

**PENGARUH EMOSIONAL, KEMUDAHAN, DAN BUKTI  
FISIK TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH  
INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU PONOROGO  
SOETTA**

**SKRIPSI**



Oleh:

Halimatus Sa'diyyah

NIM 402190218

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

**2023**

## ABSTRAK

Sa'diyyah, Halimatus. Pengaruh Emosional, Kemudahan, dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta. *Skripsi*. 2023. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Ajeng Wahyuni, M.Pd.

**Kata Kunci:** Kepuasan, Emosional, Kemudahan, Bukti Fisik

Kepuasan nasabah merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk atau jasa dengan harapannya. Kepuasan nasabah menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal kedepannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan tidak puas. Dengan tercapainya emosional, kemudahan, dan bukti fisik dari bank mampu memberikan kepuasan pada nasabah. Tetapi berdasarkan sikap dan perilaku nasabah yang diwawancarai faktanya nasabah tidak puas dengan apa yang diberikan oleh pihak BSI KCP Ponorogo Soetta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh emosional, kemudahan, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan cara *sampling insidental* dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan angket. Instrumen penelitian menggunakan skala likert. Metode pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 22. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t pada variabel emosional sebesar  $2,883 > 1,660$  dan nilai sig  $0,005 < 0,05$ , variabel kemudahan sebesar  $2,957 > 1,660$  dan nilai sig  $0,004 < 0,05$ , dan variabel bukti fisik sebesar  $3,080 > 1,660$  dan nilai sig  $0,003 < 0,05$ . Maka emosional, kemudahan, dan bukti fisik secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemudian hasil uji F sebesar  $58,651 > 2,69$  dan nilai sig  $0,000 < 0,05$  menunjukkan bahwa variabel emosional, kemudahan, dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai *R Square* sebesar 0,647 yang menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel emosional, kemudahan, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 64,7% dengan sisanya 35,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.



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
1	Halimatus Sa'diyah	402190218	Perbankan Syariah	Pengaruh Emosional, Kemudahan, dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta

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

Ponorogo, 2 Oktober 2023

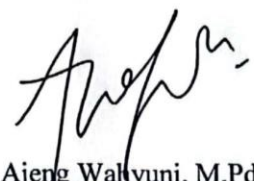
Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

  
Muhammad Amri, M.S.Ak  
NIP. 198907102018011001

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

  
Ajeng Walyuni, M.Pd  
NIP. 199307072019032030



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

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

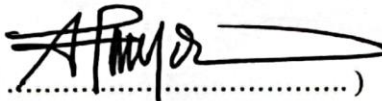
Judul : Pengaruh Emosional, Kemudahan, dan Bukti Fisik  
Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia  
Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta  
Nama : Halimatus Sa'diyah  
NIM : 402190218  
Jurusan : Perbankan Syariah

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 Syariah.

#### Dewan Penguji:

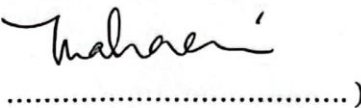
Ketua Sidang :

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

  
(.....)

Penguji I :

Dr. Shinta Maharani, M.Ak  
NIP. 197905252003122002

  
(.....)

Penguji II :

Ajeng Wahyuni, M.Pd  
NIP. 199307072019032030

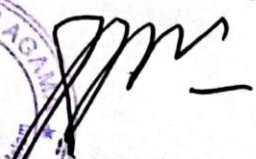
  
(.....)

Ponorogo, 17 Oktober 2023

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



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

## **SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Halimatus Sa'diyyah  
NIM : 402190218  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Emosional, Kemudahan, dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta.

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat digunakan semestinya.

Ponorogo, 01 November 2023

Penulis,



Halimatus Sa'diyyah

NIM 402190218

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Halimatus Sa'diyyah

NIM : 402190218

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“PENGARUH EMOSIONAL, KEMUDAHAN, DAN BUKTI FISIK  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA  
KANTOR CABANG PEMBANTU PONOROGO SOETTA”

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

Ponorogo, 2 Oktober 2023

Pembuat Pernyataan,

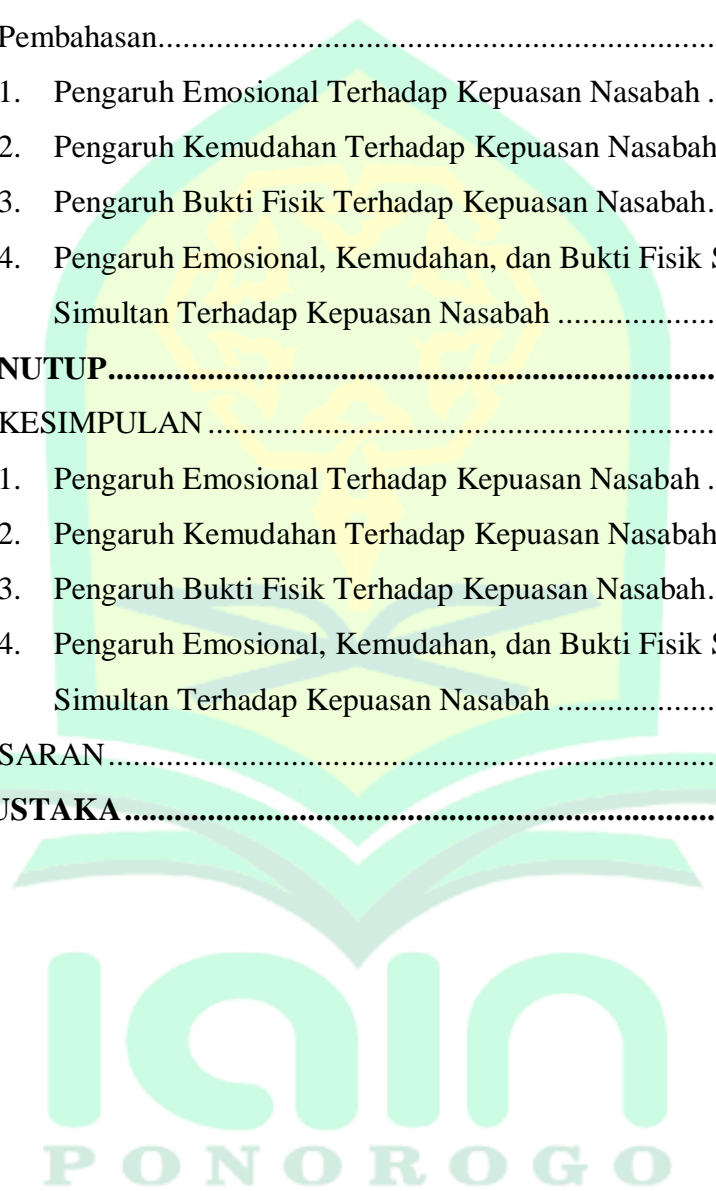


*Halimatus Sa'diyyah*  
Halimatus Sa'diyyah  
NIM 402190218

## DAFTAR ISI

<b>COVER.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Sistematika Pembahasan.....	11
<b>BAB II. LANDASAN TEORI.....</b>	<b>14</b>
A. Deskripsi Teori.....	14
B. Kajian Pustaka.....	27
C. Kerangka Berpikir .....	38
D. Hipotesis .....	39
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Rancangan Penelitian .....	43
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	43
C. Lokasi dan Periode Penelitian.....	47
D. Populasi dan Sampel.....	48
E. Jenis dan Sumber Data .....	50
F. Metode Pengumpulan Data.....	51
G. Instrumen Penelitian.....	52
H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	53
I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	55

<b>BAB IV. PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>62</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	62
B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas) .....	65
C. Hasil Pengujian Deskriptif.....	69
D. Hasil Pengujian Hipotesis .....	75
E. Pembahasan.....	84
1. Pengaruh Emosional Terhadap Kepuasan Nasabah .....	84
2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah .....	85
3. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah.....	87
4. Pengaruh Emosional, Kemudahan, dan Bukti Fisik Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah .....	88
<b>BAB V. PENUTUP.....</b>	<b>90</b>
A. KESIMPULAN .....	90
1. Pengaruh Emosional Terhadap Kepuasan Nasabah .....	90
2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah .....	90
3. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah.....	91
4. Pengaruh Emosional, Kemudahan, dan Bukti Fisik Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah .....	91
B. SARAN .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>





# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan semakin berkembangnya perbankan di Indonesia, baik bank konvensional maupun bank syariah, hal ini berdampak pada persaingan bebas dalam meningkatkan daya saing. Meningkatnya intensitas persaingan dan jumlah pesaing, menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan dari pada yang dilakukan oleh pesaing. Baik secara kualitas dengan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan nasabah maupun secara kuantitas dengan menambah produk yang dianggap akan memenuhi keinginan nasabah.<sup>1</sup>

Kepuasan nasabah merupakan indikator utama dari standar suatu fasilitas dan sebagai ukuran kualitas pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah dapat dicapai melalui kinerja pelayanan yang baik kepada nasabah. Pemberian pelayanan terbaik terjadi ketika perusahaan mampu mempertahankan atau meningkatkan kualitas pelayanan atau jasa yang diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu, setiap perusahaan atau bisnis yang dikelola harus mampu membaca lebih jauh kebutuhan nasabah guna

---

<sup>1</sup> Setianing Tanjung, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang, Penelitian Pada Tahun 2019)," *Skripsi* (Yogyakarta: UII Yogyakarta, 2021), 1.

mencapai tingkat kepuasan nasabah yang tinggi.<sup>2</sup>

Membangun kepuasan nasabah merupakan inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang. Kepuasan nasabah sangatlah penting bagi Bank Syariah Indonesia karena mampu meningkatkan profitabilitas sehingga kepuasan nasabah menjadi aset yang sangat berharga bagi bank tersebut.<sup>3</sup> Kepuasan adalah ketiadaan perbedaan antara harapan yang dimiliki dan unjuk kerja yang senyatanya diterima. Apabila harapan tinggi, sementara hasil kerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai. Sebaliknya, apabila hasil kerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan akan meningkat. Karena harapan yang dimiliki nasabah cenderung selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya pengalaman nasabah, para manajer harus secara tetap memonitor kemampuannya untuk memenuhi pembatas kepuasan yang semakin tinggi.<sup>4</sup>

Kepuasan menjadi tujuan utama yang harus dicapai oleh setiap perusahaan, karena jika pelanggan puas dengan kinerja perusahaan, maka itu akan terjadi nilai tambah bagi perusahaan. Salah satu hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan adalah dengan melakukan peningkatan dari beberapa faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, biaya, dan kemudahan ataupun kelengkapan

---

<sup>2</sup> Intan Nur Cahyanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Madiun," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 1-2.

<sup>3</sup> Maulida Nurhidayati dan Novi Kurnia Cahyani, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel Pada Nasabah BSI KCP Ponorogo," *Etihad: Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 1, Nomor 2, (2021), 148.

<sup>4</sup> Isra Hayati, "Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan)," *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 1, Nomor 2, (2019), 235-236.

fasilitas yang harus disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.<sup>5</sup>

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya adalah faktor emosional. Emosi adalah salah satu bentuk yang berdasarkan pada perasaan atau hasrat, karena salah satu faktor kepuasan adalah dari segi emosional. Emosional merupakan sifat perasaan hati dan pikiran yang khas dalam perilaku seseorang dengan berbagai macam keadaan kognitif, emosi, dan psikologis. Terlalu banyak perusahaan layanan yang hanya berfokus pada jumlah pelanggan yang dilayani tanpa memberikan perhatian yang cukup pada masing-masing pelanggan. Secara umum, penggunaan rutin yang membeli lebih sering dan dengan volume yang lebih besar biasanya menguntungkan ketimbang pengguna yang datang sekali.<sup>6</sup>

Faktor penting lain yang mendukung kepuasan nasabah adalah kemudahan. Kemudahan adalah sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha dalam mendapatkan atau menggunakan suatu produk atau jasa. Perbankan di Indonesia harus mampu memiliki daya saing untuk menarik nasabah dengan cara memberikan penawaran yang kompetitif dan memberikan kepuasan dalam hal pelayanan. Dalam hal ini nasabah menjadi prioritas utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, karena jika nasabah diabaikan maka akan mengakibatkan kegagalan dalam penjualan produk atau

---

<sup>5</sup> Shinta Maharani, Asmak Ab Rahman, dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Emosi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Madiun Indonesia)," *EAI: European Alliance for Innovation*, (2021), 231.

<sup>6</sup> Christopher Lovelock, dkk, *Pemasaran Jasa. Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2013), 96.

jasa bank, sehingga profitabilitas bank tersebut akan mengalami penurunan.<sup>7</sup>

Bukti fisik juga menjadi faktor penting dalam kepuasan nasabah. Bukti fisik yang memadai, baik dari segi kecanggihan, tata ruang, kebersihan, perlengkapan, dan lain sebagainya adalah hal yang sangat penting dalam kualitas pelayanan perbankan. Sebab kondisi tersebut juga ikut menentukan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan.<sup>8</sup> Bukti fisik merupakan sesuatu yang nampak oleh mata, yang dapat disentuh, dan berwujud berupa barang, yang dapat dirasakan pada saat menggunakan layanan jasa pada salah satu perusahaan. Kualitas pelayanan yang bermutu yang ditunjukkan kepemilikan perusahaan dari unsur bukti fisik merupakan salah satu aspek yang menentukan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi positif terhadap produk dan layanan perusahaan.<sup>9</sup>

Pelayanan dan produk pada BSI KCP Ponorogo Soetta terus mengalami perkembangan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan produk sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hal tersebut dibuktikan dari hasil wawancara dengan Bapak Hasbi selaku pimpinan BSI KCP Ponorogo Soetta mengatakan bahwa pihak bank terus melakukan peningkatan kepuasan

---

<sup>7</sup> Imas Antika Suci Ramadhani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah dan Emosional Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Cabang Madiun)," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019), 3.

<sup>8</sup> Dinar Ardhiyanti Putri, "Pengaruh Orang (*People*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*), dan Proses (*Process*) Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah BPRS Suriyah KC Semarang," *Skripsi* (Salatiga: IAIN Salatiga, 2018), 3.

<sup>9</sup> Hamdani dan Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 158.

nasabah di mana pihak bank memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Dalam hal ini pihak bank sudah memberikan kinerja yang terbaik. Pihak bank selalu memastikan bahwa pelayanan dan produk yang diperoleh nasabah sesuai atau melebihi yang diharapkan yang kemudian nasabah semakin puas.<sup>10</sup>

Pada kenyataannya nasabah belum memperoleh kepuasan sesuai yang diharapkan, dalam hal faktor emosional yang ditunjukkan dari hasil wawancara dengan nasabah yaitu Ibu Mustikasari yang mengatakan bahwa dia bangga menabung di Bank Syariah Indonesia karena sesuai syariah dan untuk tabungan Esay Wadiah terbebas dari biaya administrasi bulanan dan gratis tarik tunai di seluruh ATM Bank Mandiri. Tetapi setelah melakukan transaksi langsung di bank pelayanannya kurang memuaskan, karena hanya ada satu *customer service* dan teller dimana saat transaksi biasanya lumayan lama untuk satu nasabah, apalagi ketika banyak nasabah maka harus menunggu lama.<sup>11</sup> Apabila pelayanan ataupun produk yang nasabah dapatkan baik maka emosi positif akan mendorong suasana hati menjadi bangga, senang, percaya diri, dan nyaman yang kemudian nasabah akan puas, sebaliknya apabila pelayanan ataupun produk yang nasabah dapatkan tidak baik maka emosi negatif akan mendorong suasana hati menjadi tidak bangga, tidak senang, tidak percaya diri, dan tidak nyaman kemudian nasabah tidak puas.

---

<sup>10</sup> Muh. Hasbi Kamaruddin, *Wawancara*, 19 Oktober 2022

<sup>11</sup> Mustikasari, *Wawancara*, 31 Januari 2023

Kemudian dalam hal faktor kemudahan yang ditunjukkan dari hasil wawancara dengan nasabah yaitu Mbak Ana yang mengatakan bahwa lebih mudah pelayanannya karena ada BSI *Mobile* yang bisa melakukan transaksi ataupun pembukaan rekening *online*, jadi tidak harus datang ke bank. Namun kurang puas dengan pengoperasiannya karena terkadang *error*. Dimana dalam hal ini nasabah mengalami kesulitan saat melakukan proses registrasi pada verifikasi wajah sering tidak terdeteksi dan harus mengulang lagi. Kemudian ketika sudah selesai mengisi data diri tidak dapat di simpan dan harus mengisi dari awal.<sup>12</sup> Peneliti juga melakukan wawancara dengan Mbak Hanif yang mengatakan bahwa pelayanan ketika membuka rekening langsung di bank mudah karena hanya membutuhkan kartu tanda penduduk dan setoran awal Rp. 100.000, serta prosedur pembukaan rekening dibantu dan dijelaskan oleh *customer service* ataupun satpam. Tetapi kurang puas dengan prosesnya yang ribet dan panjang, karena harus mengisi berkas data diri, mendatangi berkas-berkas persetujuan, kemudian menunggu buku rekening dan kartu ATM diserahkan dan belum lagi mengantri untuk setoran awal.<sup>13</sup> Nasabah akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan, sebaliknya nasabah tidak akan puas apabila tidak mudah, tidak nyaman, dan tidak efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Selanjutnya dalam hal faktor bukti fisik yang ditunjukkan dari hasil wawancara dengan nasabah yaitu Bapak Harianto yang mengatakan bahwa

---

<sup>12</sup> Ana Lailatul Hidayah, *Wawancara*, 17 Oktober 2022

<sup>13</sup> Hanif, *Wawancara*, 31 Januari 2023

bukti fisik sudah lengkap dan menunjang kegiatan transaksi. Kondisi gedung sangat baik terdapat ruang tunggu yang nyaman dan fasilitas fisik seperti meja, kursi, TV, komputer, dan lain-lain dalam kondisi baik. Tetapi tidak puas dengan ruangan bank karena sempit dan terbatasnya tempat tunggu. Nasabah memilih menunggu di warung daripada di bank karena antrian yang sangat banyak dan tempat tunggu yang tidak cukup.<sup>14</sup> Bank yang memiliki fasilitas lengkap akan membuat nasabah menjadi lebih nyaman dan merasa aman yang kemudian akan menimbulkan rasa puas ketika melakukan transaksi. Sebaliknya, apabila bank tidak memiliki fasilitas lengkap akan membuat nasabah menjadi tidak nyaman dan merasa tidak aman yang kemudian akan menimbulkan rasa tidak puas ketika melakukan transaksi.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Nadya Safira Aliyanto yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Emosional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Syariah”, menunjukkan bahwa secara parsial emosional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>15</sup> Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melisa Virginia Inkiriwang, Imelda Wellin Juliana Ogi, dan Woran Djemly yang berjudul “Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pinky Kitty Shop Tondano”, menunjukkan bahwa emosional secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap

---

<sup>14</sup> Harianto, *Wawancara*, 23 Februari 2023

<sup>15</sup> Nadya Safira Aliyanto, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Emosional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Syariah,” *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019), 102.

kepuasan konsumen.<sup>16</sup>

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia”, menunjukkan bahwa secara parsial kemudahan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>17</sup> Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Feby Widia Putri yang berjudul “Pengaruh Efektivitas, Kemudahan dan Keamanan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia”, menunjukkan bahwa secara parsial kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>18</sup>

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Harlyna Kusumawati dan Ida Savitri Kusmargiani yang berjudul “Analisis Pengaruh Citra Merek, Bukti Fisik, Kehandalan, dan Jasa Portofolio Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Kudus”, menunjukkan bahwa secara parsial bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>19</sup> Hal ini bertentangan dengan

---

<sup>16</sup> Melisa M. V. Inkiriwang, I. W. J. Ogi, dan W. Djemly, “Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pinky Kitty Shop Tondano,” *Jurnal EMBA*, Volume 10, Nomor 3, (2022), 594.

<sup>17</sup> Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia,” *Jurnal Ecodemica*, Volume 4, Nomor 2, (2020), 206.

<sup>18</sup> Feby Widia Putri, “Pengaruh Efektivitas, Kemudahan dan Keamanan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia,” *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2022), 107.

<sup>19</sup> Harlyna Kusumawati dan Ida Savitri Kusmargiani, “Analisis Pengaruh Citra Merek, Bukti Fisik, Kehandalan, dan Jasa Portofolio Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Kudus,” *Jurnal Keunis Majalah Ilmiah*, Volume 8, Nomor 2, (2020), 115.



penelitian yang dilakukan oleh Dila Damayanti, Nurseto Purnomo Putro, dan Selamat Riauwanto yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Laku Pandai (BRI Link) Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Keuangan”, menunjukkan bahwa secara parsial bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>20</sup>

BSI KCP Ponorogo Soetta dipilih sebagai lokasi penelitian dikarenakan terdapat kesenjangan antara teori dengan fakta dilapangan mengenai kepuasan nasabah, serta hasil penelitian terdahulu yang tidak sama, selain itu lokasi dan waktu penelitian yang diteliti oleh peneliti berbeda dengan penelitian sebelumnya. Maka dengan ini peneliti mengambil penelitian dengan judul **“Pengaruh Emosional, Kemudahan, dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah emosional mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta?
2. Apakah kemudahan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta?

---

<sup>20</sup> Dila Damayanti, Nurseto Purnomo Putro, dan Selamat Riauwanto, “Pengaruh Kualitas Layanan Laku Pandai (BRI Link) Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Keuangan,” *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha*, Volume 2, Nomor 2, (2022), 517.

3. Apakah bukti fisik mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta?
4. Apakah emosional, kemudahan, dan bukti fisik secara simultan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh emosional terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh emosional, kemudahan, dan bukti fisik secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian tentunya memiliki manfaat yang dapat ditarik, manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan pemahaman lebih bagi pembaca dalam hal perbankan syariah, serta dapat membantu akademisi yang relevan ketika akan mengambil penelitian yang serupa atau dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

##### **2. Manfaat Praktis**

Dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau pertimbangan oleh BSI KCP Ponorogo Soetta dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Serta sebagai kontribusi pengetahuan tentang pengaruh emosional, kemudahan, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah untuk nasabah maupun masyarakat umum.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dibuat untuk menyusun sebuah penelitian agar sesuai dengan orientasi yang diharapkan, sehingga mempermudah pembahasan dalam setiap babnya. Berikut sistematika penelitian:

##### **1. BAB I: PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika

pembahasan. Dalam latar belakang masalah berisi alasan dilakukannya penelitian dan juga inti masalah yang diangkat dalam penelitian sehingga menghasilkan tujuan dan manfaat penelitian.

## 2. BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang landasan teori, studi penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis. Dalam landasan teori berisikan teori dan hasil penelitian terdahulu dimana dengan adanya landasan teori secara teoritis memperkuat data dan informasi yang diperoleh dari penelitian. Landasan teori juga sebagai penjabaran dari variabel emosional, kemudahan, bukti fisik, dan kepuasan nasabah.

## 3. BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai metode dari penelitian tentang rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, validitas dan reliabilitas instrumen, serta teknik pengolahan dan analisis data.

## 4. BAB IV: PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, hasil pengujian instrumen, hasil pengujian deskriptif, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan. Dalam pembahasan mencakup pengaruh pada masing-masing variabel sesuai dengan rumusan masalah.

## 5. BAB V: PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian yang merupakan jawaban dari perumusan masalah dalam penelitian. Serta berisi saran dari peneliti yang dapat membawa ide dan informasi yang ditujukan kepada pihak bank maupun pihak lain.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Kepuasan Nasabah

###### a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh seseorang atas kinerja yang riil/aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Kepuasan konsumen juga dapat diartikan suatu keadaan dimana produk yang diberikan oleh produsen sesuai dengan harapan konsumen yang diinginkan. Jika produk yang diciptakan atau ditawarkan konsumen tidak sesuai dengan harapannya maka konsumen akan kecewa atau merasa tidak puas dengan perusahaan tersebut. Maka sebaliknya, jika produk sesuai harapan konsumen dan konsumen merasa puas dengan produk yang diberikan akan meningkatkan rasa ingin membeli ulang produk tersebut.<sup>1</sup>

Menurut Fandy Tjiptono, kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk atau jasa dengan harapan-harapannya.<sup>2</sup> Tingkat kepuasan

---

<sup>1</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 180.

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: Andi, 2012), 321.

merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas, senang atau bahagia.<sup>3</sup>

Berdasarkan definisi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan nasabah merupakan rasa puas dan kesesuaian harapan nasabah dalam mencapai keinginan dan harapannya pada jasa pelayanan. Bagi perbankan memuaskan nasabah hal utama yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan perusahaan sehingga pelayanan yang berkualitas bagi nasabah adalah hal penting.

#### b. Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah

Menurut Handi Irawan, dalam menentukan kepuasan pelanggan ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:<sup>4</sup>

##### 1) Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Dimensi dari kualitas produk meliputi kinerja, daya tahan, fitur, kehandalan, konsisten dan desain.

---

<sup>3</sup> Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty, 2011), 226.

<sup>4</sup> Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2002), 45.

## 2) Kualitas Pelayanan atau Jasa

Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi dari kualitas pelayanan meliputi reliabilitas/kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

## 3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga ataupun yakin bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

## 4) Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

## 5) Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

### c. Indikator Kepuasan Nasabah

Menurut Fandy Tjiptono, pengukuran kepuasan dapat dilakukan sebagai berikut:<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 368.



### 1) Kepuasan Pelanggan Keseluruhan

Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan/atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk dan/atau jasa para pesaing.<sup>6</sup>

### 2) Dimensi Kepuasan Pelanggan

Berbagai penelitian memilih kepuasan pelanggan ke dalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam ini terdiri atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Ibid., 368.

<sup>7</sup> Ibid.

### 3) Konfirmasi Harapan

Berdasarkan sesuai atau tidak sesuainya harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk atau jasa perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.<sup>8</sup>

### 4) Minat Beli Ulang

Adanya keinginan dari pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.<sup>9</sup>

### 5) Kesiediaan Untuk Merekomendasikan

Kesiediaan pelanggan dalam merekomendasikan produk atau jasa perusahaan yang telah dirasakan kepada orang lain seperti keluarga atau teman.<sup>10</sup>

### 6) Ketidakpuasan Pelanggan

Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan, seperti komplain, pengembalian produk, biaya garansi, penarikan kembali dari pasar, dan konsumen yang beralih ke pesaing.<sup>11</sup>

## 2. Emosional

### a. Pengertian Emosional

Menurut Daniel Goleman emosional merupakan suatu perasaan yang memiliki ciri khas tertentu, dimana keadaan biologis

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, 869.

<sup>10</sup> Ibid., 869

<sup>11</sup> Ibid.

dan psikologis serta serangkaian lainnya yang memiliki kecenderungan untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Motif emosional memiliki arti bahwa pemilihan sasaran memiliki kriteria subjektif, seperti kebanggaan, ketakutan, perasaan, atau status.<sup>12</sup> Respon emosional dapat diukur dengan rasa penasaran atau keingintahuan yang ada pada diri konsumen. Rasa penasaran ini merupakan perasaan yang ada pada diri seseorang tentang sesuatu hal yang menarik baginya dan membuat seseorang untuk mencobanya.

Perasaan merupakan akar yang dalam banyak hal mempengaruhi segala perilaku, sebab perasaan terkait dengan emosi. Emosi sangat mempengaruhi pemikiran seseorang. Kata emosi berasal dari bahasa latin, yaitu *emovere* berarti bergerak maju, arti kata ini bahwa kecenderungan bertindak merupakan hal mutlak dalam emosi. Emosi membentuk dan mempengaruhi penilaian dan emosi membentuk perilaku. Oleh karena itu, perusahaan harus memberi perhatian penting untuk memperhatikan emosi pelanggan, dan berusaha mempengaruhi pelanggan sehingga mereka memiliki emosi positif.

Ketika pelanggan akan melakukan pembelian maka ditemukan banyak faktor emosional. Dimana yang ditawarkan oleh merek yang kuat seringkali ada faktor emosional. Menurut Irawan

---

<sup>12</sup> Daniel Goleman, *Kecerdasan Emosional, Alih Bahasa T. Hermaya*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), 411.

faktor emosional dibagi menjadi tiga dimensi yaitu: estetika, *self expressive value*, dan *brand personality*. Aspek estetika berkaitan dengan warna dan bentuk. Bentuk meliputi besar kecilnya produk, proporsi, dan kesimetrisan. Aspek *self expressive value* adalah bentuk kepuasan yang terjadi karena lingkungan yang terjadi karena lingkungan sosial dan sekitarnya. Aspek *brand personality* adalah berkaitan dengan karakteristik personal.<sup>13</sup> Menurut Hou dalam penelitiannya menyatakan bahwa emosi positif (joy/kegembiraan, interest/minat) memainkan peran dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Sedangkan emosi negatif (anger/kemarahan, disgust/rasa jijik, fear/ketakutan) akan mengurangi kepuasan pelanggan.<sup>14</sup>

Hubungan yang baik bank dengan nasabah merupakan nilai tambah yang menguntungkan dan mendorong nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat. Dalam jangka panjang memungkinkan bank memahami harapan serta kebutuhan nasabahnya yang akan meningkatkan kualitas pelayanannya, karena pengalaman menyenangkan dari layanan yang diberikan akan selalu diingat oleh nasabah.<sup>15</sup> Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang

---

<sup>13</sup> Irawan, *10 Peinsip Kepuasan*, 83-87.

<sup>14</sup> Min Hou dan Zuohau Hu, "Patronage, only for Happiness?-An analysis on Coexistence of Multiple Consumption Emotions," *Business and Management Research*, Volume 2, Nomor 1, (2013), 116.

<sup>15</sup> Mansur Azis, "Perbandingan Kualitas Layanan Antara Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Ditinjau Dari Kepuasan Nasabah di Kabupaten Pacitan," *ACTIVA: Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 1, Nomor 2, (2018), 90.

pada dasarnya tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>16</sup> Pikiran dan perasaan sebagai isi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan selalu menyatu secara terpadu, secara teoritis tidak mungkin hanya pikiran saja atau perasaan saja. Yang paling sering adalah pikiran yang dominan, jika perasaan yang mendominasi pikiran hanyalah dalam situasi tertentu.<sup>17</sup>

Dalam dunia perbankan sikap emosional nasabah sangat diperlukan. Faktor emosional lebih didasarkan pada kepuasan yang dirasakan nasabah ketika menggunakan produk dan merasakan pelayanan yang telah diberikan oleh bank. Apabila pelayanan dan produk yang mereka dapat baik maka emosi positif akan mendorong suasana hati menjadi senang dan kemudian akan merasa puas. Oleh sebab itu, perusahaan harus memberi perhatian penting untuk memperhatikan emosi pelanggan, dan berusaha mempengaruhi pelanggan sehingga mereka memiliki emosi yang positif. Dengan upaya ini diharapkan pemikiran dan perilaku mereka terhadap perusahaan, jasa dan produk yang ditawarkan menjadi positif pula.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Ribut Muji Wahono dan Ely Masykuroh, "Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Daya Saing Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Nganjuk Yos Sudarso," *Falahiya: Research Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 1, Nomor 2, (2022), 158.

<sup>17</sup> Muzakir dan Said Abadi, "Efektivitas Publisitas Produk Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Vabang Ponorogo)," *Falahiya: Research Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 1, Nomor 1, (2022), 51.

<sup>18</sup> Imas Antika Suci Ramadhani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah dan Emosional Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Cabang Madiun)," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019), 33.

#### b. Indikator Emosional

Indikator emosional dalam penelitian ini yang kredibel yaitu emosi positif karena lebih mendukung dan ada hubungannya dengan kepuasan nasabah. Indikator emosional menurut Daniel Goleman adalah:<sup>19</sup>

- 1) Rasa bangga, yakni perasaan senang dari seseorang karena telah melakukan sesuatu hal yaitu menjadi nasabah dan menabung di bank.
- 2) Rasa senang, yakni perasaan puas dan lega tanpa menimbulkan perasaan kecewa.
- 3) Rasa percaya diri, yakni perpaduan antara keyakinan dan kemampuan yang ada pada diri sendiri.
- 4) Rasa nyaman, yakni suatu keadaan dimana telah terpenuhi segala kebutuhan seseorang yang tidak menimbulkan perasaan was-was seperti ketentraman dan kelegaan berada disuatu tempat.

### 3. Kemudahan

#### a. Pengertian Kemudahan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kemudahan adalah hal yang sifatnya mudah, sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha. Menurut Handi Irawan kemudahan adalah

---

<sup>19</sup> Goleman, *Kecerdasan Emosional*, 413.

pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.<sup>20</sup> Sedangkan menurut Chang kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kegunaan yang dirasakan, sebuah kemudahan penggunaan yang baik dapat menyebabkan tingkat kepuasan.<sup>21</sup> Apabila pelanggan menganggap suatu produk dan jasa mudah digunakan dan prosedur jelas, mereka akan merasakan kegunaan produk dan jasa itu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dapat disimpulkan bahwa kemudahan adalah sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha dalam mendapatkan atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Davis mengemukakan bahwa persepsi kemudahan merupakan persepsi seseorang yang tidak direpotkan dengan berbagai kegiatan lain dalam melakukan transaksi.<sup>22</sup> Konsumen akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Pelanggan yang tidak memerlukan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa maka akan timbul rasa puas pada pelanggan tersebut. Kemudahan transaksi merupakan suatu proses untuk mendapatkan suatu barang maupun jasa yang

---

<sup>20</sup> Irawan, *10 Prinsip Kepuasan*, 39.

<sup>21</sup> Kuo-Chung Chang, "The Influence Factors of Online Purchase on Customer Satisfaction in Mongolian Airlines," *International Proceedings of Economics Development and Research*, Volume 52, Nomor 15, (2013), 80.

<sup>22</sup> Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, Volume 13, Nomor 3, (1989), 319.

diinginkan dengan melalui proses yang cepat dan mudah dalam transaksi untuk memperolehnya.<sup>23</sup>

b. Indikator Kemudahan

Menurut Handi Irawan, indikator kemudahan yaitu:<sup>24</sup>

- 1) Kemudahan dalam pelayanan, yaitu pelanggan mendapatkan pelayanan yang cepat dan prosedur yang jelas. Dalam hal ini pelayanannya tidak berbelit-belit dan ringkas, kemudian untuk prosedurnya sesuai petunjuk dan mudah dipahami.
- 2) Kemudahan dalam mendapatkan informasi, yaitu pelanggan mengetahui setiap informasi yang dibutuhkan dari produk atau jasa tersebut. Dalam hal ini nasabah mudah untuk mencari tahu informasi tentang Bank Syariah Indonesia melalui web, iklan, ataupun promosi.
- 3) Kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang tersedia, yaitu pelanggan mudah untuk menggunakan fasilitas yang disediakan oleh penyedia jasa. Dalam hal ini nasabah mudah untuk menggunakan fasilitas yang ada di bank.

#### 4. Bukti Fisik

a. Pengertian Bukti Fisik

Bukti fisik merupakan sesuatu yang nampak oleh mata, yang

---

<sup>23</sup> Nur Jamaludin dan Rohadatul A'is, "Pengaruh Citra Merek, Kemudahan Transaksi dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Koperasi Syariah Bmt Bisma Tangerang," *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Volume 9, Nomor 3, (2021), 3.

<sup>24</sup> Irawan, *10 Prinsip Kepuasan*, 39.



dapat disentuh, dan berwujud berupa barang, yang dapat dirasakan pada saat menggunakan layanan jasa pada salah satu perusahaan. Menurut Ratih Hurriyati bukti fisik adalah suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan meliputi lingkungan fisik dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan service yang diberikan seperti tiket, sampul, label, dan lain sebagainya. Selain itu suasana dari perusahaan yang menunjang seperti visual, aroma, suara, tata ruang, dan lain-lain.<sup>25</sup> Sedangkan menurut Hamdani dan Lupiyoadi, bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal, meliputi: fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan karyawannya.<sup>26</sup>

Berdasarkan definisi menurut para ahli dapat diuraikan bahwa bukti fisik merupakan bentuk pelayanan yang dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh konsumen, seperti sarana dan prasarana yang mendukung agar mampu menciptakan kualitas pelayanan yang baik bagi pelanggan.

Menurut Fandy Tjiptono bukti fisik merupakan sarana prasarana yang penting dalam usaha meningkatkan kepuasan seperti

---

<sup>25</sup> Rutih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2005), 64.

<sup>26</sup> Hamdani dan Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran*, 158.

memberikan kemudahan, memenuhi kebutuhan, dan kenyamanan bagi pengguna jasa. Sejumlah riset menunjukkan bahwa fasilitas (*Servicescape*) bisa mempengaruhi pilihan pelanggan, ekspektasi pelanggan, kepuasan pelanggan, dan perilaku lainnya.<sup>27</sup> Dimensi pertama dari kualitas pelayanan menurut konsep ServQual adalah bukti fisik. Karena suatu pelayanan tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium, dan tidak bisa diraba, maka aspek bukti fisik menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Bukti fisik yang baik akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Karena dengan bukti fisik yang baik, maka kepuasan nasabah menjadi lebih tinggi. Oleh karena itu, penting bagi suatu perusahaan untuk mengetahui seberapa jauh aspek bukti fisik yang tepat.<sup>28</sup>

b. Indikator Bukti Fisik

Indikator bukti fisik menurut Ratih Hurriyati, adalah:<sup>29</sup>

- 1) Bangunan fisik yang menarik
- 2) Peralatan administrasi yang menunjang
- 3) Fasilitas fisik yang lengkap (meja, kursi, TV, komputer, dll)
- 4) Tata ruang/interior ruang yang menarik
- 5) Ruang tunggu yang nyaman

---

<sup>27</sup> Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, 156.

<sup>28</sup> Tania Karina, "Pengaruh Bukti Fisik dan Ketanggapan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan)," *Skripsi* (Sumatera Utara: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019), 19.

<sup>29</sup> Hurriyati, *Bauran Pemasaran*, 64.

## B. Kajian Pustaka

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya, di samping itu kajian terdahulu membantu peneliti dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan berbagai orsinalitas dari penelitian. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Studi Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Judul Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Dinar Ardhiyanti Putri, dengan judul “Pengaruh Orang ( <i>People</i> ), Bukti Fisik ( <i>Physical Evidence</i> ), Dan Proses ( <i>Process</i> ) Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah BPRS Suriyah KC Semarang”.	Orang ( <i>people</i> ), bukti fisik ( <i>physical evidence</i> ), dan proses ( <i>process</i> ) berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah, serta kepuasan nasabah berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah. <sup>30</sup>	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent bukti fisik dan variabel dependen kepuasan nasabah, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan salah satu analisis regresi linear berganda.	Perbedaan terletak pada variabel independen selain bukti fisik dan variabel dependent selain kepuasan nasabah. Perbedaan lainnya terletak pada analisis data menggunakan regresi linear berganda dan sederhana,

<sup>30</sup> Dinar Ardhiyanti Putri, “Pengaruh Orang (*People*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*), Dan Proses (*Process*) Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah BPRS Suriyah KC Semarang,” *Skripsi* (Salatiga: IAIN Salatiga 2018), 90-99.

				sedangkan penelitian peneliti hanya analisis regresi linear berganda, serta lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
2.	Nadya Safira Aliyanto, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Emosional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Syariah”.	Kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan emosional berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Syariah. <sup>31</sup>	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent emosional dan variabel dependent kepuasan nasabah. Serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda.	Perbedaan terletak pada variabel independen selain emosional serta lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
3.	Imas Antika Suci Ramadhani, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap	Kualitas pelayanan dan kelengkapan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap emosional. Kualitas	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent bukti fisik atau bisa disebut fasilitas dan variabel dependen kepuasan	Perbedaan terletak pada variabel independen selain bukti fisik atau bisa disebut fasilitas, dan variabel intervening

<sup>31</sup> Nadya Safira Aliyanto, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Emosional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Syariah,” *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019), 100-103.

	Kepuasan Nasabah dan Emosional Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Cabang Madiun)".	pelayanan dan kelengkapan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. <sup>32</sup>	nasabah. Serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif.	yaitu emosional, sedangkan dalam penelitian peneliti variabel emosional sebagai variabel independen, serta analisis data menggunakan analisis jalur sedangkan dalam penelitian peneliti menggunakan regresi linear berganda. Perbedaan lain terletak pada lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
4.	Mustika Delima dan Metti Paramita, dengan judul "Analisis Kemudahan Akses Terhadap	Masyarakat kecamatan Palabuhanratu yang menggunakan bank syariah sudah merasa mudah terkait akses, sehingga	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kemudahan. Serta sama-sama menggunakan metode	Terletak pada variabel dependent dan analisis data menggunakan analisis <i>chi square</i> sedangkan penelitian

<sup>32</sup> Imas Antika Suci Ramadhani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah dan Emosional Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Cabang Madiun)," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019), 94-99.

	Kepercayaan Masyarakat Pada Bank Syariah (Studi Bank BRI Syariah KCP Palabuhanratu) ”.	masyarakat percaya terhadap bank BRI Syariah KCP Palabuhanratu. <sup>33</sup>	pendekatan kuantitatif.	peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda. Perbedaan lainnya lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
5.	Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana, dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia”.	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Linkaja di Indonesia baik secara parsial maupun simultan. <sup>34</sup>	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kemudahan dan variabel dependent kepuasan, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda.	Perbedaan terletak pada variabel independen selain kemudahan dan perbedaan lainnya terletak pada lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
6.	Harlyna Kusumawati dan Ida Savitri Kusmargiani, dengan judul “Analisis	Citra merek, bukti fisik, kehandalan, dan jasa portofolio secara parsial dan simultan	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent bukti fisik dan variabel	Perbedaan terletak pada variabel independen selain bukti fisik dan

<sup>33</sup> Mustika Delima dan Metti Paramita, “Analisis Kemudahan Akses Terhadap Kepercayaan Masyarakat Pada Bank Syariah (Studi Bank BRI Syariah KCP Palabuhanratu),” *Jurnal Nisbah*, Volume 5, Nomor 1, (2019), 79-81.

<sup>34</sup> Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia,” *Jurnal Ecodemica*, Volume 4, Nomor 2, (2020), 206-207.

	Pengaruh Citra Merek, Bukti Fisik, Kehandalan, dan Jasa Portofolio Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Kudus”.	berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Kudus. <sup>35</sup>	dependen kepuasan nasabah. Serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda.	perbedaan lainnya terletak pada lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
7.	Muhammad Basyir, dengan judul “Pengaruh <i>Physical Evidence</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Peran Kepuasan Sebagai Variabel Pemediasi”.	<i>Physical evidence</i> secara nyata berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Keberadaan kepuasan nasabah memediasi pengaruh <i>physical evidence</i> terhadap loyalitas. <sup>36</sup>	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent bukti fisik, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif.	Perbedaan terletak pada variabel independen selain bukti fisik, serta variabel dependen loyalitas nasabah dan variabel pemediasi kepuasan. Sedangkan dalam penelitian peneliti

<sup>35</sup> Harlyna Kusumawati dan Ida Savitri Kusmargiani, “Analisis Pengaruh Citra Merek, Bukti Fisik, Kehandalan, dan Jasa Portofolio Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Kudus,” *Keunis Majalah Ilmiah*, Volume 8, Nomor 2, (2020), 114.

<sup>36</sup> Muhammad Basyir, “Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Peran Kepuasan Sebagai Variabel Pemediasi,” *EMT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Ekonomi*, Volume 4, Nomor 2, (2020), 130-134.

				<p>menggunakan variabel dependen tingkat kepuasan, serta analisis data menggunakan analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) sedangkan dalam penelitian peneliti menggunakan regresi linear berganda. Perbedaan lainnya terletak pada lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.</p>
8.	<p>Husni Muharram Ritonga dan Dewi Nurmasari Pane, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional</p>	<p>Kualitas pelayanan dan emosional secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada</p>	<p>Sama-sama memiliki salah satu variabel independen emosional dan variabel dependent kepuasan, serta sama-sama menggunakan metode</p>	<p>Perbedaan terletak pada variabel independen selain emosional dan perbedaan lainnya terletak pada lokasi dan waktu</p>



	Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan”.	Honda IDK2 Medan. <sup>37</sup>	pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda.	penelitian yang berbeda.
9.	Ratmi Yeno Metra, Miswardi, Yenty Astari Dewi, dan Nasfi, dengan judul “Pengaruh Emosional, Rasional Keputusan Nasabah Memilih Bertransaksi Dengan Bank Muamalat”.	Faktor emosional dan faktor rasional secara parsial dan bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan iB Muamalat di PT. Bank Muamalat Cabang Pembantu Payakumbuh. <sup>38</sup>	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent emosional dan sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda.	Perbedaan terletak pada variabel dependen dan variabel independen selain emosional. Serta perbedaan lainnya terletak pada lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
10.	Setianing Tanjung, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi	Kepuasan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan terdiri dari lima	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent bukti fisik dan variabel dependen kepuasan nasabah, serta sama-sama	Perbedaan terletak pada variabel independen selain bukti fisik, serta lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.

<sup>37</sup> Husni Muharram Ritonga dan Dewi Nurmasari Pane, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan,” *Jurnal Manajemen Tools*, Volume 12, Nomor 2, (2020), 40-42.

<sup>38</sup> Ratmi Yeno Metra, Miswardi, Yenty Astari Dewi, dan Nasfi, “Pengaruh Emosional, Rasional Keputusan Nasabah Memilih Bertransaksi Dengan Bank Muamalat,” *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Volume 8, Nomor 3,(2020), 362-363.

	Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang, Penelitian Pada Tahun 2019)".	dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y, tetapi secara parsial bukti fisik, kehandalan, jaminan, dan empati tidak berpengaruh, sedangkan daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. <sup>39</sup>	menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda.	
11.	Intan Nur Cahyanti, dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia	Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia	Sama-sama memiliki variabel dependen kepuasan nasabah, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi	Perbedaan terletak pada variabel independen, serta lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.

<sup>39</sup> Setianing Tanjung, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang, Penelitian Pada Tahun 2019)," *Skripsi* (Yogyakarta: UII Yogyakarta, 2021). 61-65.

	Cabang Madiun”.	Cabang Madiun. <sup>40</sup>	linear berganda.	
12.	Melisa Virginia Inkiriwang, Imelda Wellin Jualiana Ogi, dan Woran Djemly, dengan judul “Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pinky Kitty Shop Tandano.”	Digital marketing dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan emosional secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Kemudian digital marketing, kualitas produk, dan emosional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Pinky Kitty Shop. <sup>41</sup>	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent emosional dan variabel dependent kepuasan, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda.	Perbedaan terletak pada variabel independen selain emosional, serta lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.

<sup>40</sup> Intan Nur Cahyanti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Madiun,” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 87-89.

<sup>41</sup> M V Inkiriwang, I W J Ogi, dan W Djemly, “Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pinky Kitty Shop Tondano,” *Jurnal EMBA*, Volume 10, Nomor 3, (2022), 593-594.

13.	Feby Widia Putri, dengan judul “Pengaruh Efektivitas, Kemudahan dan Keamanan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia.”	Kemudahan, kenyamanan, kemampuan akses, dan keamanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kemudian secara parsial keamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Sedangkan efektivitas dan kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. <sup>42</sup>	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent kemudahan dan variabel dependent kepuasan nasabah, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif.	Perbedaan terletak pada variabel independen selain kemudahan serta analisis data yang berbeda, pada penelitian Feby Widia Putri menggunakan analisis data <i>Partial Least Square</i> (PLS) sedangkan pada penelitian peneliti menggunakan analisis regresi linear berganda. Perbedaan lainnya terletak pada lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.
14.	Dila Damayanti, Nurseto Purnomo Putro, dan Selamat Riauwanto,	Daya tanggap dan empati berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan bukti	Sama-sama memiliki salah satu variabel independent bukti fisik dan variabel dependen	Perbedaan terletak pada variabel independen selain bukti fisik serta lokasi dan

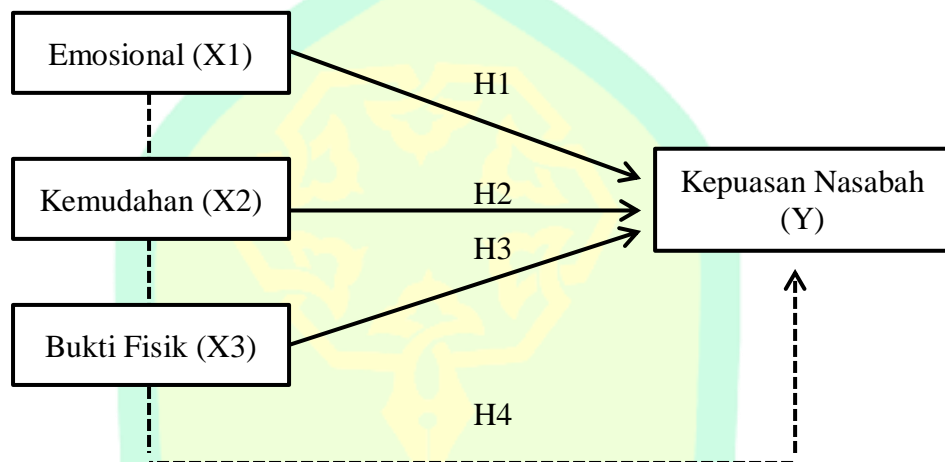
<sup>42</sup> Feby Widia Putri, “Pengaruh Efektivitas, Kemudahan dan Keamanan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia,” *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2022), 102-103.

	dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Laku Pandai (BRI Link) Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Keuangan.”	fisik, keandalan, dan jaminan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Wilayah Bantul dalam bertransaksi keuangan.	kepuasan nasabah, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda.	waktu penelitian yang berbeda.
15.	Vina Yolanda, Riduan Mas’u, dan Shofia Mauizotun Hasanah, dengan judul “Pengaruh Teknologi Keuangan dan Kualitas Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik”.	Teknologi keuangan dan kualitas layanan digital secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. <sup>43</sup>	Sama-sama memiliki variabel dependen kepuasan nasabah, serta sama-sama menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda.	Perbedaan terletak pada variabel independen dan lokasi dan waktu penelitian yang berbeda.

<sup>43</sup> Vina Yolanda, Riduan Mas’u, dan Shofia Mauizotun Hasanah, “Pengaruh Teknologi Keuangan dan Kualitas Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik,” *Iqtishaduna: Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, Volume 13, Nomor 1, (2022), 76-81.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>44</sup> Model kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**

Keterangan:

□ : Variabel independent (X) dan variabel dependent (Y)

→ : Pengaruh secara parsial

- - - - -> : Pengaruh secara simultan

Berdasarkan landasan teori dan telaah pustaka di atas, maka dapat diajukan kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut:

1. Jika emosional baik, maka tingkat kepuasan nasabah tinggi.
2. Jika kemudahan baik, maka tingkat kepuasan nasabah tinggi.

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 95.

3. Jika bukti fisik baik, maka tingkat kepuasan nasabah tinggi.
4. Jika emosional, kemudahan, dan bukti fisik bersama-sama baik, maka tingkat kepuasan nasabah tinggi

Kerangka berpikir diatas menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara emosional, kemudahan, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah secara parsial maupun simultan. Variabel yang dipengaruhi yaitu kepuasan nasabah (Y) dan variabel yang mempengaruhi variabel terikat yaitu emosional (X1), kemudahan (X2), dan bukti fisik (X3).

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis penelitian adalah jawaban atau dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan harus diuji kebenarannya lewat pengumpulan data-data dan penganalisisan data penelitian.<sup>45</sup> Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.<sup>46</sup> Adapun hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh emosional terhadap kepuasan nasabah

Menurut Daniel Goleman, emosional merupakan suatu perasaan yang memiliki ciri khas tertentu, dimana keadaan biologis dan psikologis serta serangkain lainnya yang memiliki kecenderungan untuk melakukan

---

<sup>45</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2003), 49.

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 100.

suatu tindakan tertentu. Apabila pelayanan ataupun produk yang nasabah dapatkan baik maka emosi positif akan mendorong suasana hati menjadi bangga, senang, percaya diri, dan nyaman yang kemudian nasabah akan puas.<sup>47</sup> Didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nadya Safira Aliyanto yang menyatakan bahwa emosional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>48</sup> Oleh sebab itu dalam penelitian ini diharapkan dengan meningkatnya emosional maka akan meningkatkan pula kepuasan nasabah. Sehingga hipotesis penelitian ini adalah:

H<sub>a1</sub>: Emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H<sub>01</sub>: Emosional tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## 2. Pengaruh kemudahan terhadap kepuasan nasabah

Kemudahan adalah sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar usaha dalam mendapatkan atau menggunakan suatu produk atau jasa. Nasabah akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.<sup>49</sup>

Didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh

---

<sup>47</sup> Goleman, *Kecerdasan Emosional*, 411.

<sup>48</sup> Nadya Safira Aliyanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Emosional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Syariah," *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019), 102.

<sup>49</sup> Irawan, *10 Prinsip Kepuasan*, 39.



signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>50</sup> Oleh sebab itu dalam penelitian ini diharapkan dengan meningkatnya kemudahan maka akan meningkatkan pula kepuasan nasabah. Sehingga hipotesis penelitian ini adalah:

H<sub>a2</sub>: Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H<sub>02</sub>: Kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### 3. Pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan nasabah

Menurut Ratih Hurriyati, bukti fisik adalah suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan meliputi lingkungan fisik dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan service, begitu juga dengan suasana perusahaan. Bank yang memiliki fasilitas lengkap akan membuat nasabah menjadi lebih nyaman dan merasa aman yang kemudian akan menimbulkan rasa puas ketika melakukan transaksi.<sup>51</sup> Didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Harlyna Kusumawati dan Ida Savitri Kusmargiani yang menyatakan bahwa bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>52</sup> Oleh sebab itu dalam penelitian

---

<sup>50</sup> Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia," *Jurnal Ecodemica*, Volume 4, Nomor 2, (2020), 206.

<sup>51</sup> Hurriyati, *Bauran Pemasaran*, 64.

<sup>52</sup> Harlyna Kusumawati dan Ida Savitri Kusmargiani, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Bukti Fisik, Keandalan, dan Jasa Portofolio Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes

ini diharapkan dengan meningkatnya bukti fisik maka akan meningkatkan pula kepuasan nasabah. Sehingga hipotesis penelitian ini adalah:

H<sub>a3</sub>: Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H<sub>03</sub>: Bukti fisik tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4. Pengaruh emosional, kemudahan, dan bukti fisik secara simultan terhadap kepuasan nasabah

Menurut Handi Irawan, faktor yang menentukan kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan salah satunya dalam hal bukti fisik, emosional, biaya, dan kemudahan.<sup>53</sup> Oleh sebab itu dalam penelitian ini diharapkan dengan meningkatnya emosional, kemudahan, dan bukti fisik secara simultan maka akan meningkatkan pula kepuasan nasabah. Sehingga hipotesis penelitian ini adalah:

H<sub>a4</sub>: Emosional, kemudahan, dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

H<sub>04</sub>: Emosional, kemudahan, dan bukti fisik tidak berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

---

Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Kudus,” *Jurnal Keunis Majalah Ilmiah*, Volume 8, Nomor 2, (2020), 115.

<sup>53</sup> Irawan, *10 Prinsip Kepuasan*, 45.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis, dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>2</sup>

Dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel emosional (X1), kemudahan (X2), dan bukti fisik (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y). Peneliti menggunakan jenis penelitian ini karena ingin mengetahui seberapa besar pengaruh emosional, kemudahan, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah.

#### **B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

##### **1. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2.

<sup>2</sup> *Ibid.*, 16-17.

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini terdapat variabel antara lain:

a. Variabel Dependen

Variabel dependen atau sering disebut sebagai variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y).

b. Variabel Independen

Variabel independen atau sering disebut sebagai variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).<sup>5</sup> Dalam penelitian ini variabel independen yaitu emosional (X1), kemudahan (X2), dan bukti fisik (X3).

2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi yang diberikan terhadap suatu variabel dengan menetapkan makna atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.<sup>6</sup> Definisi operasional dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>3</sup> Ibid., 68.

<sup>4</sup> Ibid., 69.

<sup>5</sup> Ibid.

<sup>6</sup> Imas Antika Suci Ramadhani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah dan Emosional Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Cabang Madiun)," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019), 46.

**Tabel 3.1**  
**Variabel Operasional dan Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
1.	Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk atau jasa dengan harapan-harapannya.	a. Kepuasan pelanggan keseluruhan. b. Dimensi kepuasan pelanggan. c. Konfirmasi harapan. d. Minat beli ulang. e. Kesiediaan untuk merekomendasikan. f. Ketidakpuasan pelanggan.	Fandy Tjiptono, 2012.
2.	Emosional (X1)	Emosional merupakan suatu perasaan yang memiliki ciri khas tertentu, dimana keadaan biologis dan psikologis serta serangkaian lainnya yang memiliki kecenderungan untuk melakukan suatu tindakan tertentu.	a. Rasa bangga karena telah melakukan sesuatu hal yaitu menjadi nasabah dan menabung di bank. b. Rasa senang karena puas dan lega tanpa menimbulkan perasaan kecewa. c. Rasa percaya diri karena keyakinan dan kemampuan	Daniel Goleman, 2007.

			<p>yang ada pada diri sendiri.</p> <p>d. Rasa nyaman saat berada di bank.</p>	
3.	Kemudahan (X2)	Kemudahan yaitu pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.	<p>a. Kemudahan dalam pelayanan.</p> <p>b. Kemudahan dalam mendapatkan informasi.</p> <p>c. Kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang tersedia.</p>	Handi Irawan, 2002.
4.	Bukti Fisik (X3)	Bukti fisik adalah suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi kepuasan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk yang ditawarkan meliputi lingkungan fisik dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan	<p>a. Bangunan fisik yang menarik.</p> <p>b. Peralatan pemeriksaan yang menunjang.</p> <p>c. Fasilitas fisik yang dimiliki (meja, kursi, TV, komputer, dll).</p> <p>d. Tata ruang/interior ruang yang menarik.</p> <p>e. Ruang tunggu yang nyaman.</p>	Ratih Hurriyati, 2005.

		dengan service. Selain itu suasana dari perusahaan yang menunjang seperti visual, aroma, suara, tata ruang, dan lain-lain.		
--	--	--	--	--

### C. Lokasi dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BSI KCP Ponorogo Soetta yang beralamatkan di Jln. Soekarno Hatta No. 216, Banyudono, Kab. Ponorogo. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan *merger* dari tiga bank syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah yang diresmikan pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H.<sup>7</sup>

Alasan peneliti memilih lokasi penelitian tersebut karena permasalahan yang diteliti terdapat pada BSI KCP Ponorogo Soetta. Selain itu karena bank tersebut menjadi tempat magang peneliti selama satu bulan sehingga peneliti sudah mengamati lokasi penelitian tersebut dan sudah menganalisis fenomena yang dijadikan objek penelitian. Penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal 27 Maret 2023 – 20 April 2023.

<sup>7</sup> Bank Syariah Indonesia, dalam [https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html), (diakses pada tanggal 13 Mei 2023, jam 08.50).

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tersebut.<sup>8</sup>

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta, karena dinilai memiliki pengetahuan dan pandangan serta mampu memberikan tanggapan terhadap penelitian.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.<sup>9</sup>

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota

---

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 126.

<sup>9</sup> *Ibid.*, 127.



populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini menggunakan *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika orang tersebut dianggap cocok sebagai sumber data.<sup>11</sup>

Dengan demikian, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan metode Cochran, dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus metode Cochran, yaitu:

$$n = \frac{\left(\frac{Z^{\alpha}}{2}\right)^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

$n$  : Ukuran sampel.

$Z$  : Nilai baku  $Z$  yang diambil dari tabel nilai  $Z$  (nilai daerah dibawah kurva normal).

$p$  : Proporasi (presentase) dari anggota populasi yang memenuhi karakteristik tertentu yang diteliti.

$q$  :  $1-p$ .

$e$  : Nilai persis atau nilai dari  $\alpha$  yaitu nilai peluang bahwa ukuran sampel yang diperoleh diperkirakan tidak mewakili populasi (tingkat batas kesalahan ukuran sampel yang ditoleransi).

Dalam penelitian ini nilai  $p$  diasumsikan sama dengan 0,5 dan berarti  $q$  juga sama dengan 0,5 yang berasal dari  $1-0,5$ . Sedangkan tingkat

---

<sup>10</sup> Ibid., 131.

<sup>11</sup> Ibid., 133.

kepercayaan sebesar 0,90 atau 90% maka  $e = 0,1$  yang mana asumsi ini tingkat kesalahan ( $e$ ) telah ditentukan sebesar 10% (0,1) dan untuk nilai  $Z = 1,96$ .<sup>12</sup>

Berdasarkan rumus tersebut, maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$$

Dari perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang didapatkan peneliti adalah 96,04 yang dibulatkan menjadi 100 responden. Alasan sampel dibulatkan menjadi 100 responden karena jika salah satu kuesioner terdapat data yang kurang valid maka bisa menggunakan isian kuesioner yang lebih tersebut. Jumlah responden sebanyak 100 tersebut dianggap sudah representatif.

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

Jenis data dalam penelitian ini bersifat kuantitatif dan menggunakan data primer yang mana peneliti langsung mengumpulkan sendiri dari tempat objek penelitian yang dilakukan. Data primer biasanya didapat dari subjek penelitian dengan cara melakukan pengamatan, interview atau wawancara. Cara untuk mendapatkan data primer biasanya melalui angket atau pengamatan langsung, subjek diberi lembar yang berisi pertanyaan untuk

---

<sup>12</sup> Bambang Sugeng, *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 161-162.

diisi, pertanyaan yang ditujukan untuk responden.<sup>13</sup> Sumber data dalam penelitian ini didapat dari subjek penelitian yaitu responden melalui kuesioner ataupun data hasil wawancara peneliti dengan nasabah. Dalam hal ini, untuk memperoleh data primer peneliti melakukan survey kepada nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta untuk memperoleh data, yang kemudian data tersebut diolah lagi.

## **F. Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan tahapan penelitian yang paling penting karena tujuan penelitian adalah untuk memperoleh informasi. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini berupa wawancara dan angket.

### **1. Wawancara**

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.<sup>14</sup> Dalam penelitian ini melakukan wawancara langsung kepada nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta.

### **2. Angket**

Angket (kuesioner) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Angket digunakan bila

---

<sup>13</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi III* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), 84.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 195.

jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Dengan adanya kontak langsung antara peneliti dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data obyektif dan cepat.<sup>15</sup>

Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket dengan skala likert yang memuat empat pilihan jawaban, yaitu: sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Angket ini mengumpulkan informasi tentang pengaruh emosional, kemudahan, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah.

### **G. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini dinamakan variabel penelitian.<sup>16</sup> Pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan angket untuk mencari data mengenai emosional, kemudahan, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta.

Pada penelitian ini menggunakan instrumen skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>17</sup> Instrumen kuesioner dibuat dengan menyediakan alternatif pilihan jawaban pada setiap

---

<sup>15</sup> Ibid., 199-200.

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 156.

<sup>17</sup> Ibid., 146.

butir-butir pernyataan. Pengukuran ini menggunakan skala likert yang dimodifikasi menjadi empat alternatif jawaban, yaitu:<sup>18</sup>

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

Peneliti memilih menggunakan modifikasi empat skala likert untuk mengurangi kelemahan dalam skala tingkat, dengan alasan:<sup>19</sup>

1. *Undecided* memiliki makna ganda yang bisa diartikan belum bisa memberi keputusan atau memberi jawaban (menurut konsep aslinya bisa diartikan netral, bukan setuju, tidak setuju pun, atau bahkan ragu-ragu).
2. Responden cenderung memilih jawaban netral jika menggunakan skala likert 5. Jawaban seperti ini akan mengurangi jumlah data survei dan menghilangkan banyak informasi yang di dapat dari responden.

## **H. Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

### **1. Validitas**

Uji validitas adalah alat untuk mengukur sah atau valid dan tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Kriteria uji validitas adalah:

---

<sup>18</sup> Sutrisno Hadi, *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai* (Yogyakarta: FP UGM, 1991), 19.

<sup>19</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 155.

- a. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka kuesioner valid.
- b. Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka dapat dikatakan kuesioner tidak valid.

Apabila terdapat item-item pertanyaan yang tidak memenuhi kriteria validitas (tidak valid), maka item tersebut akan dikeluarkan dari angket. Hasil  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{table}$  dimana  $df = N-2$  dengan menggunakan taraf signifikan 5%.<sup>20</sup>

Dalam penelitian ini juga menggunakan validitas isi. Validitas isi diperoleh melalui sampling yang baik, yaitu melalui item pertanyaan yang mewakili materi yang akan diuji. Kekurangan dari validitas isi ini yaitu target penelitian dilakukan secara subjektif, yakni didasarkan pemikiran peneliti, kemungkinan target penelitian tidak memahami pertanyaan yang peneliti tanyakan, sehingga diperlukan konsistensi sesuai dengan keseluruhan bahan dan pilihan pertanyaan yang representatif.<sup>21</sup>

Aiken merumuskan formula Aiken's V untuk mengestimasi koefisien validitas isi berdasarkan hasil penilaian dari panel ahli yang terdiri dari  $n$  orang yang menilai item tersebut dari sejauh mana item tersebut merepresentasikan konstruk yang diukur. Formula yang diajukan oleh Aiken adalah sebagai berikut:

$$V = \frac{\sum S}{n(c-1)}$$

<sup>20</sup> Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 95.

<sup>21</sup> Kumba Digidowiseiso, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Jakarta Selatan: LPU UNAS, 2017), 67.

Keterangan:

V : Indeks kesepakatan rater

S : Skor yang ditetapkan setiap rater dikurangi skor terendah dalam kategori

n : Banyaknya rater

c : Banyaknya kategori yang dapat dipilih rater

Kemudian untuk menginterpretasi nilai validitas isi yang diperoleh dari perhitungan diatas, maka digunakan pengklarifikasian validitas sebagai berikut: Nilai  $V < 0,4$  berarti rendah, nilai  $V 0,4 - 0,8$  berarti sedang, dan nilai  $V > 0,8$  berarti tinggi.

## 2. Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Jika nilai Alpha  $> 0,60$  maka reliabel.<sup>22</sup>

### I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini ialah dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 22. Dimana analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan teknik analisis menggunakan statistik. Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data yang diperoleh dari responden atau data lainnya sudah terkumpul.

---

<sup>22</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 108.

Kegiatan analisis data ini terdiri dari, metabelasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan ulang untuk menguji hipotesis yang diajukan.<sup>23</sup>

#### 1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian dimana persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketetapan dan konsisten. Adapun pengujian asumsi klasik dilakukan sebelum pengujian regresi linier berganda, dengan menggunakan uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.<sup>24</sup> Penelitian ini hanya menggunakan tiga uji saja pada asumsi klasik, dikarenakan data yang digunakan adalah data *cross section* yaitu jenis data yang terdiri atas variabel-variabel yang dikumpulkan pada sejumlah individu atau kategori pada satu titik waktu tertentu.

##### a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak.<sup>25</sup> Uji normalitas dapat diuji dengan

---

<sup>23</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 206.

<sup>24</sup> Ibid., 208.

<sup>25</sup> Danang Sunyoto, *Praktik SPSS untuk Kasus dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 127.



menggunakan model Kolmogorov - Smirnov (K-S) dengan kriteria sebagai berikut:<sup>26</sup>

- 1) Jika nilai K-S  $> 0,05$  maka data berdistribusi dengan normal.
- 2) Jika K-S  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi dengan normal.

Hipotesisnya adalah:

$H_0$  : Data berdistribusi normal.

$H_1$  : Data tidak berdistribusi normal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas.<sup>27</sup>

Kriteria yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas yaitu:

- 1) Jika nilai signifikan (*p-value*) semua independen  $> 0,05$  maka tidak terjadi kasus heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikan (*p-value*) semua independen  $< 0,05$  maka terjadi kasus heteroskedastisitas.

Hipotesisnya adalah:

$H_0$  : Varian residual homogen (tidak terjadi kasus heteroskedastisitas).

<sup>26</sup> Retno Widyaningrum, *Statistika* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2014), 206.

<sup>27</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 105.

$H_1$  : Varian residual tidak homogen (terjadi kasus heteroskedastisitas).

c) Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi telah menemukan korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik jika tidak terdapat korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dalam suatu model regresi, hal ini dapat dilihat dari nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Toleransi mengukur variabilitas dalam variabel bebas yang dipilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Kriteria yang digunakan dalam uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:<sup>28</sup>

- 1) Jika nilai VIF  $\leq 10,00$  maka tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika nilai VIF  $\geq 10,00$  maka terjadi multikolinieritas.
- 3) Jika nilai toleransi  $\geq 0,10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.
- 4) Jika nilai toleransi  $\leq 0,10$  maka terjadi multikolinieritas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah alat yang digunakan untuk memprediksi permintaan di masa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mempengaruhi pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independen). Penelitian ini menggunakan analisis linier berganda untuk mengetahui pengaruh signifikan dan bersama-sama antara emosional,

---

<sup>28</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8* (Semarang : Universitas Diponegoro, 2016), 105.

kemudahan, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah. Model analisis regresi adalah sebagai berikut:<sup>29</sup>

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan nasabah

$\alpha$  : Konstanta

$\beta_1$  : Koefisien emosional

$\beta_2$  : Koefisien kemudahan

$\beta_3$  : Koefisien bukti fisik

X1 : Emosional

X2 : Kemudahan

X3 : Bukti fisik

e : Standar error

### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Uji t (Uji Secara Parsial)

Uji signifikansi nilai t digunakan untuk menguji secara individu pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 5% untuk menguji apakah hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini didukung atau tidak.<sup>30</sup> Adapun dasar pengambilan keputusan adalah:

<sup>29</sup> Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 123.

<sup>30</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* (Semaran: Universitas Diponegoro, 2013), 198.

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  artinya variabel bebas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  artinya variabel bebas tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

Dan pengambilan kesimpulan:

- 1) Nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2) Nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

b. Uji F (Uji Secara Simultan)

Uji statistik F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Adapun dasar pengambilan keputusan adalah:<sup>31</sup>

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel bebas secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya variabel bebas secara serentak tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

Dan pengambilan kesimpulan:

- 1) Nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2) Nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

---

<sup>31</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, 96.

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Jika nilai  $R^2$  yang besar dan mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>32</sup>



---

<sup>32</sup> Ibid., 97.

## BAB IV

### PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya BSI KCP Ponorogo Soetta

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap *halal matter* serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.<sup>1</sup>

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank

---

<sup>1</sup> LinkedIn, "PT Bank Syariah Indonesia," dalam <https://id.linkedin.com/company/bank-syariah-indonesia#:~:text=Meningkatnya%20kesadaran%20masyarakat%20terhadap%20halal,di%20dalamnya%20adalah%20Bank%20Syariah>, (diakses pada tanggal 13 Mei 2023, jam 08.30).

Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.<sup>2</sup>

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta resmi dijalankan pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Sebelum bergabungnya tiga Bank Syariah tersebut Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta adalah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ponorogo yang berdiri pada tanggal 22 Desember 2010. Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.<sup>3</sup>

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah

---

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Bank Syariah Indonesia, dalam [https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html), (diakses pada tanggal 13 Mei 2023, jam 08.50).

Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.<sup>4</sup>

## 2. Letak Geografis

BSI KCP Ponorogo Soetta berlokasi di Jl. Soekarno Hatta No. 216, Kel. Banyudono, Kec. Ponorogo, Kab. Ponorogo. Secara geografis, lokasi BSI KCP Ponorogo Soetta cukup strategis dan sangat tepat karena berada di jantung kota Ponorogo. Lokasi yang sangat strategis ini memudahkan masyarakat perkotaan maupun pedesaan untuk memanfaatkan produk dan layanan BSI KCP Ponorogo Soetta.

## 3. Visi dan Misi

BSI KCP Ponorogo Soetta mempunyai visi dan misi yang sama dengan Bank Syariah Indonesia pusat, yaitu:<sup>5</sup>

### a. Visi

Top 10 global *Islamic Bank* yaitu menjadi top 10 Bank Syariah global berdasarkan kapitalisasi pasar dalam waktu 5 tahun.

### b. Misi

1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

---

<sup>4</sup> Bank Syariah Indonesia, dalam <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>, (diakses pada tanggal 25 Mei 2023, jam 09.00).

<sup>5</sup> Ibid.



Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

#### 4. Struktur Organisasi BSI KCP Ponorogo Soetta

**Tabel 4.1**  
**Struktur Organisasi BSI KCP Ponorogo Soetta**

<b>Jabatan</b>	<b>Nama</b>
<i>Branch Manager</i>	Muh. Hasbi Kamaruddin
<i>Consumer Business RM</i>	Dyah Ayu Prabandari
<i>Consumer Business Staff</i>	Irma Novitasari
<i>Micro Relationship Manager &amp; Team Leader</i>	Arif Mufida
<i>Funding &amp; Transaction Staff</i>	Ahmad Susanto
<i>Pawning Sales Officer</i>	Afrida Asna Rufiani
<i>Branch Operation &amp; Service Manager</i>	Noviana Putri N
<i>Operational Staff</i>	Siti Nur Aisyah
<i>Customer Service Rep</i>	Annisa Izzatul Ulya
<i>Teller</i>	Novita Anggraini
<i>Pawning Appraisal</i>	Yuli Jumiarti

#### B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 22. Berikut ini adalah hasil uji instrumen menggunakan metode validitas dan reliabilitas yang dilakukan kepada 100 responden nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta:

## 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid dan tidaknya suatu kuesioner. Apabila terdapat item-item pertanyaan yang tidak valid, maka item tersebut akan dikeluarkan atau diganti dari angket. Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .<sup>6</sup> Dalam penelitian ini menggunakan  $r_{tabel}$  sebesar 0,195 karena jumlah data responden sebanyak 100 orang dengan tingkat kesalahan 5%. Berikut hasil pengujian validitas instrumen:

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Isi Indeks Aiken**

Butir	Penilaian		S 1	S2	ΣS	n(c-1)	V	Ket
	I	II						
<b>Emosional (X1)</b>								
Butir_01	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_02	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_03	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_04	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_05	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_06	7	6	6	5	11	18	0,611	Sedang
Butir_07	9	10	8	9	17	18	0,944	Tinggi
Butir_08	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
<b>Kemudahan (X2)</b>								
Butir_09	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_10	9	10	8	9	17	18	0,944	Tinggi
Butir_11	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_12	9	10	8	9	17	18	0,944	Tinggi
Butir_13	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_14	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
<b>Bukti Fisik (X3)</b>								
Butir_15	9	10	8	9	17	18	0,944	Tinggi
Butir_16	9	10	8	9	17	18	0,944	Tinggi

<sup>6</sup> Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 95.

Butir_17	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_18	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_19	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_20	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_21	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_22	9	10	8	9	17	18	0,944	Tinggi
Butir_23	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_24	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
<b>Kepuasan Nasabah (Y)</b>								
Butir_25	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_26	9	10	8	9	17	18	0,944	Tinggi
Butir_27	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_28	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_29	9	10	8	9	17	18	0,944	Tinggi
Butir_30	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_31	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_32	9	10	8	9	17	18	0,944	Tinggi
Butir_33	9	10	8	9	17	18	0,944	Tinggi
Butir_34	9	10	8	9	17	18	0,944	Tinggi
Butir_35	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi
Butir_36	10	10	9	9	18	18	1	Tinggi

Sumber: Data diolah Excel, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 hasil validitas isi yang telah peneliti ajukan kepada dua rater yaitu dosen FEBI IAIN Ponorogo, diperoleh hasil yaitu dari 36 pernyataan terdapat 35 pernyataan yang tergolong “tinggi” dan 1 pernyataan yang tergolong “sedang”. Sehingga peneliti mempertahankan 36 pernyataan untuk diambil datanya dari responden dengan mengolah kata-katanya kembali sesuai saran dari para rater.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pernyataan	R <sub>Tabel</sub>	R <sub>Hitung</sub>	Keterangan
Emosional (X1)	X1.1	0,195	0,720	Valid
	X1.2	0,195	0,785	Valid

	X1.3	0,195	0,733	Valid
	X1.4	0,195	0,750	Valid
	X1.5	0,195	0,673	Valid
	X1.6	0,195	0,757	Valid
	X1.7	0,195	0,746	Valid
	X1.8	0,195	0,717	Valid
Kemudahan (X2)	X2.1	0,195	0,724	Valid
	X2.2	0,195	0,719	Valid
	X2.3	0,195	0,799	Valid
	X2.4	0,195	0,837	Valid
	X2.5	0,195	0,718	Valid
	X2.6	0,195	0,734	Valid
Bukti Fisik (X3)	X3.1	0,195	0,769	Valid
	X3.2	0,195	0,710	Valid
	X3.3	0,195	0,801	Valid
	X3.4	0,195	0,714	Valid
	X3.5	0,195	0,712	Valid
	X3.6	0,195	0,775	Valid
	X3.7	0,195	0,773	Valid
	X3.8	0,195	0,859	Valid
	X3.9	0,195	0,825	Valid
	X3.10	0,195	0,664	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y.1	0,195	0,762	Valid
	Y.2	0,195	0,749	Valid
	Y.3	0,195	0,744	Valid
	Y.4	0,195	0,799	Valid
	Y.5	0,195	0,777	Valid
	Y.6	0,195	0,758	Valid
	Y.7	0,195	0,694	Valid
	Y.8	0,195	0,769	Valid
	Y.9	0,195	0,826	Valid
	Y.10	0,195	0,832	Valid
	Y.11	0,195	0,586	Valid
	Y.12	0,195	0,710	Valid

Sumber: Data diolah SPSS versi 22, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa hasil uji 36 butir pernyataan variabel emosional, kemudahan, bukti fisik, dan kepuasan

nasabah memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga seluruh butir pernyataan dikatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari setiap variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  maka pernyataan *reliabel*.<sup>7</sup>

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Emosional (X1)	0,876	<i>Reliabel</i>
2.	Kemudahan (X2)	0,850	<i>Reliabel</i>
3.	Bukti Fisik (X3)	0,916	<i>Reliabel</i>
4.	Kepuasan Nasabah (Y)	0,928	<i>Reliabel</i>

Sumber: Data diolah SPSS versi 22, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel menunjukkan hasil lebih dari 0,60 sehingga data tersebut dapat dikatakan *reliabel*. Dengan demikian instrumen dapat digunakan pada penelitian yang akan datang.

## C. Hasil Pengujian Deskriptif

Responden pada penelitian ini adalah nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data diperoleh dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang

<sup>7</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 108.

berhasil ditemui. Hal tersebut diharapkan agar lebih efektif dan dapat menjelaskan secara langsung tiap pertanyaan di dalam kuesioner. Dari penelitian yang telah dilakukan diperoleh deskripsi data sebagai berikut:

1. Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Data terkait jenis kelamin responden yang menjawab kuesioner dalam penelitian ini pada BSI KCP Ponorogo Soetta dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

**Tabel 4.5**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	42	42%
Perempuan	58	58%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer, 2023

Berdasarkan keterangan tabel 4.5, dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden dari 100 nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta terdapat 42 responden laki-laki dengan persentase 42% dan 58 responden perempuan dengan persentase 58%.

2. Deskripsi responden berdasarkan usia

Usia responden yang menjawab pernyataan kuesioner dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi empat kategori, yaitu:

**Tabel 4.6**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Persentase
17-20	5	5%
21-25	40	40%
26-30	44	44%
>30	11	11%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer, 2023*

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diambil kesimpulan bahwa usia responden nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta yang paling banyak pada usia 26-30 tahun sebesar 44%, disusul usia 21-25 tahun sebesar 40%, kemudian usia >30 tahun sebesar 11%, dan yang terakhir usia 17-20 tahun sebesar 5%.

### 3. Deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir

Data terkait pendidikan terakhir responden yang menjawab kuesioner dalam penelitian ini pada BSI KCP Ponorogo Soetta dikategorikan menjadi empat, yaitu:

**Tabel 4.7**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
SMP	0	0%
SMA / SMK	70	70%
D1 / D2 / D3	8	8%
S1 / S2 / S3	22	22%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer, 2023*

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diambil kesimpulan bahwa pendidikan terakhir responden nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta yang paling banyak pada kategori SMA / SMK sebesar 70%, disusul pada kategori S1 / S2 / S3 sebesar 22%, kemudian pada kategori D1 / D2 / D3 sebesar 8%, dan yang terakhir pada kategori SMP sebesar 0%.

### 4. Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan responden yang menjawab pernyataan kuesioner dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi lima kategori, yaitu:

**Tabel 4.8**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Mahasiswa / Pelajar	50	50%
Pegawai Negeri	8	8%
Wiraswasta	20	20%
Ibu Rumah Tangga	10	10%
Lainnya	12	12%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data primer, 2023*

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diambil kesimpulan bahwa pekerjaan responden nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta yang paling banyak adalah pekerjaan mahasiswa / pelajar sebesar 50%, disusul pekerjaan wiraswasta sebesar 20%, disusul pekerjaan lainnya sebesar 12%, kemudian pekerjaan ibu rumah tangga sebesar 10%, dan yang terakhir pekerjaan pegawai negeri sebesar 8%.

#### 5. Deskripsi Kualitatif

##### a. Variabel Emosioanl

Variabel emosional diukur menggunakan indikator rasa bangga, rasa senang, rasa percaya diri, dan rasa nyaman. Dengan perolehan skor masing-masing yaitu rasa bangga sebesar 660 skor total, rasa senang sebesar 642 skor total, rasa percaya diri sebesar 620 skor total, dan rasa nyaman sebesar 625 skor total. Berdasarkan hasil tersebut diperoleh rata-rata skor total sebesar 636,75. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang terendah adalah rasa percaya diri dan yang tertinggi adalah rasa bangga. Dengan demikian



indikator variabel emosional yang paling berpengaruh adalah indikator rasa bangga.

b. Variabel Kemudahan

Variabel kemudahan diukur menggunakan indikator kemudahan dalam pelayanan, kemudahan dalam mendapatkan informasi, dan kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang tersedia. Dengan perolehan skor masing-masing yaitu kemudahan dalam pelayanan sebesar 625 skor total, kemudahan dalam mendapatkan informasi sebesar 631 skor total, dan kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang tersedia sebesar 634 skor total. Berdasarkan hasil tersebut diperoleh rata-rata skor total sebesar 630,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang terendah adalah kemudahan dalam pelayanan dan yang tertinggi adalah kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang tersedia. Dengan demikian indikator variabel kemudahan yang paling berpengaruh adalah indikator kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang tersedia.

c. Variabel Bukti Fisik

Variabel bukti fisik diukur menggunakan indikator yaitu Bangunan fisik yang menarik, peralatan pemeriksaan yang menunjang, fasilitas fisik yang dimiliki, tata ruang/interior ruang yang menarik, dan ruang tunggu yang nyaman. Dengan perolehan skor masing-masing yaitu bangunan fisik yang menarik sebesar 584 skor total, peralatan pemeriksaan yang menunjang sebesar 628 skor total, fasilitas fisik yang

dimiliki sebesar 615 skor total, tata ruang/interior ruang yang menarik sebesar 618 skor total, dan ruang tunggu yang nyaman sebesar 646 skor total. Berdasarkan hasil tersebut diperoleh rata-rata skor total sebesar 618,20. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang terendah adalah bangunan fisik yang menarik dan yang tertinggi adalah ruang tunggu yang nyaman. Dengan demikian indikator variabel bukti fisik yang paling berpengaruh adalah indikator ruang tunggu yang nyaman.

d. Variabel Kepuasan Nasabah

Variabel kepuasan nasabah diukur menggunakan indikator kepuasan pelanggan keseluruhan, dimensi kepuasan pelanggan, konfirmasi harapan, minat beli ulang, kesediaan untuk merekomendasikan, dan ketidakpuasan pelanggan. Dengan perolehan skor masing-masing yaitu kepuasan pelanggan keseluruhan sebesar 637 skor total, dimensi kepuasan pelanggan sebesar 634 skor total, konfirmasi harapan sebesar 638 skor total, minat beli ulang sebesar 627 skor total, kesediaan untuk merekomendasikan sebesar 638 skor total, dan ketidakpuasan pelanggan sebesar 614 skor total. Berdasarkan hasil tersebut diperoleh rata-rata skor total sebesar 631,33. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator yang terendah adalah ketidakpuasan pelanggan dan yang tertinggi adalah konfirmasi harapan dan kesediaan untuk merekomendasikan. Dengan demikian indikator variabel

kepuasan nasabah yang paling berpengaruh adalah indikator konfirmasi harapan dan kesediaan untuk merekomendasikan.

#### D. Hasil Pengujian Hipotesis

##### 1. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah suatu variabel yang dihasilkan dari model regresi berdistribusi normal atau tidak.<sup>8</sup> Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal. Uji normalitas ini menggunakan model *Kolmogorov – Smirnov* dengan kriteria apabila signifikansi residual lebih dari 0,05 maka residual berdistribusi normal maka terima  $H_0$  dan apabila signifikansi residual kurang dari 0,05 maka residual tidak berdistribusi normal maka tolak  $H_1$ .<sup>9</sup>

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.64668929
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.106
	Negative	-.097

<sup>8</sup> Danang Sunyoto, *Praktik SPSS untuk Kasus dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 127.

<sup>9</sup> *Ibid.*, 127.

Test Statistic				.106	
Asymp. Sig. (2-tailed)				.008 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.			.200 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound			.190
		Upper Bound			.211

Sumber: Data diolah SPSS versi 22, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 nilai signifikansi *Kolmogorov – Smirnov* sebesar  $0,200 > 0,05$ . Sehingga dari uji tersebut terima  $H_0$  yang dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Persamaan regresi yang baik jika nilai signifikansi semua variabel bebas lebih besar dari 0,05 maka terima  $H_1$  yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>10</sup>

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.748	1.559		.480	.632
	Emosional	.047	.091	.082	.512	.610
	Kemudahan	.213	.126	.281	1.691	.094

<sup>10</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 105.

	Bukti Fisik	-.133	.070	-.309	-1.911	.059
a. Dependent Variable: Abs_Res						

Sumber: Data diolah SPSS versi 22, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa, untuk variabel emosional nilai signifikansi sebesar  $0,610 > 0,05$ , variabel kemudahan nilai signifikansi sebesar  $0,094 > 0,05$ , dan variabel bukti fisik nilai signifikansi sebesar  $0,059 > 0,05$ . Sehingga dari uji tersebut didapatkan bahwa model regresi yang dilakukan terima  $H_1$  yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dalam suatu model regresi, dapat dilihat dari nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi yang baik jika nilai VIF  $< 10,00$  dan nilai toleransi  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.<sup>11</sup>

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Emosional	.382	2.617
	Kemudahan	.359	2.784
	Bukti Fisik	.379	2.640
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah			

Sumber: Data diolah SPSS versi 22, 2023

<sup>11</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8* (Semarang : Universitas Diponegoro, 2016), 105.

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari masing-masing variabel lebih dari 0,10 yaitu emosional 0,382, kemudahan 0,359, dan bukti fisik 0,379. Kemudian untuk nilai VIF dari masing-masing variabel kurang dari 10,00 yaitu emosional 2,617, kemudahan 2,784, dan bukti fisik 2,640. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dan VIF telah terpenuhi maka model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara emosional, kemudahan, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.328	2.259		3.686	.000
	Emosional	.382	.132	.283	2.883	.005
	Kemudahan	.541	.183	.299	2.957	.004
	Bukti Fisik	.311	.101	.303	3.080	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah SPSS versi 22, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,328 + 0,382X_1 + 0,541X_2 + 0,311X_3 + e$$

a. Konstanta ( $\alpha$ )

Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 8,328 yang berarti apabila variabel independen yaitu emosional, kemudahan, dan bukti fisik nol atau tidak ada maka kepuasan nasabah senilai 8,328 satuan.

b. Koefisien ( $\beta_1$ ) untuk variabel X1 (emosional)

Nilai koefisien regresi ( $\beta_1$ ) sebesar 0,382 satuan yang menunjukkan bahwa variabel emosional mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga ketika emosional meningkat maka dari sisi kepuasan nasabah juga mengalami peningkatan. Atau lebih luasnya apabila emosional ditingkatkan satu satuan maka terdapat peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0,382 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau tidak berubah.

c. Koefisien ( $\beta_2$ ) untuk variabel X2 (kemudahan)

Nilai koefisien regresi ( $\beta_2$ ) sebesar 0,541 satuan yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga ketika kemudahan meningkat maka dari sisi kepuasan nasabah juga mengalami peningkatan. Atau lebih luasnya apabila kemudahan ditingkatkan satu satuan maka terdapat peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0,541 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau tidak berubah.

d. Koefisien ( $\beta_3$ ) untuk variabel X3 (bukti fisik)

Nilai koefisien regresi ( $\beta_3$ ) sebesar 0,311 satuan yang menunjukkan bahwa variabel bukti fisik mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga ketika bukti fisik meningkat maka dari sisi kepuasan nasabah juga mengalami peningkatan. Atau lebih luasnya apabila bukti fisik ditingkatkan satu satuan maka terdapat peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0,311 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau tidak berubah.

Nilai koefisien regresi pada setiap variabel bernilai positif (+) sehingga dapat disimpulkan bahwa emosional, kemudahan, dan bukti fisik secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta.

### 3. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun dasar pengambilan keputusan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel bebas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Dengan pengambilan kesimpulan jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* (Semaran: Universitas Diponegoro, 2013), 198.



**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji t**

Variabel	T <sub>hitung</sub>	Sig	T <sub>tabel</sub>	Keputusan
X1	2,883	0,005	1,660	Berpengaruh
X2	2,957	0,004	1,660	Berpengaruh
X3	3,080	0,003	1,660	Berpengaruh

Sumber: Data diolah SPSS versi 22, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Emosional (X1) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,883 dan nilai  $t_{tabel}$  untuk alpha 0,05 dan  $df = n-2 = 100-2 = 98$  adalah 1,660. Karena  $t_{hitung} 2,883 > 1,660$  dan nilai signifikan  $0,005 < 0,05$ , maka  $H_{a1}$  diterima dengan kesimpulan bahwa emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta.
- 2) Kemudahan (X2) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 2,957 dan nilai  $t_{tabel}$  untuk alpha 0,05 dan  $df = n-2 = 100-2 = 98$  adalah 1,660. Karena  $t_{hitung} 2,957 > 1,660$  dan nilai signifikan  $0,004 < 0,05$ , maka  $H_{a2}$  diterima dengan kesimpulan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta.
- 3) Bukti fisik (X3) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 3,080 dan nilai  $t_{tabel}$  untuk alpha 0,05 dan  $df = n-2 = 100-2 = 98$  adalah 1,660. Karena  $t_{hitung} 3,080 > 1,660$  dan nilai signifikan  $0,003 < 0,05$ , maka  $H_{a3}$  diterima dengan kesimpulan bahwa bukti fisik

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta.

b. Uji F

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Adapun dasar pengambilan keputusan jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel bebas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Dengan pengambilan kesimpulan jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.<sup>13</sup>

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1271.069	3	423.690	58.651	.000 <sup>b</sup>
	Residual	693.491	96	7.224		
	Total	1964.560	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Emosional, Kemudahan						

Sumber: Data diolah SPSS versi 22, 2023

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui bahwa nilai  $f_{hitung}$  58.651 dan nilai  $f_{tabel}$  pada signifikansi 0,05 dengan menggunakan rumus  $f_{tabel} = n-k = 100-3 = 97$  adalah 2,69. Karena  $f_{hitung}$  58.651  $>$  2,69 dan nilai signifikan 0,000  $<$  0,05, maka  $H_{a4}$  diterima dengan kesimpulan bahwa emosional, kemudahan, dan bukti fisik

<sup>13</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, 96.

berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta.

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari emosional (X1), kemudahan (X2), dan bukti fisik (X3) terhadap kepuasan nasabah (Y) dilihat dari nilai *R Square*.<sup>14</sup> Hasil dari pengujian adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 <sup>a</sup>	.647	.636	2.688
a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik, Emosional, Kemudahan				

Sumber: Data diolah SPSS versi 22, 2023

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui nilai R adalah 0,804, yang menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara variabel emosional, kemudahan, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh dilihat dari nilai *R Square* yaitu sebesar 0,647 sehingga diperoleh hasil bahwa emosional, kemudahan, dan bukti fisik secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 64,7% dengan sisanya 35,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang tidak diteliti.

<sup>14</sup> Ibid., 97.

## E. Pembahasan

Setelah dilakukan analisis data yang telah dipaparkan di atas, maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Pengaruh Emosional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang berarti  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{01}$  ditolak. Dilihat dari hasil uji t yang mempunyai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu 2,883 lebih besar dari 1,660 dan nilai signifikan 0,005 lebih kecil dari 0,05 membuktikan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara emosional terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta secara parsial.

Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nadya Safira Aliyanto yaitu emosional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Syariah.<sup>15</sup> Sama halnya dengan penelitian Husni Muharram Ritonga dan Dewi Nurmasari dimana emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Honda IDK2 Medan.<sup>16</sup> Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa emosional memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah atau pelanggan. Hal ini

---

<sup>15</sup> Nadya Safira Aliyanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Emosional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Syariah," *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019), 102.

<sup>16</sup> Husni Muharram Ritonga dan Dewi Nurmasari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan," *Jurnal Manajemen Tools*, Volume 12, Nomor 2, (2020), 42.

dikarenakan emosional dari nasabah baik dimana pelayanan dan produk yang nasabah dapatkan sesuai harapan maka emosi positif akan mendorong suasana hati menjadi bangga, senang, percaya diri, dan nyaman yang kemudian nasabah akan puas.

Hal tersebut juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, yakni emosional memiliki hubungan dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta. Dapat diartikan bahwa emosional memiliki keterkaitan dengan kepuasan nasabah karena apabila BSI KCP Ponorogo Soetta memperhatikan emosional nasabah dengan memberikan layanan dan produk yang terbaik dan kemampuan memberikan kesenangan dan kenyamanan pada nasabah maka nasabah akan semakin puas.

## 2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang berarti  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak. Dilihat dari hasil uji t yang mempunyai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu 2,957 lebih besar dari 1,660 dan nilai signifikan 0,004 lebih kecil dari 0,05 membuktikan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kemudahan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta secara parsial.

Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mustika Delima dan Metti Paramita yaitu kemudahan

berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah KCP Palabuhanratu.<sup>17</sup> Sama halnya dengan penelitian Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana dimana persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Linkaja di Indonesia.<sup>18</sup> Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemudahan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah atau pelanggan. Hal ini dikarenakan nasabah akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Hal tersebut juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, yakni kemudahan memiliki hubungan dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta. Dapat diartikan bahwa kemudahan memiliki keterkaitan dengan kepuasan nasabah karena apabila BSI KCP Ponorogo Soetta meningkatkan sistem kerja mengenai pelayanan maka dapat mempermudah nasabah melakukan transaksi, sehingga nasabah semakin puas.

---

<sup>17</sup> Mustika Delima dan Metti Paramita, "Analisis Kemudahan Akses Terhadap Kepercayaan Masyarakat Pada Bank Syariah (Studi Bank BRI Syariah KCP Palabuhanratu)," *Jurnal Nisbah*, Volume 5, Nomor 1, (2019), 81.

<sup>18</sup> Findy Meileny dan Tri Indra Wijaksana, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia," *Jurnal Ecodemica*, Volume 4, Nomor 2, (2020), 206.

### 3. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang berarti  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{03}$  ditolak. Dilihat dari hasil uji t yang mempunyai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu 3,080 lebih besar dari 1,660 dan nilai signifikan 0,003 lebih kecil dari 0,05 membuktikan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta secara parsial.

Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dinar Ardhiyanti Putri yaitu bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Suriyah KC Semarang.<sup>19</sup> Sama halnya dengan penelitian Harlyna Kusumawati dan Ida Savitri Kusmargiani dimana bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Kantor Cabang Kudus.<sup>20</sup> Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa bukti fisik memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan fasilitas fisik yang lengkap akan membuat nasabah menjadi lebih nyaman dan merasa aman yang kemudian akan menimbulkan rasa puas ketika melakukan transaksi.

---

<sup>19</sup> Dinar Ardhiyanti Putri, "Pengaruh Orang (*People*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*), Dan Proses (*Process*) Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah BPRS Suriyah KC Semara," *Skripsi* (Salatiga: IAIN Salatiga, 2018), 92.

<sup>20</sup> Harlyna Kusumawati dan Ida Savitri Kusmargiani, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Bukti Fisik, Keandalan, dan Jasa Portofolio Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Kudus," *Jurnal Keunis Majalah Ilmiah*, Volume 8, Nomor 2, (2020), 115.

Hal tersebut juga sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, yakni kemudahan memiliki hubungan dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta. Dapat diartikan bahwa bukti fisik memiliki keterkaitan dengan kepuasan nasabah karena semakin baik bangunan fisik ataupun fasilitas yang dimiliki oleh BSI KCP Ponorogo Soetta, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.

4. Pengaruh Emosional, Kemudahan, dan Bukti Fisik Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara simultan variabel emosional, kemudahan, dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, yang berarti  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{04}$  ditolak. Dilihat dari hasil uji F yang mempunyai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu 58.651 lebih besar dari 2,69 dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 membuktikan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara emosional, kemudahan, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta secara simultan.

Berdasarkan uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa  $R$  Square sebesar 0,647 sehingga diperoleh hasil bahwa emosional, kemudahan, dan bukti fisik secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar 64,7% dengan sisanya 35,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Maka hasil uji tersebut disimpulkan bahwa emosional,



kemudahan, dan bukti fisik bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta.

Berdasarkan uji tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Handi Irawan bahwa beberapa faktor penentu kepuasan pelanggan dalam penelitian ini yaitu: Emosional, nasabah merasa puas karena bangga, senang, percaya diri, dan nyaman karena menggunakan produk dan layanan sesuai harapan. Kemudahan, nasabah semakin puas apabila terdapat kemudahan untuk mendapatkan layanan, mendapatkan informasi, dan menggunakan fasilitas yang tersedia. Kualitas pelayanan, nasabah akan puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan, dalam hal ini peran bukti fisik pada bank memiliki bangunan fisik yang luas dan menarik, peralatan pemeriksaan yang menunjang, fasilitas fisik memadai, tata ruang menarik, dan ruang tunggu yang nyaman. Sehingga hasil penelitian ini selaras dengan teori tersebut.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh emosional, kemudahan, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta. Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan penulis di awal dan hasil pengujian data yang telah dilakukan sebelumnya, maka kesimpulan pada penelitian ini adalah:

1. Pengaruh Emosional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil tersebut dibuktikan dari hasil analisis uji t dimana nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,883 > 1,660$ ) dan nilai signifikan  $0,005 < 0,05$ , maka  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{01}$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta.

2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil tersebut dibuktikan dari hasil analisis uji t dimana nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$

(2,957 > 1,660) dan nilai signifikan  $0,004 < 0,05$ , maka  $H_{a2}$  diterima dan  $H_{02}$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta.

3. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil tersebut dibuktikan dari hasil analisis uji t dimana nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,080 > 1,660$ ) dan nilai signifikan  $0,003 < 0,05$ , maka  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{03}$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta.

4. Pengaruh Emosional, Kemudahan, dan Bukti Fisik Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo Soetta

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel emosional, kemudahan, dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil tersebut dibuktikan dari hasil analisis uji F yang mempunyai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  ( $58,651 > 2,69$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_{a4}$  diterima dan  $H_{04}$  ditolak. Dengan nilai *R Square* sebesar 0,647 sehingga diperoleh hasil bahwa emosional, kemudahan, dan bukti fisik bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sebesar

64,7% dengan sisanya 35,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa emosional, kemudahan, dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta.

## B. SARAN

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pihak BSI KCP Ponorogo Soetta terus melakukan peningkatan kepuasan nasabah dengan memberikan pengalaman nasabah yang menyenangkan. Akan tetapi pihak bank harus terus menumbuhkan emosional yang baik pada nasabah dengan meningkatkan lagi pelayanan dengan lebih tanggap dan cepat dalam melayani nasabah, sehingga nasabah memiliki emosi positif yang kemudian nasabah semakin puas.
2. Kemudahan dalam melakukan pelayanan pembukaan rekening BSI *online* di BSI *Mobile* sampai mendapatkan kartu ATM sudah bagus, akan tetapi untuk kemudahan penggunaan BSI *Mobile* perlu ditingkatkan lagi dan prosedur pembuatan rekening BSI *online* ataupun *offline* lebih dipermudah, sehingga nasabah semakin puas dengan kemudahan yang diberikan.
3. Bukti fisik atau fasilitas fisik pada BSI KCP Ponorogo Soetta sudah baik dan lengkap, akan tetapi ruangan bank perlu diperluas agar menampung banyak nasabah serta fasilitas juga lebih ditingkatkan lagi

seperti kursi tunggu ditambah. Dengan begitu nasabah akan puas ketika berada di bank dan saat menggunakan fasilitas bank.

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan dapat menambah sumber referensi dan variabel lain yang berhubungan dengan kepuasan nasabah. Sehingga penelitian yang berhubungan dengan kepuasan nasabah dapat berkembang luas dan lebih baik dari penelitian yang dilakukan ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyanto, Nadya Safira. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Emosional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA Syariah." *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi III*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.
- Azis, Mansur. "Perbandingan Kualitas Layanan Antara Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Ditinjau Dari Kepuasan Nasabah di Kabupaten Pacitan." *ACTIVA: Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 1, Nomor 2, (2018), 90.
- Azwar, Saifuddin. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2003.
- . *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Bank Syariah Indonesia. Dalam <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>. Diakses pada tanggal 25 Mei 2023, jam 09.00.
- . Dalam [https://ir.bankbsi.co.id/corporate\\_history.html](https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html). Diakses pada tanggal 13 Mei 2023, jam 08.50.
- Basyir, Muhammad. "Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Peran Kepuasan Sebagai Variabel Pemeditasi." *EMT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Ekonomi*, Volume 4, Nomor 2, (2020), 130-134.
- Cahyanti, Intan Nur. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Indonesia Cabang Madiun." *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021.
- Chang, Kuo-Chung. "The Influence Factors of Online Purchase on Customer Satisfaction in Mongolian Airlines." *International Proceedings of Economics Development and Research*, Volume 52, Nomor 15, (2013), 80.
- Damayanti , Dila, Nurseto Purnomo Putro, dan Selamat Riauwanto. "Pengaruh Kualitas Layanan Laku Pandai (BRI Link) Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Bertransaksi Keuangan." *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia STIE Wiya Wiwaha*, Volume 2, Nomor 2, (2022), 517.
- Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly*, Volume 13, Nomor 3, (1989), 319.
- Delima, Mustika dan Metti Paramita. "Analisis Kemudahan Akses Terhadap Kepercayaan Masyarakat Pada Bank Syariah (Studi Bank BRI Syariah KCP Palabuhanratu)." *Jurnal Nisbah*, Volume 5, Nomor 1, (2019), 81.
- Digdowiseiso, Kumba. *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Jakarta Selatan: LPU UNAS, 2017.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8*. Semarang : Universitas Diponegoro, 2016.

- . *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.
- Goleman, Daniel. *Kecerdasan Emosional, Alih Bahasa T. Hermaya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Hadi, Sutrisno. *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai*. Yogyakarta: FP UGM, 1991.
- Hamdani dan Rambat Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Hayati, Isra. "Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan)." *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 1, Nomor 2, 2019: 235-236.
- Hou, Min dan Zuohau Hu. "Patronage, only for Happiness?-An analysis on Coexistence of Multiple Consumption Emotions." *Business and Management Research*, Volume 2, Nomor 1, (2013), 116.
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta: Bandung, 2005.
- Inkiriwang, M V, I W J Ogi, dan W Djemly, "Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Pinky Kitty Shop Tandano." *Jurnal EMBA*, Volume 10, Nomor 3, (2022), 593-594.
- Irawan, Handi. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2002.
- Jamaludin, Nur dan Rohadatul A'is. "Pengaruh Citra Merek, Kemudahan Transaksi dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Koperasi Syariah Bmt Bisma Tangerang." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Volume 9, Nomor 3, 2021: 3.
- Karina, Tania. "Pengaruh Bukti Fisik dan Ketanggapan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Medan)." *Skripsi*. Sumatera Utara: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2019.
- Kusumawati, Harlyna dan Ida Savitri Kusmargiani, "Analisis Pengaruh Citra Merek, Bukti Fisik, Keandalan, dan Jasa Portofolio Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Kudus." *Jurnal Keunis Majalah Ilmiah*, Volume 8, Nomor 2, (2020), 115.
- Lovelock, Christopher, dkk. *Pemasaran Jasa. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- LinkedIn, "PT Bank Syariah Indonesia." Dalam <https://id.linkedin.com/company/bank-syariah-indonesia#:~:text=Meningkatnya%20kesadaran%20masyarakat%20terhadap%20>

- [halal,di%20dalamnya%20adalah%20Bank%20Syariah](#). Diakses pada tanggal 13 Mei 2023, jam 08.30.
- Maharani, Shinta, Asmak Ab Rahman, dkk. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Emosi Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Madiun Indonesia).” *EAI: European Alliance for Innovation*, (2021), 231.
- Meileny, Findy dan Tri Indra Wijaksana. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Kepercayaan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan LinkAja di Indonesia.” *Jurnal Ecodemica*, Volume 4, Nomor 2, (2020), 206.
- Metra, Ratmi Yeno, Miswardi, Yenty Astari Dewi, dan Nasfi. “Pengaruh Emosional, Rasional Keputusan Nasabah Memilih Bertransaksi Dengan Bank Muamalat.” *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Volume 8, Nomor 3, (2020), 362-363.
- Muzakir dan Said Abadi. “Efektivitas Publisitas Produk Bank Syariah (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Vabang Ponorogo).” *Falahiya: Research Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 1, Nomor 1, (2022), 51.
- Nurhidayati, Maulida dan Novi Kurnia Cahyani. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pengguna E-Channel Pada Nasabah BSI KCP Ponorogo.” *Ethad: Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 1, Nomor 2, (2021), 148.
- Putri, Dinar Ardhiyanti. “Pengaruh Orang (*People*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*), dan Proses (*Process*) Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah BPRS Suriyah KC Semarang.” *Skripsi*. Salatiga: IAIN Salatiga, 2018.
- Putri, Feby Widia. “Pengaruh Efektivitas, Kemudahan dan Keamanan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.” *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2022.
- Ramadhani, Imas Antika Suci. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah dan Emosional Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Cabang Madiun).” *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2019.
- Ritonga, Husni Muharram dan Dewi Nurmasari. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Honda IDK 2 Medan.” *Jurnal Manajemen Tools*, Volume 12, Nomor 2, (2020), 40-42.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Sugeng, Bambang. *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.



- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty, 2011.
- Sunyoto, Danang. *Praktik SPSS untuk Kasus dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi*. Yogyakarta: Nuha Medika, 2011.
- . *Prosedur Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Tanjung, Setianing. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Yogyakarta Kaliurang, Penelitian Pada Tahun 2019).” *Skripsi*. Yogyakarta: UII Yogyakarta, 2021.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- . *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi, 2012.
- Wahono, Ribut Muji dan Ely Masykuroh. “Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Daya Saing Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Nganjuk Yos Sudarso.” *Falahiya: Research Journal of Islamic Banking and Finance*, Volume 1, Nomor 2, (2022), 158.
- Widyaningrum, Retno. *Statistika*. Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2014.
- Wijaya, Tony dan Santi Budiman. *Analisis Multivariat untuk Penelitian Manajemen*. Yogyakarta: Percetakan Pohon Cahaya, 2016.
- Wulansari, Andhita Dessy. *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016.
- Yolanda, Vina, Riduan Mas’u, dan Shofia Mauizotun Hasanah. “Pengaruh Teknologi Keuangan dan Kualitas Layanan Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Masbagik.” *Iqtishaduna: Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, Volume 13, Nomor 1, (2022), 76-81.