyataan nomor 2 “Saya menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo karena produk lebih baik dibandingkan dengan bank lain”. Dari hasil angket yang disebar, pernyataan nomor 2 memiliki nilai terendah dimana mayoritas nasabah menyatakan bahwa alasan mereka menabung bukan karena produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo lebih baik dari dibandingkan dengan produk di bank lain.

3. Pengaruh kualitas pelayanan dan keputusan menabung simultan terhadap kepuasan nasabah

Secara simultan variabel kualitas pelayanan dan keputusan menabung berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $2,2743 > 2,36$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan keputusan menabung secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. Untuk nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,979 atau 97,9%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keputusan menabung berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 97,9% sedangkan 2,1% dijelaskan oleh variabel lain. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan keputusan menabung berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan dan keputusan menabung maka kepuasan nasabah yang dihasilkan akan semakin baik.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Muamalat Indonesia

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

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

Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank syariah Islami,

Modern dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infakdan Sedekah (ZIS). Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi “The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”.¹¹²

Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo berdiri pada tanggal 29 Desember 2009 yang beralamatkan di Jl. Soekarno Hatta Kav 35 Dan 37, Banyudono, Kec. Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63411.

2. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo

<i>Sub Branch Manager</i>	Pandu
<i>Sub Branch Operation Supervisor</i>	Anang Priambowo
<i>Branch Collection</i>	Fadhil Wafa
<i>RM SME Remedial</i>	Nindya Ratnasari
<i>Reliationship Manager Funding</i>	Desi Ika Liyanawati Chrisna Faradila

¹¹²<https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat> (diakses pada tanggal 29 Oktober 2021).

<i>Teller</i>	Erli Nuryana
<i>Customer Service</i>	Apriliya
<i>Security</i>	Sukis Rianto
<i>Driver</i>	Heru
<i>Cleaning Service</i>	Mahendra

Sumber: Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.

3. Visi dan Misi

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

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

4. Hasil Pengujian Diskripsi

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan informasi atau data-data yang dibutuhkan oleh peneliti mengenai tanggapan responden adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner disebar^{kan} kepada nasabah yang menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo sebanyak 100 responden. Berdasarkan kriteria yang digunakan meliputi usia, dan jenis kelamin.

5. Data Responden Berdasarkan Usia

Adapun data yang mengenai usia responden atau nasabah yang menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo peneliti kelompokkan menjadi dua kategori, yaitu mulai dari umur yang < 30 tahun dan > 30 tahun. Berikut data mengenai usia nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo yang diambil sebagai responden :

Tabel 4.1

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<30 Tahun	46	46.0	46.0	46.0
Valid >30 Tahun	54	54.0	54.0	100
Total	100	100	100	100

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berumur < 30 tahun sebanyak 46 nasabah atau 46%, sedangkan nasabah yang berumur > 30 tahun sebanyak 54 nasabah atau 54%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini mayoritas berusia >30 tahun.

3. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo yang diambil sebagai responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	49	49.0	49.0	49.0
Valid Perempuan	57	57.0	57.0	100
Total	100	100	100	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 49 atau 49%, sedangkan responden perempuan sebanyak 57 atau 57%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah perempuan.

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Penentuan valid atau tidaknya item yang digunakan, maka yang harus dilakukan adalah membandingkan r hitung dengan rtabel, dimana taraf signifikan yang digunakan adalah 0,05 atau 5%. Uji signifikan yang dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan rtabel untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada uji validitas ini jumlah sampel (n)=100 dan besarnya df dapat dihitung $100-2=98$ dengan $df=98$ dan $\alpha=0,1$ dapat $rtabel=0,1654$.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel	Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	Pernyataan X1.1	0,567	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.2	0,685	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.3	0,548	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.4	0,547	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.5	0,569	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.6	0,587	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.7	0,517	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.8	0,337	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.9	0,396	0,1654	Valid
	Pernyataan X1.10	0,509	0,1654	Valid

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat disimpulkan secara keseluruhan pernyataan pada variabel kualitas pelayanan terdapat 10 pernyataan yang dikatakan valid karena memiliki nilai rhitung lebih besar dari rtabel.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menabung

Variabel	Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	Pernyataan X2.1	0,502	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.2	0,598	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.3	0,642	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.4	0,623	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.5	0,612	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.6	0,650	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.7	0,588	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.8	0,678	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.9	0,607	0,1654	Valid
	Pernyataan X2.10	0,593	0,1654	Valid

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas dapat disimpulkan secara keseluruhan pernyataan pada variabel keputusan menabung terdapat 10 pernyataan yang dikatakan valid karena memiliki nilai rhitung lebih besar dari rtabel.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Variabel	Item Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah	Pernyataan Y1.1	0,702	0,1654	Valid
	Pernyataan Y2.2	0,637	0,1654	Valid
	Pernyataan Y3.3	0,553	0,1654	Valid
	Pernyataan Y4.4	0,725	0,1654	Valid
	Pernyataan Y5.5	0,606	0,1654	Valid
	Pernyataan Y6.6	0,682	0,1654	Valid

Berdasarkan Tabel 4.5 diatas dapat disimpulkan secara keseluruhan pernyataan variabel kepuasan nasabah terdapat 6 pernyataan yang dikatakan valid karena memiliki nilai rhitung lebih besar dari rtabel.

2. Uji Reliabilitas

Tabel dibawah ini menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

P O N O R O G O

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	R total tes	Angka Kritik	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,712	0,1654	Reliabel
Keputusan Menabung	0,793	0,1654	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,729	0,1654	Reliabel

Dari Tabel diatas diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki r total $>$ 0,1654 dengan variabel kualitas pelayanan, keputusan menabung, kepuasan nasabah dapat dikatakan reliabel.

C. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian adalah uji normalitas, uji linieritas, multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji ini adalah untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan Kolmogrov smirnov. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

IAIN
PONOROGO

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

<i>Asym. Sig . (2 tailed)</i>	Standar Normalitas	Keterangan
0,509	>0,1	Normal

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil nilai sig 0,854 > 0,1 maka hal ini menunjukkan bahwa variabel tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat dari *Varians Inflation Factor* (VIF) dan tolerance. Jika nilai VIF < 10.00 maka tidak terjadi multikolinieritas dan jika nilai VIF >10.00 maka terjadi multikolinieritas. Berikut adalah hasil ujian multikolinieritas :

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

<i>Variabel</i>	<i>Tolerance</i>	<i>Standart Tolerance</i>	<i>VIF</i>	<i>Standart VIF</i>	<i>Keterangan</i>
Kualitas Pelayanan	0,992	>0,10	1.008	<10	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Keputusan Menabung	0,992	>0,10	1.008	<10	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Berdasarkan Tabel 4.8 diatas dapat disimpulkan bahwa uji multikolinieritas tidak terjadi karena *tolerance value* > 0,10 atau VIF <

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Jika nilai signifikan (*p-value*) semua variabel independen $> 0,1$ maka H_0 diterima yang artinya varian residual homogen (tidak terjadi kasus heteroskedastisitas). Hasil dari pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Standart	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,445	$>0,05$	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Keputusan Menabung	0,203	$>0,05$	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olahan SPSS v. 16

Data Tabel 4.9 diatas diketahui nilai sig variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar $0,445 > 0,01$, dan variabel keputusan menabung (X2) sebesar $0,203 > 0,01$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji korelasi dilakukan untuk menguji suatu model regresi linier apakah terdapat korelasi antara residual (kesalahan pengganggu) dari satu periode ke periode lainnya. Deteksi adanya autokorelasi dapat dilihat nilai Durbin-Watson (D-W). Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.089 ^a	.008	-.013	2.86205	2.243

c. Predictors: (Constant), X2, X1

d. Dependent Variable: Y

Dari tabel 4.10 nilai d_u dicari pada distribusi nilai Tabel *Durbin Watson* (DW) berdasarkan k adalah jumlah variabel sebanyak 2 dan N adalah jumlah responden sebanyak 100 orang dengan signifikansi (0,1). Dihasilkan nilai $d_u = 1,715$ dan $4-d_u = 4 - 1,715 = 2,285$. Karena nilai $d_u < dw < 4-d_u$ ($1,715 < 2,243 < 2,285$) maka tidak terjadi gejala autokorelasi.

5. Analisis Regresi Linier Sederhana

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo

Untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo, maka dapat diuji dengan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel dependen dengan satu variabel independen. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier sederhana dan dihitung menggunakan bantuan SPSS 16.0.

Tabel 4.10
Tabel Coefficients Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.427	.450		2.391	.025
	Kualitas Pelayanan	.919	.014	.989	66.647	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel coefficients di atas diperoleh model regresi linier sederhana sebagai berikut : $Y = 1,427 + 0,919 X_1 + e$

Konstanta (b0)

Nilai konstanta (b_0) 1,427 menunjukkan bahwa apabila variabel independen X_1 nol atau tidak ada, maka kualitas pelayanan adalah sebesar 1,427 satuan.

Konstanta (b_2) Untuk Variabel X_1 (Kualitas Pelayanan)

Besarnya nilai koefisien regresi (b_2) sebesar 0,919 dapat diartikan bahwa variabel independen (X_1) yaitu kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan dan bersifat positif terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan nasabah. Jika kualitas pelayanan naik sebesar 1 satuan maka kualitas pelayanan mengalami kenaikan 0,919 dengan asumsi variabel lain tetap.

Selain itu dari hasil olah data juga diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan menabung.

Tabel 4.11

Tabel Model Summary Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.989 ^a	.978	.978	.74423

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Berdasarkan Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan R yaitu sebesar 0,989 dan dijelaskan besar presentase pengaruh variabel terikat yang disebut koefisien

determinasi yang merupakan hasil penguadratan R , dari hasil koefisien determinasi R^2 diperoleh sebesar 0,978 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung sebesar 97,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

c. Pengaruh Keputusan Menabung terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh yang signifikan antara keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo, maka dapat diuji dengan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel dependen dengan satu variabel independen. Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier sederhana dan dihitung dengan menggunakan bantuan SPSS 16.0.

Tabel 4.12

Tabel Coefficients Keputusan Menabung terhadap Kepuasan Nasabah

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	34.888	3.744		9.320	.000
Keputusan Menabung	.068	.063	.109	1.090	.044

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel coefficient di atas diperoleh model regresi linier sederhana sebagai berikut: $1,427 + 0,919 (X_1). Y= 34,888+ 0,068X_2 + e$

Konstanta (b0)

Nilai konstanta (b0) sebesar 34,888 menunjukkan bahwa apabila variabel independen X_2 nol atau tidak ada, maka kepuasan nasabah adalah sebesar 0,068satuan.

Konstanta (b2) Untuk Variabel X_2 (Keputusan Menabung)

Besarnya nilai koefisien regresi (b2) sebesar 0,068 dapat diartikan bahwa variabel independen (X_2) yaitu keputusan menabung mempunyai pengaruh signifikan dan bersifat positif terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan menabung. Jika kualitas pelayanan naik sebesar 1 satuan maka kualitas pelayanan mengalami kenaikan 0,038 dengan asumsi variabel lain tetap.

Selain itu dari hasil olah data juga diperoleh nilai signifikansi $0,064 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan menabung berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 4.13

**Tabel Model Summary Keputusan Menabung terhadap
Kepuasan Nasabah**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.186 ^a	.035	.025	6.32167

a. Predictors: (Constant), Keputusan Menabung

Berdasarkan Tabel diatas dijelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan R yaitu sebesar 0,186 dan dijelaskan besar presentase pengaruh variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil penguadratan R, dari hasil koefisien determinasi R^2 diperoleh sebesar 0,035 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah sebesar 3,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menabung terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo

Untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo, maka dapat diuji dengan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini

digunakan analisis regresi linier berganda dan dihitung dengan bantuan SPSS 16.0.

Tabel 4.14
Tabel Coefficients Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.253	.907		3.806	.008
	Kualitas Pelayanan	.921	.014	.991	67.310	.000
	Keputusan Menabung	.037	.020	.027	1.806	.074

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Hasil analisis regresi linier berganda dapat dijelaskan melalui persamaan berikut:

$$Y = 3,253 + 0,921 X_1 + 0,037 X_2 + \text{error}$$

- **Konstanta (b0)**

Nilai konstanta (b0) sebesar 3,253 menunjukkan bahwa apabila variabel independen X1 dan X2 nol atau tidak ada maka keputusan menabung adalah 3,253 satuan.

- **Konstanta (b1) Untuk Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)**

Besarnya nilai koefisien regresi (b1) sebesar 0,921. Nilai (b1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan nasabah (Y). Jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan nasabah menjadi meningkat. Nilai koefisien (b1) sebesar 0,921 artinya kualitas

pelayanan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah naik sebesar 0,921 dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

- **Konstanta (b2) Untuk Variabel X2 (Keputusan Menabung)**

Besarnya nilai koefisien regresi (b2) sebesar 0,037 Nilai (b2) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel keputusan menabung (X_2) dengan kepuasan nasabah (Y). Jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan nasabah menjadi meningkat. Nilai koefisien (b1) sebesar 0,037 artinya jika keputusan menabung dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka kepuasan nasabah naik sebesar 0,037 dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

Tabel 4.15

Tabel Anova Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menabung Terhadap Kepuasan Nasabah

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2461.994	2	1230.997	2.2743	.000 ^a
	Residual	52.516	97	.541		
	Total	2514.510	99			

a. Predictors: (Constant), Keputusan Menabung, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel anova diatas dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 2,2743$ dengan taraf signifikan 0,000 dan $F_{tabel} = 2,36$ diperoleh dari distribusi nilai F_{tabel} . Jadi secara simultan Kualitas Pelayanan

(X1) dan Keputusan Menabung (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Tabel 4.16

Tabel Model Summary Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menabung terhadap Kepuasan Nasabah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.990 ^a	.979	.979	.73580

a. Predictors: (Constant), Keputusan Menabung, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi hubungan R yaitu sebesar 0,990 dan dijelaskan besar presentase pengaruh variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil penguadratan R, dari hasil koefisien determinasi R^2 diperoleh sebesar 0,979 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah sebesar 97,9 sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

7. Pengujian Hipotesis

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Pengambilan kesimpulannya dengan melihat nilai sig. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,1 maka terdapat pengaruh yang

signifikan. Nilai t_{tabel} untuk $\alpha = 0,1$ (satu sisi) dan $n-k = 100-2 = 98$ maka $t_{\text{tabel}} = 1,660$. Dengan ketentuan penerimaan hipotesis apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka terdapat pengaruh yang signifikan.

3) Uji t Kualitas Pelayanan

Tabel 4.17
Hasil Uji t Kualitas Pelayanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.427	.450		2.391	.025
	Kualitas Pelayanan	.919	.014	.989	66.647	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari tabel diatas diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 1,660. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan apabila dilihat dari nilai signifikansi dimana diperoleh nilai $\text{sig } 0,000 < 0,1$ dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4) Uji t Keputusan Menabung

Tabel 4.18

Hasil Uji t Keputusan Menabung

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	34.888	3.744		9.320	.000
Keputusan Menabung	.068	.063	.109	1.090	.064

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Dari tabel diatas diketahui bahwa pengaruh keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 1,660. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan menabung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan apabila dilihat dari nilai signifikansi dimana diperoleh nilai sig $0,064 < 0,1$ dapat disimpulkan bahwa keputusan menabung berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

d. Uji F

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (keputusan menabung).

Kaidah pengujian:

Jika, $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka diterima H_0

Jika, $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka ditolak H_0 .¹¹³

Hasil uji F pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.19

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2461.994	2	1230.997	2.2743	.000 ^a
	Residual	52.516	97	.541		
	Total	2514.510	99			

a. Predictors: (Constant), Keputusan Menabung, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel diatas, diperoleh hasil pengujian secara simultan (Uji F) menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 2,2743 dengan nilai signifikan 0.000. Sedangkan untuk F_{tabel} sebesar 2,36diperoleh dari distribusi nilai F_{tabel} . Jadi secara simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Keputusan Menabung (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

e. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X). Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

¹¹³Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 439.

Tabel 4.20

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.990 ^a	.979	.979	.73580

a. Predictors: (Constant), Keputusan Menabung, Kualitas Pelayanan

Pada tabel di atas terlihat R Square sebesar 0,979 atau 97,9%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keputusan menabung berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 97,9% sedangkan 2,1% dijelaskan oleh variabel lain.

D. Pembahasan

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan besaran koefisien regresi variabel kualitas pelayanan bertanda positif, artinya kualitas pelayanan berbanding lurus atau searah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCP Ponorogo. Untuk nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,978 artinya kontribusi variabel kualitas pelayanan (X_1) mempengaruhi variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 97,8% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain di luar model. Dalam uji statistik uji t parsial nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,1, artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan menabung (Y).

Adanya hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhamatul Muzayyanah (2018), Asti Dwi Putri (2016), Cholid Ardian (2015), Taslim (2018), Rekyan Septiani (2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan yang baik maka nasabah akan merasakan puas dengan pelayanan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.

Tabel 4.21
Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan

No	Kategori	Frekuensi	Presentase	Kesimpulan
1.	Sangat Tidak Setuju	85	85%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo berpenampilan bersih dan rapi
	Tidak Setuju	10	10%	
	Setuju	5	5%	
	Sangat Setuju	0	0,00%	
	Total	100	100%	
2.	Sangat Tidak Setuju	82	82%	Di dalam maupun luar kantor Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo sudah bersih dan rapi (tempat parkir, ruangan di dalam bank, tata letak kursi maupun peralatan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo)
	Tidak Setuju	8	8%	
	Setuju	10	10%	
	Sangat Setuju	0	0,00%	
	Total	100	100%	
3.	Sangat Tidak Setuju	41	41%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo secara
	Tidak Setuju	0	0,00%	
	Setuju	53	53%	

	Sangat Setuju	6	6%	pribadi memberikan perhatian dan akrab kepada nasabah
	Total	100	100%	
4.	Sangat Tidak Setuju	71	71%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo melayani dengan ramah dan senyum
	Tidak Setuju	7	7%	
	Setuju	16	16%	
	Sangat Setuju	6	6%	
	Total	100	100%	
5.	Sangat Tidak Setuju	34	34%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo melayani dengan cepat dan tuntas
	Tidak Setuju	0	0,00%	
	Setuju	54	54%	
	Sangat Setuju	5	5%	
	Total	100	100%	
6.	Sangat Tidak Setuju	65	65%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dapat merespon dengan baik apa yang menjadi keluhan saya
	Tidak Setuju	7	7%	
	Setuju	21	21%	
	Sangat Setuju	7	7%	
	Total	100	100%	
7.	Sangat Tidak Setuju	7	7%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo menyampaikan informasi tentang produk secara jelas
	Tidak Setuju	7	7%	
	Setuju	8	8%	
	Sangat Setuju	78	78%	
	Total	100	100%	
8	Sangat Tidak Setuju	4	4%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo mampu menyelesaikan keluhan yang saya hadapi
	Tidak Setuju	7	7%	
	Setuju	3	3%	
	Sangat Setuju	86	86%	

	Total	100	100%	
9.	Sangat Tidak Setuju	4	4%	Saya merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo
	Tidak Setuju	24	24%	
	Setuju	5	5%	
	Sangat Setuju	71	71%	
	Total	100	100%	
10.	Sangat Tidak Setuju	7	7%	Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dapat mengatakan dengan pasti kapan pelayanan yang dibutuhkan dapat diselesaikan
	Tidak Setuju	0	0,00%	
	Setuju	7	7%	
	Sangat Setuju	86	86%	
	Total	100	100%	

Berdasarkan deskripsi diatas dapat disimpulkan bahwa, pernyataan yang paling kuat ada pada nomor ke 1 yaitu “Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo berpenampilan bersih dan rapi” dan dari hasil angket yang disebar pernyataan no 1 mendapatkan nilai tertinggi dimana nasabah setuju dengan pernyataan bahwa setiap karyawan di bank memiliki penampilan yang bersih dan rapi.

Pernyataan yang paling lemah ada pada nomor 5 “Karyawan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo melayani dengan cepat dan tuntas” dan dari hasil angket yang disebar pernyataan no 5 mendapatkan nilai terendah, dimana nasabah mengatakan bahwa karyawan tidak melayani dengan cepat.

5. Pengaruh Keputusan Menabung terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan besaran koefisien regresi variabel keputusan menabung bertanda positif, artinya keputusan menabung berbanding lurus atau searah terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. Untuk nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,035 artinya kontribusi variabel keputusan menabung (X_2) mempengaruhi variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar 3,5% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain di luar model. Dalam uji statistik uji t parsial nilai signifikansi variabel keputusan menabung (X_2) adalah sebesar 0,064 lebih besar dari 0,1, artinya keputusan menabung berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Adanya hubungan yang signifikan antara keputusan menabung dan kepuasan nasabah didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suriri Hidayat (2019), Faiz Wira Atma dan Suci Rahma Nio (2019). Dari beberapa penelitian tersebut disebutkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Nasabah yang puas maka akan memutuskan menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo.

Tabel 4.22

Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Menabung

No	Kategori	Frekuensi	Persentase	Kesimpulan
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%	Saya menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo karena adanya kebutuhan untuk menabung
	Tidak Setuju	25	25%	
	Setuju	75	75%	
	Sangat Setuju	0	0,00%	
	Total	100	100%	
2.	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%	Saya menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo karena produk lebih baik dibandingkan dengan Bank lain
	Tidak Setuju	62	62%	
	Setuju	38	38%	
	Sangat Setuju	0	0,00%	
	Total	100	100%	
3.	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%	Saya mencari informasi sebanyak mungkin mengenai produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo
	Tidak Setuju	55	55%	
	Setuju	40	40%	
	Sangat Setuju	5	5%	
	Total	100	100%	
4.	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%	Saya mencari informasi mengenai produk tabungan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo melalui semua media
	Tidak Setuju	45	45%	
	Setuju	5	5%	
	Sangat Setuju	50	50%	
	Total	100	100%	
5.	Sangat Tidak Setuju	42	42%	Saya membandingkan

	Tidak Setuju	6	6%	produk tabungan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo dengan produk yang lainnya
	Setuju	52	52%	
	Sangat Setuju	0	0,00%	
	Total	100	100%	
6.	Sangat Tidak Setuju	35	35%	Produk tabungan di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo lebih bermanfaat untuk saya
	Tidak Setuju	5	5%	
	Setuju	60	60%	
	Sangat Setuju	0	0,00%	
	Total	100	100%	
7.	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%	Saya yakin akan keputusan saya untuk membeli produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo karena kualitas produk bagus
	Tidak Setuju	40	40%	
	Setuju	55	55%	
	Sangat Setuju	5	5%	
	Total	100	100%	
8.	Sangat Tidak Setuju	0	0,00%	Saya memutuskan menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo karena adanya manfaat yang saya rasakan
	Tidak Setuju	25	25%	
	Setuju	50	50%	
	Sangat Setuju	25	25%	
	Total	100	100%	
9.	Sangat Tidak Setuju	5	5%	Saya akan memberikan informasi kepada teman, keluarga, saudara, untuk menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo
	Tidak Setuju	35	35%	
	Setuju	45	45%	
	Sangat Setuju	15	15%	
	Total	100	100%	

10.	Sangat Tidak Setuju	5	5%	Saya akan menggunakan produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo secara terus-menerus
	Tidak Setuju	25	25%	
	Setuju	70	70%	
	Sangat Setuju	0	0,00%	
	Total	100	100%	

Berdasarkan deskripsi diatas dapat disimpulkan bahwa, pernyataan yang paling kuat yaitu terdapat pada nomor 1 “Saya menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo karena adanya kebutuhan untuk menabung”. Dari hasil angket yang disebar, pernyataan nomor 1 memiliki nilai tertinggi dimana nasabah mayoritas menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo karena adanya kebutuhan untuk menabung.

Pernyataan yang lemah adalah pernyataan nomor 2 “Saya menabung di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo karena produk lebih baik dibandingkan dengan bank lain”. Dari hasil angket yang disebar, pernyataan nomor 2 memiliki nilai terendah dimana mayoritas nasabah menyatakan bahwa alasan mereka menabung bukan karena produk di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo lebih baik dari dibandingkan dengan produk di bank lain.

P O N O R O G O

6. Pengaruh kualitas pelayanan dan keputusan menabung simultan terhadap kepuasan nasabah

Secara simultan variabel kualitas pelayanan dan keputusan menabung berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $2,2743 > 2,36$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan keputusan menabung secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. Untuk nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,979 atau 97,9%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan keputusan menabung berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 97,9% sedangkan 2,1% dijelaskan oleh variabel lain. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan keputusan menabung berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Semakin baik kualitas pelayanan dan keputusan menabung maka kepuasan nasabah yang dihasilkan akan semakin baik.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menabung Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo”. Setelah dilakukan pengumpulan data, analisis data, dan sebagainya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,025 < 0,1\%$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung, sehingga H_0 diterima.
2. Keputusan menabung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi $0,044 < 0,1\%$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan variabel keputusan menabung terhadap kepuasan nasabah, sehingga H_0 diterima.
3. Kualitas pelayanan dan keputusan menabung berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} sebesar 2.2743 dan F_{tabel} sebesar 2,36 variabel kualitas pelayanan dan keputusan

menabung berpengaruh sebesar 9,79% . Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan keputusan menabung secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, Sehingga Ha diterima.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan agar peneliti selanjutnya hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap tentang kualitas pelayanan maupun keputusan menabung dalam bank syariah serta menambah jumlah point pertanyaan pada indikator variabel.

2. Bagi Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, didapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan dan keputusan menabung berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sehingga Bank Muamalat Indonesia KCP Ponorogo harus tetap bisa meningkatkan kualitas pelayanan demi memberikan kepuasan kepada nasabah. Serta selalu menjaga kualitas dan menjaga kepercayaan nasabah yang memutuskan menabung yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah yang menabung dan kepuasan nasabah

DAFTAR PUSTAKA

- A Valerie, Parasuraman. *“Reception Of Servis Quality,”* terj.Sutanto, New York The Free Press, 2001.
- Adya Barata, Atep. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004.
- Darmawan, Deni. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT Remaja Rosadakarya, 2014.
- Fahmi, Irham. *Manajemen Pengambilan Keputusan Teori dan Aplikasi*, Cet.3, Bandung: Alfabeta, 2016
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi kelima, Semarang: Universitas Diponegoro, 2010
- Handoko, *Manajemen Edisi Kedua*, Yogyakarta: BPF E.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Fahmi, Irham. *Manajemen: Teori, Kasus, dan Solusi*, Bandung: CV Alfabeta, 2014.
- Juli Setiadi, Nugroho. *Business Economics and Managerial Decision Making: Aplikasi Teori Ekonomi dan Pengambilan Keputusan Manajerial dalam Dunia Bisnis*, Jakarta: Kencana Perdana Media Grup, 2008.
- Juni Priansa, Donni. *Perilaku Konsumen*, CV. Alfabeta, 2016.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. *Princilpe Of Marketing*. Cet.12 Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip dan Lane Keller, Kevin. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*, Jakarta: Prenhalindo, 2008.
- Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Lerbin R, Aritonang. *Kepuasan Nasabah*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka, 2000.
- Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Schiffman, LG & Kanuk, LL. *Perilaku Konsumen Edisi Delapan*, Prentice Hall: New Jersey, 2004.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003.

Salim, Pater. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.

Sri Yuniarti, Vinna. *Perilaku Konsumen*, Bandung: Pustaka Setia, 2015.

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.

Suanrto, Andang. *Statistik Untuk Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017

Sunyoto, Danang. *Praktik SPSS Untuk Kasus*, Cet.1 (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011

Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Cet. 1, Jakarta: Kencana, 2013.

Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset, 2012.

Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
Wulansari, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*

Harahap, DA. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (PAJUS)*, Medan: Jurnal Keuangan dan Bisnis, Vol. 7, No.3, 2015.

Sartika, Mila, Hermawan, Hendri, "Implementasi Ijarah dan IMBT pada Bank BRISyariah cabang Yogyakarta", *Economica: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, vol.VII/ Edisi 1 (Mei, 2016)

Afifah, Azka Al. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah. Study Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang, 2016.

Ardian, Cholid. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Periklanan Terhadap Dan Periklanan Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menabung Pada BNI Syariah Cabang Semarang" Skripsi, 2015.

Dwi Putri, Asti. "Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Pada Produk Tabungan BSM PT. Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang" Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang, 2016

Ika Purnamasari, Wahyu. "Analisis Pengaruh Promosi dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus di Miulan Hijab Semarang)" Skripsi, 2019.

Internet

www.bphn.go.id.

<https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>.

X206	Pearson Correlation	.184	.252*	.480**	.241*	.366**	1	.585**	.540**	.219*	.409**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.067	.011	.000	.016	.000		.000	.000	.028	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X207	Pearson Correlation	.260**	.107	.313**	.199*	.156	.585**	1	.687**	.368**	.313**	.588**
	Sig. (2-tailed)	.009	.287	.001	.047	.121	.000		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X208	Pearson Correlation	.276**	.235*	.351**	.347**	.205*	.540**	.687**	1	.479**	.376**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.006	.019	.000	.000	.040	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X209	Pearson Correlation	.334**	.215*	.380**	.306**	.094	.219*	.368**	.479**	1	.355**	.607**
	Sig. (2-tailed)	.001	.032	.000	.002	.350	.028	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X210	Pearson Correlation	.166	.446**	.554**	.113	.148	.409**	.313**	.376**	.355**	1	.593**
	Sig. (2-tailed)	.098	.000	.000	.264	.142	.000	.002	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2TO TAL	Pearson Correlation	.502**	.598**	.642**	.623**	.612**	.650**	.588**	.678**	.607**	.593**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

RELIABILITAS X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	10

VALIDITAS Y

Correlations

	Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	YTOTAL
Y01 Pearson Correlation	1	.287**	.442**	.396**	.160	.430**	.702**

	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.000	.112	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y02	Pearson Correlation	.287**	1	.043	.440**	.360**	.351**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.004		.668	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y03	Pearson Correlation	.442**	.043	1	.178	.204*	.315**	.553**
	Sig. (2-tailed)	.000	.668		.076	.042	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y04	Pearson Correlation	.396**	.440**	.178	1	.443**	.360**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.076		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y05	Pearson Correlation	.160	.360**	.204*	.443**	1	.217*	.606**
	Sig. (2-tailed)	.112	.000	.042	.000		.030	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y06	Pearson Correlation	.430**	.351**	.315**	.360**	.217*	1	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.030		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
YTOTAL	Pearson Correlation	.702**	.637**	.553**	.725**	.606**	.682**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

RELIABILITAS Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	6



HETERO

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.671	1.476		3.165	.002
	X1	-.017	.022	-.077	-.767	.445
	X2	-.043	.033	-.129	-1.281	.203

a. Dependent Variable: ABS_RES

AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.089 ^a	.008	-.013	2.86205	2.243

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Nilai durbin Watson (2.243) lebih besar du (1.660) dan kurang dari 4-du (2.334) maka dapat disimoulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi

MULTIKO

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	22.815	3.526		6.470	.000		
	X1	.005	.053	.009	.091	.928	.992	1.008
	X2	-.068	.080	-.087	-.859	.392	.992	1.008

a. Dependent Variable: Y

NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.02130517
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.066
Kolmogorov-Smirnov Z		.822
Asymp. Sig. (2-tailed)		.509
a. Test distribution is Normal.		

REGRESI SEDERHANA X1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.989 ^a	.978	.978	.74423

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2460.229	1	2460.229	4.442E3	.000 ^a
	Residual	54.281	98	.554		
	Total	2514.510	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.427	.450		2.391	.025
	Kualitas Pelayanan	.919	.014	.989	66.647	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

REGRESI SEDERHANA X2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.186 ^a	.035	.025	6.32167

a. Predictors: (Constant), Keputusan Menabung

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	140.481	1	140.481	3.515	.064 ^a
	Residual	3916.429	98	39.964		
	Total	4056.910	99			

a. Predictors: (Constant), Keputusan Menabung

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34.888	3.744		9.320	.000
	Keputusan Menabung	.068	.063	.109	1.090	.064

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

REGRESI BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.990 ^a	.979	.979	.73580

a. Predictors: (Constant), Keputusan Menabung, Kualitas Pelayanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2461.994	2	1230.997	2.274E3	.000 ^a
	Residual	52.516	97	.541		
	Total	2514.510	99			

a. Predictors: (Constant), Keputusan Menabung, Kualitas Pelayanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2461.994	2	1230.997	2.274E3	.000 ^a
	Residual	52.516	97	.541		
	Total	2514.510	99			

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.253	.907		3.806	.008
	Kualitas Pelayanan	.921	.014	.991	67.310	.000
	Keputusan Menabung	.037	.020	.027	1.806	.074

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

