PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ATM (*AUTOMATIC TELLER MACHINE)* DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BRI SYARIAH PONOROGO

SKRIPSI

Oleh:

WAHYU PUTRI WULANDARI

NIM 210214179

Pembimbing:

IKA SUSILAWATI, SE.,MM.

NIP. 197906142009012005

JURUSAN MUAMALAH FAKULTAS SYARI'AH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2018

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama	: Wahyu Putri Wulandari.
NIM	: 210214179
Jurusan	: Muamalah
Fakultas	: Syariah
Judul	: Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM (*Automatic Teller Machine*) dan Kepuasaan Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah Ponorogo.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqasah.

Ponorogo, 02 Juli 2018

Mengetahui,	Menyetujui,
Ketua Jurusan Muamalah	**Pembimbing**
Atik Abidah, MSI.	**Ika Susilawati, SE.,MM**
NIP. 197605082000032001	NIP.197906142009012005

KEMENTERIAN AGAMA RI

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara :

Nama : Wahyu Putri Wulandari

NIM : 210214179

Jurusan : Muamalah

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM (*Automatic Teller Machine*) dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah Ponorogo.

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 19 Juli 2018

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Syariah pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 26 Juli 2018

Tim Penguji:

1. Ketua Sidang : Drs. H. Achmad Rodli Makmun, M.Ag. ( )
2. Penguji : Dr. H. Moh. Munir, Lc., M.Ag. ( )
3. Sekretaris : Ika Susilawati, SE., MM. ( )

Ponorogo, 26 Juli 2018
Mengesahkan
Dekan Fakultas Syari'ah,

Dr. H. Moh. Munir, Lc.,M.Ag.
NIP. 196807051999031001

ABSTRAK

Wulandari, Wahyu Putri, 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan ATM (Automatic Teller Machine) dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah Ponorogo*. Skripsi. Jurusan Muamalah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Ika Susilawati, SE.,MM.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasaan, Loyalitas.

Kualitas pelayanan ATM dan kepuasan digunakan sebagai alat untuk menilai loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan ATM dan kepuasan yang tinggi mampu mempengaruhi loyalitas. Tentunya dengan pengelolaan kualitas pelayanan ATM dan kepuasan akan mempengaruhi tingkat loyalitas. Sedangkan apabila kualitas pelayanan ATM dan kepuasan rendah juga mempengaruhi dan loyalitas. Oleh karena itu, untuk menjaga stabilitas kualitas pelayanan ATM dan kepuasaan nasabah harus memperhatikan loyalitas nasabah agar terus menerus untuk melakukan transaksi. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo. Untuk mengetahui pengaruh kepuasaan terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo.Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasaan terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo.

Adapun jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian dengan metode kuantitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah menggunakan menyebarkan angket ke nasabah pengguna ATM BRI Syariah Ponorogo. Metode analisis data dengan menggunakan regresi berganda.Hasil penelitian ini menunjukkan berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa faktor kualitas pelayanan ATM berpengaruh terhadap loyalitas, kepuasaan berpengaruh terhadap loyalitas, berpengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasan berpengaruh erhadap loyalitas. Hal ini disebabkan nilai signifikansi antara variabel tersebut lebih besar dari 0,05. Dari hasil *output* di atas dapat dilihat variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,959 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan nilai kriteria, H_o ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas.Dari hasil *output* di atas dapat dilihat variabel kepuasaan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,717 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan nilai kriteria, H_o ditolak dan H_a diterima, artinya kepuasaan berpengaruh terhadap loyalitas. Berdasarkan perhitungan statistik uji F pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai F adalah 50,496 > 3,94 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan ATM dan kepuasan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan Syariah dalam peristilahaan internasional dikenal sebagai *Islamic Banking* atau juga disebut dengan *interest-free banking*. Peristilahan dengan menggunakan kata *Islamic* tidak dapat dilepaskan dari asal usul sistem perbankan syariah itu sendiri. Bank Syariah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respons dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan Muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai dan moral dan prinsip-prinsip Syariah Islam. Utamanya adalah dengan pelarangan praktik riba, kegiatan *maisir* (spekulasi), dan *gharar* (ketidak jelasan). [1]

Insitut Perbankan Syariah di Indonesia yang saat ini mulai banyak melakukan pelayanannya yang meliputi aktivitas menghimpun dana (*Funding*), menyalurkan dana (*lending*) dan pelayanan bank lainnya (*Service*) secara profesional dan berkesinambungan, sehingga dapat mengahasilkan laba yang maksimal. [2]

Dunia bisnis perbankan syariah saat ini mengalami kemajuan dan perkembangan yang pesat. Maraknya perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang tidak berbasis bunga, melahirkan begitu banyak para investor dan nasabah dengan berbagai penghimpunan dana. Tingginya keinginan masyarakat terhadap bank syariah dalam menabung serta pembiayaan membuat bisnis jasa dalam perbankan syariah semakin prospektif. Bank syariah menjadi tempat untuk menghimpun dan menyalurkan dana bagi masyarakat yang mempunyai misi berlandaskan keadilan, kejujuran, kemanfaatan, kebersamaan yang sesuai dengan syariah. Selama penghimpunan dan

[1] Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 1.

[2] Syukri Iska, *Sistem Perbankkan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta; Fajar Media Press, 2014), 8.

penyaluran dana masih berlangsung, maka bisnis jasa bank syariah tidak akan berhenti. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat masih membutuhkannya. Situasi ini memberikan peluang bagi pengelola bank syariah untuk menekuni usaha tersebut. [3]

Perkembangan bisnis jasa perbankan syariah yang semakin berkembang, membuat persaingan dalam perbankan syariah semakin ketat terutama bagi usaha yang sasaran segmen pasarnya serupa. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya bank syariah yang berdiri di Indonesia. Timbulnya tingkat persaingan dalam perbankan syariah ditandai dengan maraknya produk dan jasa yang ditawarkan dalam bank syariah. Sehingga para pelaku bisnis dituntut untuk menciptakan suatu keunggulan dibanding dengan para pesaing.[4] Salah satu bank yang ada di Indonesia adalah BRI Syariah.

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasional secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah. Dua tahun lebih PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah. Bri Syariah juga mempunyai berbagai fasilitas yang menunjang agar nasabah bisa merasa puas atas

[3] Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), 25.

[4]Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), 292.

pelayananya yaitu dengan adanya ATM, M-bangking serta beberapa jenis pembiayaan yang tersedia. [5]

Menurut Parasuraman dan Zeithaml mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, dalam kualitas pelayanan ada beberapa dimensi, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsive* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *emphaty* (empati). Fasilitas ATM yang tersebar diseluruh Indonesia, yang memudahkan nasabah dalam mengambil dan menyetor setiap harinya tanpa dibatasi ruang dan waktu.[6]

Automatic teller machine (ATM) telah menjadi alat pembayaran, kartu ATM mencatat transaksi paling tinggi. Pada saat pertama kali diperkenalkan pada tahun 1987 oleh Bank Niaga, fungsi ATM hanya sebatas penarikan tunai. Tapi kini, fungsi ATM telah mampu menggantikan fungsi uang sebagai alat pembayaran. Melalui ATM nasabah dapat membayar listrik, pajak bumi dan bangunan, telepon, pulsa *handphone*, pembelian barang dengan angsuran, dan berbelanja kebutuhaan sehari-hari.

Meningkatnya jumlah pengguna ATM disebabkan oleh banyaknya jumlah ATM dan banyaknya perbankan yang bergabung dalam jaringan ATM. Tren teknologi perbankan masih menjadikan ATM sebagai strategi utama dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Hal ini dilakukan tidak saja untuk mendapatkan *fee-based income* (penerimaan bank yang berasal dari jasa bank), tetapi juga memperluas jaringan. Bergabung bank-bank dalam jaringan ATM dapat menciptakan sistem pembayaran secara nasional karena pada saat ini bank dapat melakukan transaksi antar bank dengan waktu yang tidak terbatas. Manfaat yang diperoleh dengan adanya jaringan tersebut adalah peningkatan *cost*

[5] https://www.brisyariah.co.id/tentang_kami.php?f=sejarah, (diakses tanggal 21-12-2017 jam 13:24).

[6] Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta Graha Ilmu, 2010), 5.

productivity, sehingga *cost transaction* menjadi lebih mudah dan efisien secara nasional. Manfaat lainnya adalah mengurangi lalu lintas kliring di Bank Indonesia. [7]

Diwaktu kerja yang sibuk, untuk melakukan transaksi perbankan, terutama pengambilan uang secara tunai, pasti akan terjadi antrian. Hal ini menjadikan permasalahaan bagi nasabah yang menggunakan jasa perbankan, apalagi di zaman modern ini dimana kemajuan teknologi dibidang elektronika telah banyak memberi manfaaat baik bagi masyarakat pada umumnya maupun kalangan perbankan pada khususnya. Layanan jasa perbankan yang cepat dan praktis sangat dibutuhkan sehingga pelayanan dengan sistem tradisional yang memerlukan antrian panjang sudah tidak sesuai.[8]

Kepuasaan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Untuk kepuasaan nasabah terhadap layanan ada dua hal pokok yang saling berkaitan yaitu harapan nasabah terhadap kualitas layanan (*expected quality*) dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan (*perceived quality*). Nasabah selalu menilai layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.

Kepuasaan nasabah harus diserta dengan loyalitas nasabah. Kepuasaan nasabah menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan perbankan yang diperoleh dari bank. Sedangkan loyalitas berkaitan dengan apa yang dilakukan nasabah setelah berinteraksi dalam suatu proses layanan perbankan. Konsep ini menyiratkan bahwa kepuasaan nasabah saja tidaklah cukup, karena puas atau tidak puas hanyalah satu bentuk emosi. Disamping itu loyalitas nasabah juga tidak kalah relevannya

[7] Ade Arthesa dan Edia Handiman, *Bank dan Lembaga Bukan Bank* , (Jakarta: PT. Indeks, 2009), 257.

[8] Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 284.

untuk dianalisis sebab sikap loyal akan timbul setelah nasabah merasakan puas atau tidak puas terhadap layanan perbankan yang diterimanya. [9]

Pada BRI Syariah Ponorogo terdapat satu mesin ATM yang berada di Jalan Soekarno Hatta No. 2B, Bangunsari, Kecamatan Ponorogo, Kabupeten Ponorogo, Jawa Timur 63413 Untuk nasabah yang melakukan penarikan tunai atau transaksi yang lain. Dapat juga melalukan trasnsaksi melalui mesin ATM di perbankan lain yang sudah berkerjasama dengan BRI Syariah Ponorogo ada biaya tambahaan untuk sekali transaksi.[10]Peneliti juga melalukan wawancara dengan beberapa nasabah yaitu Nama Siti Juariyah yang beralamatkan Desa Karang Patihaan Balong iya berpendapat bahwasanya ATM BRI Syariah Ponorogo sangatlah jauh dengan rumahnya karena hanya ada satu mesin ATM saja jarak yang jauh juga menambah biaya tambahaan untuk sampai ke ATM BRI Syariah Ponorogo maka dari itu juga mempersulit untuk melakukan transaksi. Nama Purnomo beralamatkan JL. Gadung Melati Siman iya berpendapat bahwasanya mesin ATM disini ini problem atau rusak dan apabila saya ingin penarikan tunai di mesin ATM yang lain maka terdapat biaya tambahaan maka dari itu juga mempersulit transaksi dan juga menghambat para nasabah untuk pengambilan tunai atau yang lain.[11] Dari beberapa pendapat nasabah bisa ditarik kesimpulan bahwasanya terbatasnya mesin ATM dan jangkuan tempat mesin ATM mempersulit nasabah untuk bertransaksi atau penarikan tunai. Karena pada zaman modern ini sangat dibutuhkan pelayanan yang mudah dan praktis serta menghemat waktu tanpa adanya biaya tambahaan.

Atas dasar latar belakang tersebut, maka dalam penelitan ini dapat ditarik judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM (*Automatic Teller Machine*) dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah Ponorogo.**

B. Rumusan masalah

[9] Rachmad Hidayat, " Pengaruh Kualitas, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasaan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri", *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*. 11: 59.

[10] Gatot, *Hasil Wawancara*, 23 Desember 2017

[11] Nasabah BRI Syariah Ponorogo, *Hasil* Wawancara, 26 Maret 2018.

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap kepuasan nasabah BRI Syariah Ponorogo?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasan terhadap loyalitas BRI Syariah Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas dapat dijelaskan tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap kepuasaan nasabah BRI Syariah Ponorogo.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasaan terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo.

D. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi akademik, lembaga keuangan dan khususnya bagi penulis sendiri.

1. Bagi pihak akademik penelitian ini dapat memberikan sumbangsih hasil penelitian dan menambah literatur kepustakaan mengenai (ATM) *Automatic teller machine* dan seberapa pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap kepuasaan dan loyalitas nasabah.
2. Bagi lembaga keuangan penelitian ini akan dapat memberikan manfaat bagi praktisi lembaga keuangan mikro.
3. Bagi penulis penelitian ini bermanfaat memberikan wawasan dan pengetahuan serta pengalaman langsung mengenai (ATM) *Automatic teller machine* dan dan seberapa pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap kepuasaan dan loyalitas nasabah untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah.

E. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini terdapat lima bab yaitu:

Bagian awal skripsi berisi halaman sampul, halaman judul, lembar persetujuan, lembar pengesahan, motto, halaman persembahan, abstrak, kata pengantar, pedoman transliterasi, datar isi, datar tabel, daftar gambar.

Bab I : Pendahuluan

Berisikan untuk mengantarkan skripsi secara keseluruhan. Pada bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan.

Bab II : Landasan teori dan pengembangan hipotesis

Menguraikan tentang kajian pustaka terdiri dari landasan teori dan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis. Kajian pustaka terdiri dari sub sub bab yaitu deskripsi mengenai landasan teori yang memuat materi yang dikumpulkan dan dipilih dari berbagai sumber ini yang digunakan sebagai acuan dalam pembahasan atas topik, yang meliputi pengertian ATM, Beberapa jaringan ATM, kartu plastik, pelayanan ATM, kepuasaan nasabah, loyalitas nasabah.

Bab III : Metode penelitian

Menjelaskan mengenai metode penelitian yang berisikan beberapa sub bab yaitu rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi, sampel, dan teknik sampling, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode pengolahan dan analisis data.

Bab IV : Pembahasan masalah

Adalah hasil dan pembahasan berisikan sub bab yaitu hasil pengujian instrumen, hasil pengujian deskripsi, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan.

Bab V : Penutup

Merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran. Dalam hal ini disimpulkan hasil pembahasan untuk menjelaskan sekaligus menjawab persoalan yang telah diuraikan.

Bagian akhir, berisikan daftar pustaka, lampiran, riwayat hidup dan pernyataan keaslian tulisan.

IAIN
PONOROGO

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. ATM (*Automatic teller machine*)

a. Pengertian ATM

Automatic teller machine (ATM) adalah merupakan sistem pelayanan yang diberikan kepada nasabah secara elektronik dengan menggunakan komputer untuk mengupayakan penyelesaian secara otomatis dari sebagain fungsi yang biasanya dilakukan oleh *teller*. ATM dapat menggantikan fungsi *teller* untuk melayani beberapa jenis trasnsaksi perbankan. Untuk mengoperasikan ATM biasanya diperlukan peralatan berupa kartu plastik (*Plastic card*) dan kode pengenal diri (*personal identification card*).[12]

Beberapa jenis transaksi yang dapat dilakukan dengan mengunakan ATM antara lain:

1) Penarikkan tunai.
2) Transfer antar rekening dalam bank yang sama atau bank yang berbeda.
3) Pembayaran tagihan (rekening listrik, telepon, air, pembelian pulsa HP, dan pembayaran tagihaan kartu kredit).
4) Berbagai jenis transaksi perbankan lainnya.

Keuntungan yang diperoleh bank dengan adanya ATM antara lain:

1) *Fee* dari pemegang kartu ATM.
2) Menarik nasabah.[13]

Beberapa bank memberikan fasilitas debit atau kartu debit pada kartu ATM yang dimiliki nasabah. Fasilitas ini digunakan untuk transaksi pembelian barang atau

[12] Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga keuangan lain*,.....284.
[13] Ismail, *Manajemen Perbankan*,(Jakarta: Kencana, 2011), 172

jasa pada tempat-tempat tertentu yang mempunyai kerja sama dengan bank tersebut. Mekanisme yang dilakukan pada saat pembelian barang atau jasa adalah dengan cara mendebit rekening nasabah atau mengurangi saldo rekening tabungan nasabah pada saat yang sama menambah saldo rekening tabungan penjual. Penjual bekerjasama dengan pihak bank dikenal dengan *merchant*. *Merchant* mempunyai alat yang digunakan untuk memeriksa keabsahaan kartu tersebut baik kepemilikan maupun simpanan. [14]

b. Jenis mesin ATM

Mesin ATM dapat melakukan transaksi pengambilan tunai dan transaksi lainnya seperti *inquiry*, saldo rekening, pentransferan, penggantian PIN, pembelian dan pembayaran tagihaan. Saat ini telah tersedia dan tersebar di seluruh Indonesia untuk melayani nasabah. ATM juga dapat melayani nasabah non- bank tersebut namun hanya dapat melaukan transaksi penarikan tunai dan *inquiry* saldo.

ATM Non tunai mesin ATM yang hanya dapat melakukan transaksi seluruh transaksi non tunai seperti *inquiry* saldo rekening, pentransferan, penggantian PIN, pembelian, dan pembayaran tagihan dan tidak dapat melakukan transaksi pengambilan tunai. Saat ini tersedia dibeberapa Kantor Cabang untuk melayani nasabah, untuk yang bukan merupakan nasabah ATM Non tunai hanya dapat melayani transaksi *inquiry* saldo. Secara fisik bentuk ATM Non tunai berbeda dengan ATM biasa, karena Non tunai tidak memiliki mesin seperti mesin ATM pada umumnya dan hanya berupa layar monitor dan papan ketik (*keyboard*) pada bagian layar.

ATM setor tunai (CDM-Cash Deposite Machine) mesin ATM dapat menerima setoran tunai dan pengecekan saldo rekening, ATM setoran tunai tidak dapat melakukan transaksi pengambilan tunai, pentransferan, penggantian PIN,

[14] Ade Arthesa dan Edia Handiman, *Bank dan Lembaga Bukan Bank*.,259.

pembelian dan pembayaran tagihaan. Saat ini tersedia dibeberapa Kantor Cabang untuk melayani nasabah. Secara fisik ATM setoran tunai hampir sama dengan ATM biasa, namun pada sisi depan terdapat lubang / laci yang digunakan untuk meletakkan uang yang akan disetor. Untuk melakukan setoran tunai nasabah harus menggunakan kartu Bank Card dan nomor PIN yang sama dengan yang diguanakn pada mesin ATM biasa. Tidak memerlukan aktifitas atau membuat nomor PIN baru untuk transaksi ini. Saldo rekening akan Ter-*update* secara *real time*.

Drive Thru mesin ATM dapat melakukan seluruh transaksi seperti halnya ATM biasa meliputi penarikan tunai, *inquiry* saldo, pentransferan, penggantian PIN, pembelian dan pembayaran tagihaan. ATM Drive Thru memeliki keunikan dalam lokasi dan bentuk karena didesain khusus untuk dapat melayani nasabah tanpa harus turun dari mobil. Untuk nasabah non- bank dapat melayani hanya untuk transaksi penarikan tunai dan *inquiry* saldo.[15]

c. Beberapa jaringan ATM.

Beberapa bentuk jaringan kerja ATM yang dilakukan oleh pengelola sebagai berikut:

1) *Offline*

Offline adalah bentuk ATM yang paling sederhana. Bank pengelola tidak perlu menyiapkan *software* yang rumit, bahkan tidak perlu melengkapinya dengan *mainframe*. Sistem ini memungkinkan nasabah mengambil uang tunai tanpa membaca *file* rekening yang bersangkutan. Sudah tentu cara ini sewaktu-waktu dapat merugikan bank karena nasabah dapat mengambil uang melebihi saldo rekening yang ada. Bentuk ini biasanya ditempuh oleh bank karena belum adanya jaringan komputer yang mendukung atau pun tujuan-tujuan tertentu.

[15] *Ibid*., 287.

2) *Stand Alone*

Stand alone lebih berekembang dari pada *offline*. ATM sudah dioperasikan dengan membaca *file* rekening nasabah bersangkutan. Dengan kata lain, perangkat ATM sudah dhubungkan dengan *mainframe* dalam sakal kecil (CPU/PC) yang menyimpan *file-file* rekening nasabah. Jadi, samping dapat menarik uang rekeningnya setiap saat, nasabah juga dapat melihat saldo akhir dar rekning tersebut.Namun, keberadaan ATM hanya sebatas dimanfaatkan oleh nasabah kantor cabang yang bersangkutan saja, sedangkan nasabah kantor-kantor cabang lainnya tidak memungkinkan untuk memanfaatkannya karena belum dihubungkan secara *online*.

3) *Online*

Online adalah bentuk sistem ATM yang telah lebih maju karena masing-masing ATM berada dibawah pengeollaan satu unit *branch system* telah dihubungkan *online* satu dengan yang lainnya, sehingga nasabah-nasabah di semua cabang yang telah memiliki jaringan komputer dapat memanfaatkan ATM yang ada. Dengan sistem ini nasabah tidak terkait dengan satu ATM, melainkan mereka dapat memanfaatkan ATM yang terdekat dimana dia berada. Pelayanan ATM di Negara kitaini kelihatanya cenderung menerapkan sistem ini.

4) ATM *Sharing*

Yang dimaksud ATM *sharing* ialah sejumlah pengelola ATM *intergrated* membentuk satu jaringan dengan menggabungkan semua ATM yang mereka miliki. Keuntungannya sudah tentu nasabah lebih leluasa memanfaatkan ATM-ATM milik pengelola dan berarti mengurangi persaingan antara pelayanan ATM. Pelayanan ATM *sharing* umumnya dibeberapa lokasi untuk

melayani nasabah. Untuk nasabah non-bank terkait dapat dilayani hanya untuk transaksi penarikan tunai dan *inquiry* saldo. [16]

d. Kartu plastik

Adalah benda berbentuk kartu yang berbahan dasar plastik serta digunakan untuk kebutuhaan trasnsaski keuangan. Transaksi keuangan yang dilakukan dengan menggunakan kartu plastik ini berbeda-beda sesuai dengan jenis kartu yang digunakan. Jenis kartu umum digunakan adalah *kartu kredit* dan *kartu* ATM yang juga berfungsi sebagai kartu debit.

Kartu plastik diterbitkan oleh lembaga keuangan terutama oleh perbankkan. Saat ini sebagian besar perbankan telah mengeluarkan produk kartu plastik sebagai upaya memberikan kepuasaan kepada nasabah. Kartu plastik yang dominan adalah jenis katu untuk pengambilan uang tunai di *Automatic teller machine* (ATM) atau dikenal dengan kartu ATM. Kartu ATM ini diberikan kesetiap penabung yang ingin memliki kartu untuk kemudahaaan melakukan transaksi keuangan. Fungsi kartu plastik bagi pemilik kartu adalah kemudahaan dalam transaksi keuangan. Pada dasarnya kartu plastik mengurangi penggunaan uang tunai dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Hal ini dilakukan dengan alasan kemudahaan serta keamanan.[17]

e. Pelayanan ATM.

Salah satu sarana yang memegang peranan penting dalam penggunakan kartu kredit adalah *Automatic teller machine* (ATM). ATM ini merupakan mesin yang dapat melayani kebutuhaan nasabah secara otomatis setiap saat selama 24 jam dari 7 hari dalam seminggu termasuk hari libur. Kemudian lokasi ATM tersebut diberbagai tempat-tempat strategis. [18]

Pelayanan yang diberikan ATM antara lain:

[16] Julius R. Latumaerissa, *Bank dan Lembaga*., 285.
[17] Ade Arthesa dan Edia Handiman, *Bank dan Lembaga Bukan Bank* .....,260.
[18] Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*.....,306.

1) Penarikan uang tunai. Nasabah dapat menarik uang tunai diberbagai ATM yang memiliki hubungan dengan bank penerbit. Besarnya jumlah penarik tergantung dari limit yang diberikan atau dari sisa saldo yang tersedia dalam ATM yang bersangkutan.

2) Dapat digunakan sebagai tempat untuk memesan buku cek dan gilyet giro (BG).

   a) Dapat digunakan sebagai tempat untuk melihat atau cek saldo rekenin nasabah.

   b) Dan pelayanan lainya seperti pembayaran listik, telepon, dan pembayaran lainya.

3) Sedangkan manfaat lain yang dapat diberikan oleh ATM di samping yang di atas adalah:

   a) Praktis dan mudah dalam penggunaan mesin ATM.

   b) Melayani keperluan nasabah 24 jam termasuk hari libur.

   c) Menjamin keamanan dan *privacy*.

   d) Kemungkinan mengambil uang tunai lebih dari 1 kali sehari.

   e) Terdapat di berbagai tempat yang strategis.[19]

2. Kualitas Pelayanan.

a. Pengertian kualitas pelayanan

Menurut Supranto , kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sedangkan kualitas pelayanan menurut Gronroos adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksu untuk memecahkan permasalahaan

[19] Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), 207.

konsumen/pelanggan. Ketika produk berwujud tidak dapat dengan mudah dibedakan, kunci utama keberhasilan kompetitifnya terletak pada penambahan nilai jasa pelayanan yang baik dan peningkatan kualitas produk. Pembeda jasa pelayanan yang dapat dinikmati oleh konsumen ialah kemudahan pemesanan, pengiriman, instalasi atau pemasangan, pelatihan konsumen, konsultasi konsumen, dan perawatan dan perbaikan.

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, [20] definisi lain kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karekteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan.[21]Kata pelayanan secara, etimologis dalam kamus besar bahasa indonesia mengandung arti " usaha melayani kebutuhaan orang lain" pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Kualitas sering dianggap ukuran relatif kebaikan suatu produk ata jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifik produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memnuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu pertanyaan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil). Definisi lain tentang kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melebihi harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan kualitas yang ideal.

[20] Fandy Tjiptono, Strategi pemasaran, (Yogyakarta: CV.Andi Offset, 1997), 51.

[21] Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran jasa*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2006), 175.

Sebaliknya jasa yang diterima atau dirasakan lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk. Model pengukuran kepuasan nasabah.

b. Karakteristik kualitas pelayanan

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang menentukan kualitas atau tidaknya suatu pelayanan jasa. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Sejalan dengan pengertian tersebut, dapat dijabarkan karekteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut:

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

Karateristik tersebut dapat diwujudkan sebagai dasar pemberian pelayanan terbaik bagi nasabah. Pengertian lebih luas disampaikan Daviddow dan Uttal bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasaan pelanggan. Sedangkan pengertian pelayanan prima merupakan terjemahaan dari istilah *"service excellent"* yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik. Disebut

sangat baik atau terbaik sesuai dengan strandart pelayanan yang berlaku atau dimiliki instansi pemberian layanan, dalam konteks ini adalah bank. [22]

c. Dimensi kualitas pelayanan

Salah satu hal yang dapat dijadikan sebagai acuan untuk memperoleh kepuasaan dan loyalitas pelanggan ialah dengan cara meningkatkan kualitas layanan. Kualitas layanan dapat diukur dengan menggunakan 5 dimensi yang diusulkan oleh Parasuram, Zeithaml dan Berry (1998), yaitu:

1) *Tangibles*, mencakup fasilitas fisik, peralatan dan penampilan pegawai.
2) *Reliability*, mencakup kemampuan untuk melakukan layanan yang sudah dijanjikan secara akurat.
3) *Responsiveness*, mengacu pada kemauan membantu pelanggan dan menyediakan layanan secara cepat dan mandiri.
4) *Assuranc*e, mencakup pengetahuaan keamanan , ketersediaan uang dan mesin ATM yang dapat dipercaya yang dimiliki bank, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
5) *Empathy*, meliputi lokasi mesin ATM yang strategi dan terjangkau, jaringan mesin ATM tersebar luas sampai daerah, fitur-fitur sesuai dengan kebutuhaan nasabah.[23]

3. Kepuasaan

a. Pengertian kepuasaan.

Kepuasaan pelanggan akan sangat bergantung pada kinerja penawaran dibanding dengan harapannya. Kepuasaan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya.

[22] Ikatan Bankir Indonesia, " *Mengolala Kualitas Layanan perbankan*", (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014), 75.

[23] Dadang Munandar," *Relationship Marketing Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing"*,(Yogyakarta: Ekuilibria, 2016), 84-85.

Tingkat kepuasaan merupakan fungsi dar perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance)* dan harapan (e*xpectations*). Jika kinerja dibawah harapan pelanggan tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan sangat puas, senang atau bahagia.

Kepuasaan nasabah adalah respon konsumen atau nasabah terhadap evaluasi (*dis-confirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. [24]

b. Faktor- faktor kepuasan nasabah

Menunjukan bahwa, pelanggan atau nasabah akan merasa puas, senang atau bahagia apabila memperoleh nilai hantaran bagi pelanggan yang tinggi. Kepuasan pelanggan akan menurun atau berkurang manakala pelanggan lebih banyak mengeluarkan biaya pelanggan total dari pada mendapatkan nilai pelanggan total. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan:

1) Nilai Produk dapat dievaluasi oleh nasabah melalui manfaat yang dapat ditawarkan oleh produk tersebut dibandingkan dari produk bank lain.
2) Nilai Pelayanan bagi nasabah sangatlah penting mengingat jasa bank merupakan jasa profesionalisme, sistem *online,* tabungan dengan ATM merupakan upaya bank di dalam memberikan layanan yang cepat dan akurat.
3) Nilai Personil tidak dapat dipisahkan dari nilai pelayanan dan nilai produk. Personil atau karyawan bank merupakan " aset tersembunyi" yang pemanfaatnya harus dimaksimalkan oleh bank.
4) Nilai Citra bank akan mudah dinilai oleh nasabah mengingat dalam kondisi pasar pembeli seperti ini saat ini, bayak pilihan bank dan membuat nasabah

[24] M. Nur Rianto Al-arif, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*,.....193.

juga semakin cermat mencari informasi untuk memilih bank dengan reputasinya baik.[25]

c. Metode pengukur kepuasaan

Ada beberapa metode yang digunakan untuk mengukur atau memantau kepuasan konsumen. Tjiptono mengungkapkan terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu:

1) Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang beroritentasi dengan nasabah atau pelanggan (customer oriented) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan melalui kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat yang strategis, yang mudah dijangkan atau dilewati nasabah, menyediakan kartu komentar, menyediakan telepon khusus, dll.

2) Ghost shopping

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran kepuasan nasabah adalah dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli atau konsumen potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka (*ghost shopper*) melaporkan teman-temannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaingnya berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk tersebut.

3) Lost customer analysis

Perusahaan berusaha menghubungi konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya bisa mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan.

[25] Murti sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta,2011), 227.

4) Survey kepuasan nasabah.

Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari nasabah dan sekaligus juga memberi tanda atau sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap nasabah.pengukuran kepuasan dapat dilakukan dengan beberapa cara antara lain:

a) *Directlely reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung dengan pertanyaan dengan skala berikut: sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju.

b) *Derived disatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasakan.

c) *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapan dua hal pokok. Pertama masalah-masalah yang mereka hadapi yang berkaitan dengan penawaran perusahaan. Kedua, saran untuk melakukan perbaikan.

d) *Importance performance analysis*

Dalam tehnik ini, responden diminta untuk merangking berbagai elemen atau atribut penawaran berdasarkan derajat setiap elemen tersebut. Selain itu, responden juga merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen atau atribut tersebut.[26]

[26] *Ibid*., 180

4. Loyalitas.

a. Pengertian loyalitas

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia Pengertian loyalitas adalah kepatuhan atau kesetiaan. Menyatakan bahwa loyalitas pelanggan (*costomer loyalty*) merupakan dorongan yag sangat penting untuk menciptakan penjualan. Loyalitas juga didefinisikan sebagai komitmen mendalam untuk membeli ulang atau mengulang pola prefensi produk atau layanan di masa yang akan datang, yang menyebabkan pembelian berulang merek yang sama atau suatu set merek yang sama, walaupun ada keterlibatan faktor situasional dan upaya-upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah merek. Membangun hubungan yang erat dengan pelanggan adalah mimpi semua pemasaran dan dalam hal ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Perusahaan yang membentuk ikatan pelanggan yang kuat harus memperhatikan sejumlah pertimbangan yang beragam. [27]

Paradigma kecocokan harapan berpendapat bahwa kesetiaan pelanggan (misalnya intensitas pembelian ulang kesediaan menyebarkan citra positif dari mulut kemulut) merupakan fungsi kepuasaan pelanggan, dan fungsi perbandingan kognitif dari harapan dengan pengalaman aktual. Kepuasaan atau ketidak puasaan pelanggan merupakan pengalaman yang dipengaruhi oleh kualitas dan *value* yang dirasakan dari produk jasa, kualitas dan *value* merupakan pendorong utama untuk perilaku pelanggan. Berdasarkan pengalaman kepuasaan yang dirasakan maka akan mendorong transaksi. Secara umum, diakui bahwa persepsi kualitas pelanggan didasarkan pada satu atau lebih atribut. Konsep pembentukan persepsi kualitas sebagai *value prediktif* dan *value confidence* atau atribut intristik atau ekstrinsik produk tersebut. *Value prediktif* didefinisikan sebagai tingkat nilai yang dipercaya yang berkaitan dengan indikator kualitas produk. *Value confidence* didefinisikan

[27] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga, 2008), 153.

sebagai penilaian atas kinerja yang diyakini pelanggan yang dapat dipersepsikan secara akurat. [28]

Loyalitas nasabah merupakan kecenderungan nasabah untuk memilih organisasi atau perusahaan yang ditawarkan diatas alternatif tawaran organisasi atau perusahaan pesaing. Dengan loyalitas yang diperkuat dengan komitmen diantara perusahaan dan nasabah akan lebih meningkatkan hubungan yang lebih dekat dengan penjaminan pemenuhaan kebutuhaan dan keingina nasabah atau pelanggan. [29]

b. Karakteristik Loyalitas

Loyalitas pelanggan merupakan ukuran yang dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan dan perilaku pembelian yang konsisten. Berikut adalah karakteristik dari loyalitas konsumen:

1) Melakukan pembelian secara teratur atau pembelian ulang. pelanggan yang telah melakukan pembelian suatu produk atau jasa sebanyak dua kali atau lebih.
2) Membeli di luar lini produk atau jasa (pembelian antar lini produk). Membeli semua barang atau jasa yang ditawarkan dan mereka butuhkan. Mereka membeli secara teratur, hubungan dengan jenis pelanggan ini sudah kuat dan berlangsung lama serta membuat mereka tidak terpengaruh oleh produk pesaing.
3) Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Membeli barang atau jasa yang ditawarkan dan yang mereka butuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur. Selain itu, mereka mendorong orang lain agar membeli barang atau jasa perusahaan tersebut. Secara tidak langsung, mereka telah melakukan pemasaran untuk perusahaan dan membawa konsumen kepada perusahaan.

[28] Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010),..... 99.
[29] Sofyan Assuri, *Strategic Marketing*, (Jakarta : Rajawali Press, 2012), 14-15.

4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk atau jasa sejenis, atau dengan kata lain tidak mudah terpengaruh oleh tarikan pesaing.[30]

c. Faktor yang mempengaruhi loyalitas

Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh lima faktor, yaitu :

1) Kepuasan (*Satisfaction*). Kepuasan pelanggan merupakan pengukuran antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima atau yang dirasakan.

2) Ikatan emosi (*Emotional bonding*). Konsumen dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumen dapat diidentifikasikan dalam sebuah merek, karena sebuah merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen tersebut. Ikatan yang tercipta dari sebuah merek ialah ketika konsumen merasakan ikatan yang kuat dengan konsumen lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama.

3) Kepercayaan (*Trust*). Kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.

4) Kemudahan (*Choice reduction and habit*). Konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah kualitas produk dan merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas konsumen seperti pembelian produk secara teratur dapat didasari pada akumulasi pengalaman setiap saat.

5) Pengalaman dengan perusahaan (*History with company*). Sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika mendapatkan

[30] Sutisna, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, (Bandung, Remaja Rosdakarya:2003), 97.

pelayanan yang baik dari perusahaan, maka akan mengulangi perilaku pada perusahaan tersebut.[31]

5. Pengaruh kualitas layanan ATM terhadap loyalitas.

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami tanggapan yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Hygid Starini menyatakan bahwa kualitas pelayanan tent berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Parasuman *et al* menemukan hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan keinginan untuk merekomendasi kepada orang lain. Unsur loyalitas lain yang adalah adanya dukungan terhadap produk atau layanan yang diwujudkan dalam komunikasi pengalaman positif seseorang.

Cronin dan Talylor menambahkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli kembali konsumen dan minat merekomendasi perusahaan orang lain. Kualitas pelayanan akan memelihara loyalitas menurut Zeinthaml *et al*,. Ketika konsumen menerima kualitas pelayanan yang lebih baik dari uang yang dikeluarkan mereka percaya menerima nilai baik (*good value*), dimana hal ini akan meningkatkan loyalitas kepada penyedia jasa. [32]

Selanjutnya Griffin mengemukakan keuntungan keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan yang loyal antara lain:

a. Dapat mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik pelanggan yang baru lebih mahal).

[31] Vanessa Gaffar, *Manajemen Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 240.

[32] Rully Indriastuti, " *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Karanganyar*", Jurnal Ekonomi Kewirausahaan Vol. 10, No.2 (Oktober 2010), 164-173

b. Dapat mengurangi biaya trasnsaksi .

c. Dapat mengurangi biaya turn over konsumen (karena penggantian konsumen yang lebih sedikit).

d. Dapat meningkatkan penjualan silang, yang akan memperbesar pasar perusahaan.

e. Mendorong *word of mouth* yang lebih posituf, dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas.

f. Dapat mengurangi biaya kegagalan (seperti biaya penggantian, dll).[33]

6. Pengaruh kepuasaan terhadap loyalitas.

Menurut Ishak , manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank, serta untuk tetap menjadi nasabah dari bank tersebut. Terciptanya loyalitas pelanggan merupakan hasil dari kepuasan konsumen, dimana konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikannya kepada rekan, sahabat dan keluarga. Keduanya saling berkesinambungan, menurut Aryani dan Febrina kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan.[34]

7. Pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasan terhadap loyalitas

Blomer *et.al* dan Blomer dan Ruyter, menjelaskan bahwa kepuasaan sering kali dipandang sebagai dasar munculnya loyalitas. Kepuasaan ternyata memeliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, seorang nasabah bank akan merasa puas setelah melakukan transaksi dan telah merasakan kualitas pelayanan melalui bank dan akan menimbulkan keinginan untuk menggunakan pelayanan tersebut dikemudian hari.

Penelitian yang dilakukan LeBlanc dan Nguyen membuktikan adanya signifikan antara kepuasaan dengan loyalitas.

---

[33] Ratih Hurriyati, ”*Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*”, (Bandung: Alfabeta, 2015), 128-129.

[34] Ibid., 134.

Kotller dan Keller mendefinisikan kualitas pelayanan adalah totalitas dari fitur dan karateristik suatu produk atau jasa yang memuat kemampuan untuk memebrikan kepuasaan terhadap kebutuhaan yang ada baik secara implisit atau eksplisit, kualitas pelayanan atau produk akan berdampak pada kepuasaan, loyalitas dan profitabilitas perusahaan.[35]

B. Kajian Penelitian Sebelumnya

Dalam tinjauan pustaka ini penulis mengemukakan hasil penelitian yang dianggap revelan dengan penelitian yang akan penulis lakukan, diantaranya:

Skripsi yang ditulis oleh Tri Yulianto tahun 2015 Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berjudul " *Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI)*", Variabel X_1= Kwalitas pelayanan *Assurance, Tangible, Reliabiliy, Responsive, emphat,* X_2=Kepercayaan Y=Kepuasaan nasabah, alat analisa Regresi ganda, hasil menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh.[36]

Skripsi yang ditulis oleh Sofyan Arif tahun 2012, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Indonesia yang berjudul " *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengolahaan ATM Pada PT. SSI Terhadap Kepuasaan Nasabah pada BNI Pasuruan*". Variabel X_1 menunjukan bahwa variabel *assurance*, X_2 *reliability*, X_3 *responsiveness*, X_4 *tangible*, X_5 secara individual (parsial), dan Y pengguna ATM BNI. Dengan metode analisa Regresi ganda, hasil menunjukan Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel *assurance*, *reliability*, *responsiveness*, *tangible*, individual (parsial) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasaan nasabah ATM BNI. [37]

---

[35] *Ibid*., 134.

[36] Tri Yulianto, " *Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI)*", skripsi (Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015).

[37] Sofyan Arif, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengolahaan ATM Pada PT. SSI Terhadap Kepuasaan Nasabah pada BNI Pasuruan*", skripsi (Pasuruan: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Indonesia, 2012).

Dalam kedua skripsi sama-sama membahas mengenai kualitas pelayanan ATM dan juga metode analisis yang digunakan. Sedangkan perbedaaannya terdapat pada variabel dependenya kalau kedua skripsi membahas tentang kepuasaan namun pada skripsi ini membahas dua variabel dependen yaitu kepuasaan dan loyalitas nasabah.

Skripsi yang ditulis oleh Syaipulla tahun 2011, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Hasyim Riau yang berjudul " *Pengaruh Kemanfaatan Kartu ATM terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Pekan Baru"*, Variabel X_1 Penarikan tunai, X_2 Setoran tunai, X_3 Pembelian, X_4 Transfer dana, X_5 pembayaran, X_6 pembelanjaan, Y= Kepuasaan Nasabah, alat analisa regresi ganda, hasil menunjukan bahwa variabel penarikan tunai, setoran tunai, pembelian, transfer dana, pembelanjaan, pembayaran berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasaan nasabah.[38]

Kalau pada skripsi ini sama-sama membahas tentang kepuasaan sebagai variabel dependenya namun pada skrisipsi ini ditambahi loyalitas sebagai variabel dependennya. Sedangkan perbedanya antara variabel independennya membahas tentang kemanfaatan ATM dan pada skripsi ini membahas mengenai kualitas layanan ATM.

Skripsi yang ditulis Dewi Rosa Indah tahun 2016 Universitas Samudra yang berjudul, " *Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa*", Variabel X_1 Pengaruh E- Banking, X_2 Kualitas Layanan, Y Loyalitas alat analisa linier regresi berganda dan hasilnya penelitian bahwa semua variabel perpengaruh terhadap loyalitas.[39]

Skripsi yang ditulis Sutrisni tahun 2010 Universitas Diponegoro Semarang yang berjudul, " *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Desain Produk Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*", Variabel X_1 Kualitas Produk, X_2 Kualitas

[38] Syaipulla , " *Pengaruh Kemanfaatan Kartu ATM terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Pekan Baru"*, Skripsi (Riau : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Hasyim Riau, 2011).

[39] Dewi Rosa Indah , " *Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa*", Skripsi (Aceh : Universitas Samudera, 2016).

Layanan, X_3 Desain Produk, X_4 Harga, X_5 Kepercayaan, Y Loyalitas Pelanggan, alat analisa linier regresi berganda dan hasil penelitian bahwa semua variabel berpengaruh pada loyalitas.[40]

Persamaannya dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang kualitas layanan dan metode analisis yang digunakan sama. Perbedaannya terdapat pada variabel dependenya.

Skripsi yang ditulis Aris Irnanda tahun 2016, Universitas Negeri Yogyakarta yang berjudul, "*Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta)*", Variabel *assurance*, *reliability*, *responsiveness*, *tangible*. X kulitas Pelayanan Y loyalitas nasabah Z Kepuasaan nasabah. Alat analisis jalur, dan hasil penelitian bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh kepada kepuasaan, kualitas layanan berpengaruh pada loyalitas. [41]

. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan. Perbedaannya metode analisis berbeda dan terdapat satu variabel dependennya.

Skripsi yang ditulis oleh Victor Salay tahun 2008, Universitas Negeri Surabaya yang berjudul, " *Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasaan dan Loyalitas Nasabah BRI Cabang Kertajaya Surabaya*", Variabel X_1 Kualitas Layanan, X_2 Penanganan Komplain, Y_1 Kepuasaan, Y_2 Loyalitas. Alat Regresi sederhana, dan hasil bahwa semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasaan dan loyalitas.[42]

---

[40] Sutrisni, "*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Desain Produk Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*", Skripsi (Semarang : Universitas Diponegoro Semarang, 2010).

[41] Aris Irnanda, "*Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta)*", Skripsi (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016).

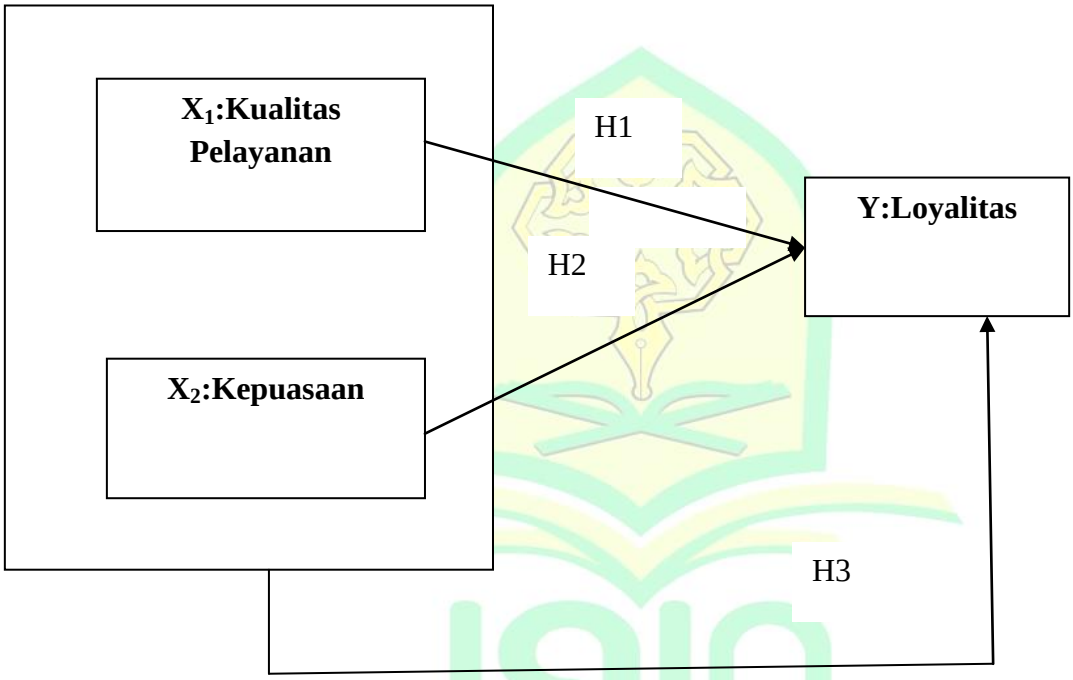
[42] Victor Salay, " *Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasaan dan Loyalitas Nasabah BRI Cabang Kertajaya Surabaya*", skripsi (Surabaya: Universitas Negeri Surabaya, 2008).

Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang kualitas pelayanan, metode analisis sama dan variabel independennya sama. Perbedaannya variabel dependenya satu pada penelitian ini

C. Kerangka Berfikir.

Penelitian ini mencoba untuk mengkaji hubungan pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasaan nasabah terhadap loyalitas nasabah BRI Ponorogo. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini akan dijelaskan pada gambar dibawah ini:

Gambar 2.1. Kerangka berfikir.



Keterangan:

X1= Kualitas Pelayanan

X2= Kepuasaan.

Y = Loyalitas.

Gambar tersebut menunjukkan variabel pengaruh adanya kualitas pelayanan (ATM) *Automatic teller machine* dan kepuasaan nasabah terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah.

D. Hipotesis penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis berasal dari kata "*hypo*" yang berarti "di bawah" dan "*thesa*" yang berarti "kebenaran". Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka.[43] Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik. [44]

1. Dewi Rosa Indah (2016) dan Aris Irnanda (2016) menyatakan bahwa pelayanan kualitas berpengaruh pada loyalitas. Sementara itu menurut Penelitian yang dilakukan oleh Hygid Starini (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tent berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.Parasuman *et al* (1998) menemukan hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan keinginan untuk merekomendasi kepada orang lain. Unsur loyalitas lain yang adalah adanya dukungan terhadap produk atau layanan yang diwujudkan dalam komunikasi pengalaman positif seseorang.

   H_1= pengaruh kualitas pelayanan ATM berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

2. Syaipulla tahun (2011) menyatakan bahwasanya kepuasaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sementara itu menurut Ishak, manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank, serta untuk tetap menjadi nasabah dari bank tersebut. Terciptanya loyalitas pelanggan merupakan hasil dari kepuasan konsumen, dimana konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikannya kepada rekan, sahabat dan keluarga. Keduanya saling

[43] Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2012), 63.

[44] Sugiono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 64.

berkesinambungan, menurut Aryani dan Febrina kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

H_2 = Pengaruh kepuasaan terhadap loyalitas nasabah.

3. Victor Salay tahun (2008) menyatakan hasil bahwa semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasaan dan loyalitas. Sementara itu menurut Blomer *et.al* dan Blomer dan Ruyter, menjelaskan bahwa kepuasaan sering kali dipandang sebagai dasar munculnya loyalitas. Kepuasaan ternyata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, seorang nasabah bank akan merasa puas setelah melakukan transaksi dan telah merasakan kualitas pelayanan melalui bank dan akan menimbulkan keinginan untuk menggunakan pelayanan tersebut dikemudian hari.Penelitian yang dilakukan LeBlanc dan Nguyen membuktikan adanya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan antara kepuasaan dengan loyalitas.

   H_3 = Pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasaan terhadap loyalitas nasabah.

IAIN PONOROGO

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan penelitian

Metodologi berasal dari kata *metode* yang artinya cara tepat sesuatu, dan *logos* yang artinya ilmu pengetahuaan. Jadi, metodologi penelitian ialah suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan dalam penelitian.[45] Berdasarkan jenis datanya penelitian dibagi menjadi 2 yakni penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka. Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan analisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut. [46]

Dalam rancangan penelitian ini penulis menggunakan variabel. Adapun variabel pada dasarnya adalah sesuatu yang bentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulanya.[47] Variabel yang digunakan adalah variabel bebas yaitu merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahaan atau timbulnya variabel depende, dan variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. [48] dalam penelitian ini variabel indepennya adalah kualitas pelayanan ATM dan variabel dependenya adalah kepuasaan dan loyalitas nasabah.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Tabel 3.1

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Item	Sumber

[45] Chalid Narbuko dan Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Pumi Askara, 1999), 1.

[46] Nanang Martono, *Metode peneltian Kuantitatif Analisis isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi (Jakarta : Rajawali Pres, 2012), 20.*

[47] Sugiono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*,.14

[48] Ibid., 60.

Penelitian			
X= Kualitas Layanan.	1. *Assurance:* keamanan 2. *Tangible*: fasilitas fisik 3. *Reliability*: layanan yang akurat 4. *Responsive*: layanan cepat dan mandiri 5. *Emphaty*: lokasi	1	Dadang Munandar, Relationship Marketing Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing, 84-85.
Y1= Kepuasaan	1. Nilai Produk. 2. Nilai Pelanggan. 3. Nilai Personil 4. Nilai Citra. 5. Keluhaan atau pendapat	1	Murti sumarni, Manajemen Pemasaran Bank, 227, Kotler dkk, 2000: 52.
Y2= Loyalitas	1. Kepuasan 2. Ikatan emosi 3. Kepercayaan 4. Kemudahan 5. Pengalaman dengan perusahaan	1-5	Vanessa Gaffar, Manajemen Bisnis, 240.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh obyek penelitian atau disebut juga universe. Menurut nawawi populasi adalah keseluruhaan subyek yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuhaan,

gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi sebagai sumber. Populasi dirumuskan sebagai semua anggota kelompok orang kejadian atau obyek yang telah dirumuskan secara jelas. Atau kelompok lebih besar dari sasaran generalisasi.[49] Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 3.345 bulan november 2017 nasabah pengguna ATM BRI Syariah Ponorogo.[50]

2. Sampel

Merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau, sampel dapat didefinisikan sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.[51] Intrumen penelitian alat bantu yang digunakan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Pada penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuesioner (angket) merupakan serangkaian pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. [52] dalam hal ini responden atau nasabah pengguna ATM BRI Syariah Ponorogo.

Teknik sampling merupakan teknik pemgambilan sampel. Teknik sampling pada dasarnya dibagi dua yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *probability sampling* menurut Sugiyono teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangakan cara pengambilan sampel dengan *simple random sampling* menurut Sugiyono pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.[53]

[49] Tukiran Taniredja dan Hidayat Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 33

[50] Gatot, *Hasil Wawancara*, 03 Januari 2018.

[51] Martono, *Metode Penelitian*, 74.

[52] Suharsimi Arikunto, *Manajemen penelitian*, (Jakarta: PT Rineka Citra, 2016), 102.

[53] Ibid, 75.

Ukuran sampel yang digunakan untuk menghitung anggota berdasarkan rumus slovin yaitu

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

e = Standar error atau persen kelonggaran ketidak teliti karena kesalahaan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diingkan sebesar 0.05.

Berdasarkan informasi dari pihak BRI Syariah Ponorogo nasabah pengguna ATM 3.345 bulan november 2017. Maka jumlah sampel yang diambil merujuk pada rumus diatas, maka penentuan sampel dirumuskan.

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

$$n = \frac{3345}{1 + (3345)(0{,}05)^2}$$

$$n = 357$$

disebabkan karena tidak tersedianya waktu, dana, tempat dan tenaga terbatas, mungkin saja peneliti terpaksa membatasi jumlah subjek penelitian yang diambil yakni melaksanakan sampel, yaitu menggunakan sebagian dari populasi sebagai obyek penelitian.[54] Sehingga dalam penelitian diambil sampel 100 responden. Dikarenakan ukuran sampel lebih dari 30 sampai dengan 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian

[54] *Ibid*., 94.

jika sampel dipecah dalam subsampel pria atau wanita, junior atau senior, dan lain-lainya.ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.[55]

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Dikatakan data primer , karena dalam penelitian ini data yang dibutuhkan yakni respon terhadap kualitas layanan ATM terhadap kepuasaan dan loyalitas, sehingga peneliti harus melakukan pengumpulan sendiri berdasarkan kebutuhaan peneliti. [56] dalam penelitian ini data primer diperoleh dari nasabah BRI Syariah Ponorogo yang menjadi sampel dalam penelitian ini selanjutnya disebut responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket)

   Kuesinoner adalah suatu teknik pengumpulan informasi dengan jalan mengajukan pertanyaan tertulis.[57] Teknik ini digunakan utnuk pengambilan data mengenai pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap kepuasaan dan loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo. Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert yang artinya skala yang apat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.[58]

2. Dokumentasi

   Dokumentasi ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa latar belakang BRI Syariah, berapa ATM yang tersedia, jumlah nasabah pengguna ATM BRI Syariah.

F. Metode Pengolahaan dan Anilisis Data

---

[55] *Ibid., 102.*

[56] Dadang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi : Alat Statistik dan Analisis Output Komputer*, (Yogyakarta : CAPS, 2011), 22

[57] Dudung Abdurahman, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta, 2003), 45.

[58] Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* ,(Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 50.

1. **Instrumen Pengolahaan data**

Dalam penelitian ini teknik pengukuran yang digunakan yaitu dengan menggunakan skala Likert (*method of summated ratings*). Skala ini terdiri atas sejumlah pertanyaan yang semuanya menunjukan sikap terhadap sautu objek tertentu yang akan diukur, untuk setiap pertanyaan akan disediakan sejumlah alternatif yang berjenjang bertingkat. [59] nilai peringkat setaip jawaban atau tanggapan dijumlah sehingga mendapatkan nilai total. Dalam penelitian ini jawaban responden diberi skor berdasarkan Skala Likert sebagai berikut:.

a. Sangat Setuju (SS) = 1
b. Setuju (S). = 2
c. Tidak Setuju (ST). = 3
d. Sangat Tidak Setuju (STS) = 4

2. **Analisis data**

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Selain itu validitas adalah suatu yang menunjukan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur.

Untuk menguji validitas instrumen dengan melihat nilai *person correlation* dibandingkan dengan nilai r kritik (r_{hitung}) pada tabel harus lebih besar. [60]

[59] Irwan Soeharto, *Metode Penelitian Sosial, Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan sosial dan Ilmu Sosial Lainya,* (Bandung Remaja Rosdakarya, 2004), 77.

[60] Danang Sunyoto, *Praktik SPSS Untuk Kasus Dilengkapi Penelitian Bidang Ekonomi*, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 108

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Nomor Butir Pertanyaan	**Koefisien Korelasi (r_{hitung})**	**r_{tabel}**	**Keterangan**
KP 1	0,670	0,198	*Valid*
KP 2	0,747	0,198	*Valid*
KP 3	0,473	0,198	*Valid*
KP 4	0,812	0,198	*Valid*
KP 5	0,464	0,198	*Valid*
KP 6	0,730	0,198	*Valid*
KP 7	0,790	0,198	*Valid*
KP 8	0,271	0,198	*Valid*
KP 9	0,781	0,198	*Valid*
KP 10	0,785	0,198	*Valid*
KP 11	0,339	0,198	*Valid*
KP 13	0,605	0,198	*Valid*
KP 13	0,718	0,198	*Valid*
KP 14	0,418	0,198	*Valid*

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai kriteria *valid* untuk semua item pertanyaan dengan nilai koefisien korelasi atau r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel}. Dikatakan *valid* hal ini menunjukan bahwa setiap item mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pertanyaan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Kepuasaan

Nomor Butir Pertanyaan	**Koefisien Korelasi (r_{hitung})**	**r_{tabel}**	**Keterangan**
KN 1	0,645	0,198	*Valid*
KN 2	0,759	0,198	*Valid*
KN 3	0,593	0,198	*Valid*
KN 4	0,616	0,198	*Valid*
KN 5	0,631	0,198	*Valid*

Sumber: Data primer yang diolah

Berdaarkan tabel diatas menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai kriteria *valid* untuk semua item pertanyaan dengan niali koefisien korelasi atau r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel}. Dikatakan *valid* apabila setiap item mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pertanyaan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Loyalitas

Nomor Butir	**Koefisien Korelasi (r_{hitung})**	**r_{tabel}**	**Keterangan**

Pertanyaan			
LN 1	0,809	0,198	*Valid*
LN 2	0,750	0,198	*Valid*
LN 3	0,799	0,198	*Valid*
LN 4	0,808	0,198	*Valid*
LN 5	0,771	0,198	*Valid*

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai kriteria *valid* untuk semua item pertanyaan dengan niali koefisien korelasi atau r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel}

Berdasarkan hasil pengujian diatas, maka dapat disimpulkan untuk setiap variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan, kepuasaan dan loyalitas nasabah mempunyai kriteria *valid* untuk semua item pertanyaan dengan nilai koefisien korelasi lebih besar dari pada nilai r_{tabel} yaitu 0,198. Dikatakan *valid* apabila setiap item mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pertanyaan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Satu data dapat dikatakan reliabel jika memberikan nial *Cronbach*'s *Alpha* lebih dari 0,06 tabel menunjukan hasil uji reliabilitas untuk tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

. Tabel 3.5

Hasil Uji Reliabilitas

Nomor Butir Pertanyaan	*Cronbach*'s *Alpha*	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,753	0,06	Reliabel
Kepuasaan	0,762	0,06	Reliabel
Loyalitas	0,803	0,06	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukan *Cronbach*'s *Alpha* atas variabel kualitas pelayanan adalah 0,753, kepuasaan 0,762 dan loyalitas 0,803. Dengan demikian dapat disimpulakm bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai *Cronbach*'s *Alpha* lebih besar dari 0,06. Dikatakan reliabel apabila setiap item mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pertanyaan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

c. Uji Asumsi Klasik

1). Uji Multikoleniaris

Uji multikoleniaris merupakan uji yang ditunjukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (variabel dependen). Model uji regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikoleniaris. Untuk mendekteksi ada atau tidaknya multikoleniaris dalam model regresi dapat melihat dengan VIF (*Varion Inflantion Factor*) yang dapat dihitung dengan menggunakan persamaaan:

$$\textbf{VIF} = \frac{1}{Variance}$$

Untuk menunjukan bahwa multikoleniaris adalag nilai tolarnce < 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10. [61]

2). Uji Heteroskedastisitas

[61] Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPS*S, (Yogyakarta: Atma Jaya , 2009), 119.

Bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu ke pengamatan lainya. Jika pengamatan tetap maka disebut dengan homoskedastisitas, namun jika tidak disebut heteroskedastisitas. [62] model regresi yang baik adalah yang hemoskedastisitas.

d. Regresi Linier Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal sautu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$\mathbf{Y = a + bX}$$

Dimana:

Y = Subyek dalam variabel dependen yang dipresepsikan.

a = Kepuasaan dan loyalitas Y ketika layanan kualitas ATM X = 0 (harga konstan).

b =Angka arah koefisien regresi, yang menunjukan angka peningkatkan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahaan variabel dependen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) arah garis turun.

X = subyek variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Secara teknis harga b merupakan tangen dar (perbandingan) antara panjang garis variabel dependen, setelah persamaan regresi ditemukan.

e. Metode Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan pengembangan dari regresi linear sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen).

[62] Danang Sunyoto, *Praktik SPSS untuk kasus*, (Yogyakarta : Nuha Medika, 2011), 125.

Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (independen) yang digunakan. Penerapan metode regresi berganda jumlah variabel bebas (independen) yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel terikat (dependen).[63]

Analisis regresi berganda merupakan alat yang digunakan untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas $X_1X_2 \ldots X_i$ terhadap satu variabel terikat Y. [64] Bentuk matematika dari analisis regresi berganda dari variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2}$$

Keterangan:

Y : Loyalitas

a : Konstanta

b : Koefisien

X_1 : Kualitas Pelayanan ATM

X_2 : Kepuasaan

f. Hipotesis

1) Uji t

Uji t untuk melihat signifikansi pengaruh variabel independen dengan menganggap variabel bersifat konstan. Untuk pengambilan kesimpulannya dinyatakan dengan melihat signifikansi dan membandingkan dengan taraf kesalahan (signifikansi) yang dipakai yakni jika nilai profitabilitas < nilai alpha (α), maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapaun dasar pengambilan keputusan adalah:

[63] Ibid.,405.

[64] Ating Somantri dan Sambas Ali Muhidin, *Aplikasi Statistika dalam Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 250.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya variabel bebas (X) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya variabel bebas (X) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Kemudian mengambil kesimpulan:

Jika sig > α (0,05), maka h_0 diterima.

Jika sig < α (0,05), maka h_0 ditolak.

2) Uji F

Uji F dipakai untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara kesuluruhan terhadap variabel dependen. Untuk melihat pengaruh yang terjadi dilakukan dengan membandingkan sig dengan nilai tingkat kepercayaan 0,05. Apabila nilai sig lebih kecil dari nilai derajat kepercayaan (sig < 0,05), berarti terdapat hubungan yang signifikan antara semua variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan adalah:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka h_0 ditolak h_a diterima artinya variabel bebas secara serentak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka h_0 diterima h_a ditolak artinya variabel bebas secara serentak tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Dan mengambil keputusan sebagai berikut:

Jika sig > α (0,05), maka h_0 diterima dan h_a ditolak.

Jika sig < α (0,05), maka h_0 ditolak dan h_a diterima.[65]

[65] Sunyoto, *Praktik*, 125.

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PEMBAHASAAN

A. Gambaran Umum Bri Syariah Ponorogo

1. Sejarah Singkat Bank BRI Syariah Ponorogo

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terhadap Bank Arta Jasa pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya 10/67/KEP/GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula konvensional, kemudian diubah berdasarkan prinsip syariah Islam.

Dua tahun lebih PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan pelayanan prima (*excellent sevise*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah. Kehadiran PT. Bank BRI Syariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pada cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dan warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk.

Aktivitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia untuk melebur kedalam PT. Bank BRI Syariah (proses spin off) yang berlaku efektif pada 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT Bank Rakyat Indonesia Tbk dan Bapak Ventje Rahardjo selaku direktur utama PT Bank BRI Syariah. Saat ini PT.

Bank BRI Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan asset PT Bank BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi asset, jumlah pembiayaan dan perolehan

dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT Bank BRI Syariah menargetkan ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam uk dan layanan perbankan. Sesuai dengan visinya, saat ini PT Bank BRI Syariah merintis sinergi dengan PT Bank Rakyat Indonesia dengan memanfaatkan jaringan kerja PT Bank BRI sebagai kantor layanan syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan consumer berdasarkan prinsip syariah. [66]

2. Visi dan Misi Bank BRI Syariah

   a. Visi :

      Menjadikan Bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

   b. Misi :

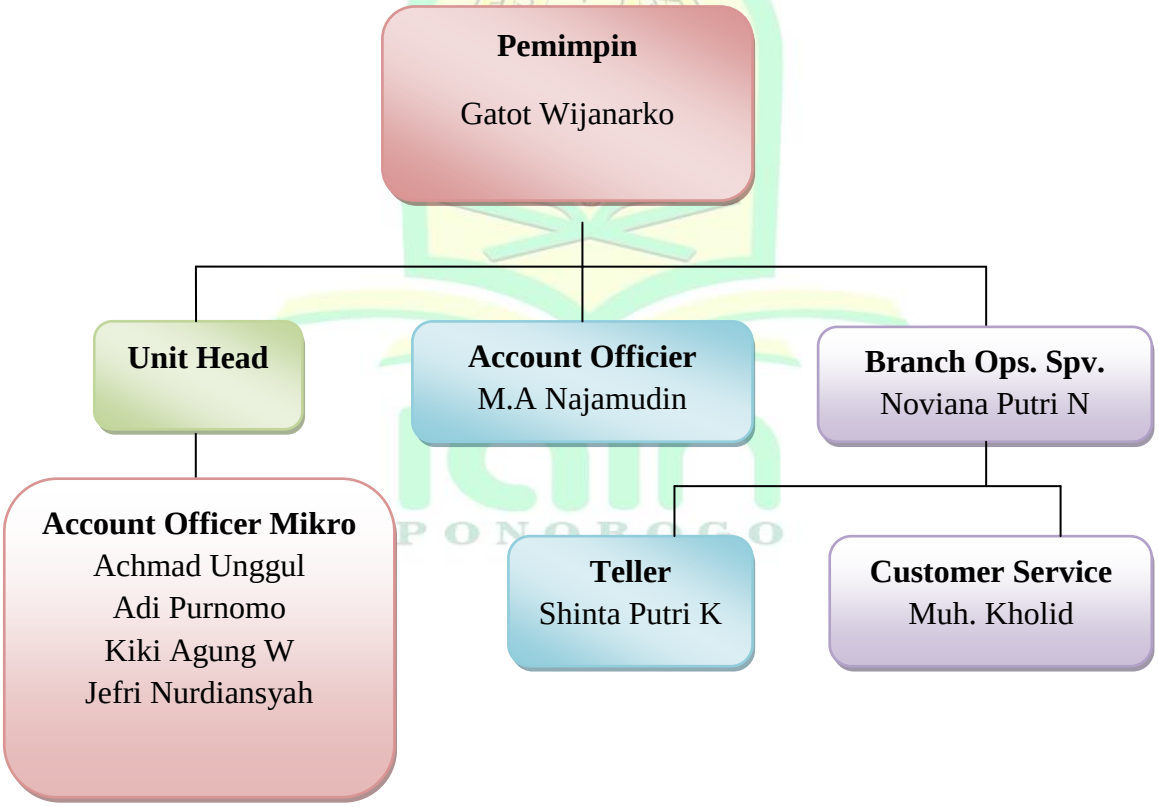
      1) Memahami kergaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
      2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip syariah.
      3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapanpun dan dimanapun.
      4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas prima dan menghadirkan ketentraman pikiran. [67]

[66] Annual Report BRI Syariah 2010, hal 7-8
[67] Ibid,. 10

3. Struktur Organisasi Bank BRI Syariah

Gambar 4.1

Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Ponorogo



a. Tugas Pemimpin Cabang Pembantu:

Penanggung jawab seluruh devisi di seluruh BRI Syariah Ponorogo.

b. Tugas Account Officer :

Pemasaran produk perbankan terutama pada produk pembiayaan konsumtif.

c. Tugas Account Officer Mikro:

Melayani nasabah yang ingin mendapatkan pelayanan jasa pembiayaan.

d. Tugas *Teller* :

1) Melayani nasabah untuk transaksi setor dan penarikan tunai dan non tunai serta transaksi lainnya sesuai aturan.

2) Memberikan dukungan kepada Supervisor Branch Operation, Operation Manager, Pimpinan Cabang, berupa:

a) Memproses layanan operasi baik tunai maupun non tunai yang dilakukan nasabah di *teller*, dengan akurat dan tepat waktu secara konsisten.

b) Sebagai nara sumber dalam layanan operasi tunai dan non tunai sesuai kewenangan dan tanggungjawabnya.

c) Menjadi bagian dari tim operation yang solid, dapat bekerjasama dan berkomunikasi secara efektif.

e. Tugas *Customer Service* :

1) Memberikan informasi baik produk maupun layanannya yang dibutuhkan oleh nasabah atau calon nasabah.

2) Melayani nasabah dalam pembukaan dan penutupan rekening serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.

3) Memberikan dukungan kepada *Supervisor Branch Operation*, Manager, Pimpinan Cabang, berupa: Memproses layanan operasi pembukaan dan penutupan rekening, serta transaksi lainnya yang dilakukan nasabah di customer service, dengan akurat, sopan, ramah dan tepat waktu secara konsisten

4) Sebagai nara sumber dalam layanan operasi dan produk Bank sesuai dengan kewenangan dan tanggung jawabnya.

5) Menjadi bagian dari tim operation yang solid, dapat bekerjasama dan berkomunikasi efektif.

f. Tugas *Branch Operasional Supervisor* :

1) Mengkoordinasi pelaksanaan operasional Bank di Kantor Cabang/ Cabang Pembantu dengan cara memberikan layanan operasional Bank yang akurat dan tepat waktu, sehingga seluruh transaksi dari nasabah dapat ditandatangani dan diselesaikan secara *excellent*.

2) Memberikan dukungan kepada Pimpinan Cabang, serta seluruh jajaran bisnis dan support di Cabang, berupa:

   a) Menyediakan layanan operasi kas, pembukaan/ penutupan rekening, transfer, RTGS, pencairan pembiayaan yang akurat dan tepat waktu secara konsisten.

   b) Melaksanakan layanan Operasi lainnya yang dilakukan di Kantor Cabang/ Cabang Pembantu sehingga tidak terdapat *open item* dalam jangka waktu lama.

   c) Sebagai narasumber dalam layanan operasi Kantor Cabang/ Cabang Pembantu baik internal Bank maupun dengan jaringan Bank eksternal lainnya.

   d) Membangun *team work* dan komunikasi yang efektif di Kantor Cabang/ Cabang Pembantu. [68]

4. Fasilitas Dan Sarana Prasana Bank BRI Syariah

Selama observasi yang dilakukan pada saat melakukan kegiatan PPLK di dapatkan bahwa bentuk dan keadaan fisik Bank BRI Syariah KCP Ponorogo yang dibangun dengan permanen dan memiliki fasilitas yang lengkap. Bank BRI Syariah KCP Ponorogo memiliki fasilitas tempat parkir dan bangunan gedung. Adapun perincian jumlah bangunan gedung BRI Syariah KCP Ponorogo sebagai berikut :

a. Ruang pimpinan : 1

b. Ruang teller : 1

c. Ruang rapat : 1

d. Ruang tunggu nasabah : 1

[68] Hasil Wawancara dengan Bu Noviana Putri N, pada tanggal 2 Oktober 2017, pukul 13.30.

e. Ruang operational : 1

f. Ruang AO dan AOM : 1

g. Pantry : 1

h. Mushola : 1

i. Toilet : 2

Dan adapun prasarana yang terdapat di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo adalah sebagai berikut :

a. Komputer : 7

b. Printer : 4

c. Scaner : 2

d. AC : 3

e. Telepon : 6

f. Brankas : 2

g. Ruang mesin ATM : 1

h. Meja kerja : 12

i. Kursi kerja : 16

j. Kursi nasabah : 10

k. Papan produktivitas : 1

l. Papan informasi : 3

m. Peta ruang lingkup kerja : 1

n. Jam dinding : 3

o. X-banner : 2

p. Lemari besi : 5

q. Rak arsip : 1 [69]

[69] Hasil Wawancara dengan Bapak Yanto, pada tanggal 4 Oktober 2017, pukul 13.45

B. Hasil Pengujian Diskriptif.

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelyanan ATM terhadap kepuasaan dan loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo, yang beralamat Jalan Soekarno Hatta No.2B, Bangunsari, Kecamatan Ponorogo. Data penelitian dikumpulkan dengan membagikan angket secara langsung kepada responden sebanyak 100 kuesioner. Agar bisa mendapatkan gambaran umum responden maka dilakukan analisa deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, status perkawinan dan pendidikan terakhir.

1. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah pengguna ATM BRI Syariah Ponorogo adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Data Frekuensi Jenis Kelamin Responden

SEX

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
LAKI-LAKI	53	53.0	53.0	53.0
PEREMPUAN	47	47.0	47.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan data di atas dapat ditunjukkan tentang jenis kelamin nasabah pengguna ATM BRI Syariah Ponorogo yang berjumlah 100, responden laki-laki berjumlah 53. Dan

responden perempuan berjumlah 47 orang. Dengan ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah berjenis kelamin laki-laki.

2. Usia

Adapun data mengenai usia responden nasabah pengguna ATM BRI Syariah Ponorogo adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Data Frekuensi Usia Responden

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20-25	18	18.0	18.0	18.0
26-30	14	14.0	14.0	32.0
>30	68	68.0	68.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat ditunjukkan tentang usia nasabah pengguna ATM BRI Syariah Ponorogo yang berjumlah 100. Responden yang berusia 20-25 tahun yaitu berjumlah 18 orang. Responden yang berusia 25-30 tahun yaitu berjumlah 14 orang. Dan responden yang berusia > 30 tahun yaitu berjumlah 68 orang. Dengan ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah berusia > 30 tahun.

3. Status Pernikahaan

Adapun data mengenai status pernikahaan nasabah pengguna ATM BRI Syariah Ponorogo adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Data Frekuensi Status Perkawinan Responden

Staper (Status Perkawinan)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
MENIKAH	69	69.0	69.0	69.0
BELUM MENIKAH	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat ditunjukkan tentang tentang status perkawinan nasabah pengguna ATM BRI Syariah Ponorogo yang berjumlah 100. Responden yang menikah 69 dan yang belum menikah 39. Dengan ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah sudah menikah.

4. Pendidikan Terakhir

Adapun data mengenai pendidikan terakhir nasabah pengguna ATM BRI Syariah Ponorogo adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4

Data Frekuensi Pendidikan Terakhir Responden

DIDIK (Pendidikan)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SD	10	10.0	10.0	10.0
SMP	15	15.0	15.0	25.0
SMA	53	53.0	53.0	78.0
S1	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan terakhir nasabah pengguna ATM BRI Syariah Ponorogo menunjukkan bahwa mayoritas responden yaitu lulusan SMA, lalu lulusan Sarjana/S1 sebanyak 22 orang, dan lulusan SMP 15 orang dan SD 10. Dengan hal tersebut menunjukkan bahwasannya sebagian besar pendidikan terakhir nasabah pengguna ATM BRI Syariah Ponorogo adalah lulusan SMA.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang ditujukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Metode yang sering digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah *Variance Inflactor Factor* (*VIF*) yaitu *VIF* < 10, jika kriteria tersebut terpenuhi maka hasil uji analisis pada penelitian tidak terjadi multikolinearitas.[70] Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

[70] Ibid.,123.

Tabel 4.5

Uji Multikolinearitas – Kualitas Pelayanan ATM dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,592	1,236		2,097	,039		
	TOTKP	,275	,046	,653	5,959	,000	,421	2,374
	TOTKN	,090	,125	,079	,717	,475	,421	2,374

a. Dependent Variable: TOTLN

Sumber: Olah Data SPSS

Dari hasil output di atas menunjukkan bahwa variable KP (kualitas pelayanan) dan KN (kepuasan nasabah) bernilai VIF 2,374 yang berarti bahwa semua variabel independen tersebut saling berpengaruh terhadap variabel independen yang lain sebab telah memenuhi nilai VIF kurang dari 10 (<10). Maka, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen tersebut tidak mengalami multikolinearitas terhadap variabel independen yang lain, karena kriteria VIF telah terpenuhi. Sehingga semua variabel independen tersebut bisa diujikan dalam uji regresi linier sederhana karena tidak memenuhi kriteria VIF.

2. Uji Heteroskedastisitas

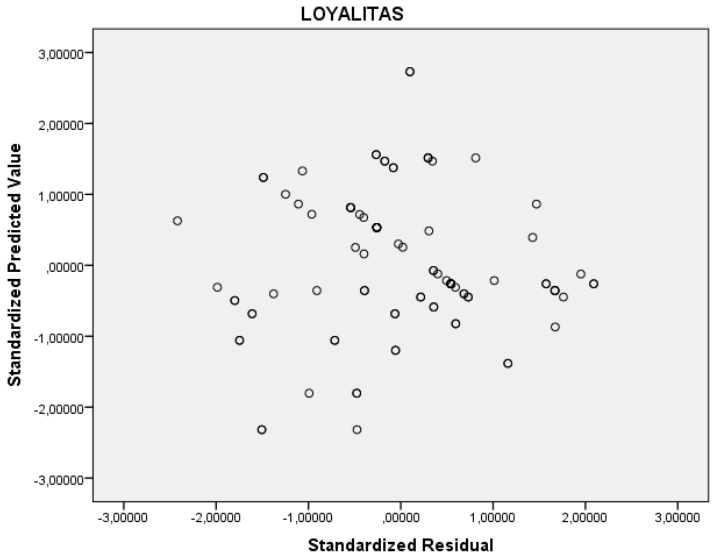
Heterokedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Penelitian yang baik harus terbebas dari

heterokedastisitas. Salah satu cara untuk melihat adanya problem heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot (*scatterplot*). Jika pada *scatterplot* titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar di bawah maupun di atas titik origin/angka 0 pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola teratur, bisa dipastikan bahwa penelitian tidak terjadi heterokedastisitas.[71] Seperti pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.2

Uji Heteroskedastisitas – Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepuasaan Terhadap Loyalitas.

[71] Danang Sunyoto, *Praktik SPSS untuk Kasus* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 125.



Sumber: Olah Data SPSS

Pada gambar di atas, titik-titik menyebar di atas maupun di bawah titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat gejala heterokedastisitas, melainkan homoskedastisitas. Artinya bahwa semua variabel independen dapat dapat diujikan regresi linier sederhana dan uji hipotesis nilai uji t secara signifikan.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

1. Analisis Regresi Linier Sederhana.

Tabel 4.7

Hasil Uji Regresi Linier sederhana- Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM Terhadap Loyalitas

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,712[a]	,507	,502	1,935	1,398

a. Predictors: (Constant), TOTKP

b. Dependent Variable: TOTLN

Sumber: Olah Data SPSS

Analisis:

1) Nilai R dalam regresi sederhana menunjukan besarnya korelasi variabe menunjukan hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasaan 0,7 71,2%.
2) Nilai R *Square* sebesar 0,502 berarti peran kontribusi variabel kualitas pe mampu menjelaskan variabel kepuasaan sebesar 50,2%.

Tabel 4.8

Hasil Uji Regresi Linier sederhana- Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM Terhadap Loyalitas

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	377,994	1	377,994	100,978	,000[b]
	Residual	366,846	98	3,743		
	Total	744,840	99			

a. Dependent Variable: TOTLN

b. Predictors: (Constant), TOTKP

Sumber: Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel Anova diatas diperoleh $f_{hitung} > f_{tabel}$ (100,978 > 0,198) dan nilai signifikan < a (0,000 < 0,05) maka Ha ditolak, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasaan.

Tabel 4.9

Uji Regresi Linier Sederhana - Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM Terhadap Loyalitas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,874	1,169		2,458	,016		
TOTKP	,301	,030	,712	10,049	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: TOTLN

Sumber: Olah Data SPSS

Pada tabel Coefficients, pada kolom B pada Constant (a) adalah 2,874; sedang nilai kualitas pelayanan (b) adalah 0,301; sehingga persamaan regresi ditulis:

Y = a + bX atau 2,874 + 0,301

Y = Variabel Dependen

X = Variabel Independen

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

sehingga persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

1) Nilai konstanta sebesar 2,874, penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa jika tidak dipengaruhi variabel kualitas pelayanan maka besarnya nilai kepuasaan adalah 2,874.
2) Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,301; artinya jika variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu satuan, maka kualitas pelayanan akan mengalami peningkatan sebesar 0,301 satuan. Koefisien bernilai positif artinya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasaan adalah positif, maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasaan.

Tabel 4.10

Uji Regresi Linier Sederhana - Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,575[a]	,331	,324	2,255	1,390

a. Predictors: (Constant), TOTKN

b. Dependent Variable: TOTLN

Sumber: Olah Data SPSS

Analisis:

1) Nilai R dalam regresi sederhana menunjukkan besarnya korelasi variabel, tabel di atas menunjukkan hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas sebesar 0,575 atau 57,5%.
2) Nilai R Square sebesar 0,331 berarti peran atau kontribusi variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel loyalitas sebesar 33%.

Tabel 4.11

Uji Regresi Linier Sederhana - Pengaruh Kepuasaan Terhadap Loyalitas Nasabah

Sumber: Olah Data SPSS

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	246,331	1	246,331	48,425	,000[b]
	Residual	498,509	98	5,087		
	Total	744,840	99			

a. Dependent Variable: TOTLN

b. Predictors: (Constant), TOTKN

Berdasarkan tabel Anova di atas diperoleh F hitung > F tabel (48,825 > 0.198) dan nilai signifikansi < α

(0,000 < 0,05) maka Ho ditolak, artinya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas.

Tabel 4.12

Uji Regresi Linier Sederhana - Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5,279	1,338		3,944	,000		
TOTKN	,658	,095	,575	6,959	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: TOTLN

Sumber: Olah Data SPSS

Pada tabel Coefficients, pada kolom B pada Constant (a) adalah 5,729; sedang nilai kualitas pelayanan (b) adalah 0,658; sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

Y = a + bX atau 5,729 + 0,658X

Y = Variabel dependen

X = Variabel independen

a = Nilai konstanta

b = Koefisien regresi

Sehingga dari persamaan tersebut dapat diterjemahkan:

1) Nilai konstanta sebesar 5,729, penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa jika tidak dipengaruhi variabel kepuasaan maka besarnya nilai loyalitas adalah 5,729.
2) Koefisien regresi variabel kepuasaan sebesar 0,658; artinya jika variabel kepuasaan mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,658 satuan. Koefisien bernilai positif artinya hubungan antara kepuasaan dengan loyalitas adalah positif, maka kepuasaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

2. Analisis Regresi Berganda.

Tabel 4.13

Uji Regresi Linier Berganda - Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepuasaan Terhadap Loyalitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,592	1,236		2,097	,039		
	TOTKP	,275	,046	,653	5,959	,000	,421	2,374
	TOTKN	,090	,125	,079	,717	,000	,421	2,374

a. Dependent Variable: TOTLN

Sumber: Olah Data SPSS

Uji simultan ini, bertujuan untuk menguji apakah hipotesis yang menjelaskan Kualitas pelayanan ATM dan kepuasan berepngaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo" uji simultan, ditunjukan dengan hasil perhitungan T kualitas pelayanan ATM sebesar 5, 959 dan kepuasaan 0,717. Hal ini berarti bahwasannya variabel-variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

3. Uji t.

Uji t untuk melihat signifikasi pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstanta. Untuk pengambilan kesimpulannya dinyatakan dengan melihat nilai signifikan dan membandingkan dengan taraf kesalahaan signifikan yang dipakai, yakni jika nilai profitabilitas nilai alpha (0,05) maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM Terhadap Loyalitas.

Tabel 4.14

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,592	1,236		2,097	,039		
	TOTKP	,275	,046	,653	5,959	,000	,421	2,374
	TOTKN	,090	,125	,079	,717	,000	,421	2,374

a. Dependent Variable: TOTLN

Sumber: Olah Data SPSS

H_1: Kualitas pelayanan ATM berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas.

Dari hasil *output* di atas dapat dilihat variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,959 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan nilai kriteria, H_o ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas.

b. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah.

Tabel 4.15

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,592	1,236		2,097	,039		
	TOTKP	,275	,046	,653	5,959	,000	,421	2,374
	TOTKN	,090	,125	,079	,717	,000	,421	2,374

a. Dependent Variable: TOTLN

Sumber: Olah Data SPSS

H_2: Kepuasaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Dari hasil *output* di atas dapat dilihat variabel kepuasaan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,717 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan nilai kriteria, H_o ditolak dan H_a diterima, artinya kepuasaan berpengaruh terhadap loyalitas.

4. Uji F.

Tabel 4.16

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	379,930	2	189,965	50,496	,000[b]
	Residual	364,910	97	3,762		
	Total	744,840	99			

a. Dependent Variable: TOTLN

b. Predictors: (Constant), TOTKN, TOTKP

Sumber: Olah Data SPSS

H_3: Kualitas pelayanan ATM dan Kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan perhitungan statistik uji F pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai F adalah 50,496 > 3,94 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan ATM dan kepuasan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo.

5. **Pembahasan Hasil Penelitian**

Dari hasil analisis maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas pelayanan ATM terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas. Penelitian ini sejalan dengan pemikiran itu menurut Penelitian yang dilakukan oleh Hygid Starini (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tent berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.Parasuman *et al* (1998) menemukan hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan dengan keinginan untuk merekomendasi kepada orang

lain. Unsur loyalitas lain yang adalah adanya dukungan terhadap produk atau layanan yang diwujudkan dalam komunikasi pengalaman positif seseorang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Dewi Rosa Indah (2016) hasilnya penelitian bahwa semua variabel kualitas pelayanan perpengaruh terhadap loyalitas.[72] Dan Sutrisni (2010) hasil penelitian bahwa semua variabel kualitias pelayanan berpengaruh pada loyalitas.[73] Dari hasil *output* uji t di atas dapat dilihat variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,959> 1,985) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan nilai kriteria, H_o ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas.

2. Pengaruh kepuasaan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa faktor kepuasaan berpengaruh terhadap loyalitas. Penelitian ini sejalan dengan Sementara itu menurut Ishak, manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak bank, serta untuk tetap menjadi nasabah dari bank tersebut. Terciptanya loyalitas pelanggan merupakan hasil dari kepuasan konsumen, dimana konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikannya kepada rekan, sahabat dan keluarga. Keduanya saling berkesinambungan, menurut Aryani dan Febrina kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Penelitian ini sejalan dengan Syaipulla tahun (2011) menyatakan bahwasanya kepuasaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.. Dari hasil *output* di atas dapat dilihat variabel kepuasaan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,717 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan nilai kriteria, H_o ditolak dan H_a diterima, artinya kepuasaan berpengaruh terhadap loyalitas.

3. Pengaruh kualitas pelayanan ATM dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

[72] Dewi Rosa Indah , " *Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa*", Skripsi (Aceh : Universitas Samudera, 2016).

[73] Sutrisni, "*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Desain Produk Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*", Skripsi (Semarang : Universitas Diponegoro Semarang, 2010).

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa faktor kualitas pelayanan ATM dan kepuasaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. . Penelitian ini sejalan dengan menurut Blomer *et.al* dan Blomer dan Ruyter, menjelaskan bahwa kepuasaan sering kali dipandang sebagai dasar munculnya loyalitas. Kepuasaan ternyata memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, seorang nasabah bank akan merasa puas setelah melakukan transaksi dan telah merasakan kualitas pelayanan melalui bank dan akan menimbulkan keinginan untuk menggunakan pelayanan tersebut dikemudian hari.Penelitian yang dilakukan LeBlanc dan Nguyen membuktikan adanya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan antara kepuasaan dengan loyalitas. Penelitian sejalan dengan penelitian Victor Salay tahun (2008) menyatakan hasil bahwa semua variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasaan dan loyalitas. Berdasarkan perhitungan statistik uji F pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai F adalah 50,496 > 3,94 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan ATM dan kepuasan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo.

IAIN PONOROGO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasaan dan loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo, dapat diambil kesimpulan adalah berikut ini.

1. Dari hasil *output* di atas dapat dilihat variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,959 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan nilai kriteria, H_o ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas.
2. Dari hasil *output* di atas dapat dilihat variabel kepuasaan mempunyai nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,717 > 1,985) dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari nilai sig 0,05. Berdasarkan nilai kriteria, H_o ditolak dan H_a diterima, artinya kepuasaan berpengaruh terhadap loyalitas.
3. Berdasarkan perhitungan statistik uji F pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai F adalah 50,496 > 3,94 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas pelayanan ATM dan kepuasan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo.

B. Saran

Dari hasil analisis data dan pembahasan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasaan dan loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo, maka saran-saran yang dapat diberikan adalah berikut ini:

1. Bagi Bank BRI Syariah Ponorogo memperbanyak mesin ATM dan meningkatkan kualitas layanan segala transaksi khususnya pada mesin ATM. Agar mempermudah

nasabah dalam melakukan segala jenis transaksi yang tersedia khususnya pada kualitas pelayanan ATM yang kurang memadai. Dan memperbanyak adanya mesin ATM pada tempat-tempat umum yang banyak dikunjungi oleh nasabah.

2. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya dapat mengembangkan penelitian dengan menambah variabel yang dapat mempengaruhi kepuasaan dan loyalitas nasabah BRI Syariah Ponorogo.

IAIN
PONOROGO

DAFTAR PUSTAKA

A. Referensi dari buku:

Al-Qur'an

Arthesa, Ade dan Edia Handiman. *Bank dan Lembaga Bukan Bank*. Jakarta: PT. Indeks, 2009.

Assuri, Sofyan. *Strategic Marketing*. Jakarta : Rajawali Press. 2012

Abdurahman, Dudung. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta. 2003.

Arikunto, Suharsimi. *Manajemen penelitian.* Jakarta: PT Rineka Citra. 2016.

Gaffar , Vanessa. *Manajemen Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2007.

Hasan, Iqbal. *Analisis Data dengan Statistis*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006.

Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta. 2015.

Indonesia, Ikatan Bankir. *Mengolala Kualitas Layanan perbankan*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2014.

Ismail. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Kencana. 2011.

Iska, Syukri. *Sistem Perbankkan Syariah di Indonesia*.Yogyakarta; Fajar Media Press. 2014.

Kasmir. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Press. 2013.

Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2003.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Erlangga. 2008.

Latumaerissa, Julius R. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat. 2011

Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. *Manajemen Pemasaran jasa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo. 2006.

Martono, Nanang. *Metode peneltian Kuantitatif Analisis isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisii. Jakarta : Rajawali Press. 2012.*

Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Depok: PT Rajagrafindo Persada. 2012.

Muhammad. *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2014.

Muhidin, Sambas Ali dan Manan Abdurrahman. *Analisa Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia. 2009.

Munandar, *Dadang. Relationship Marketing Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Ekuilibria. 2016.

Narbuko,Chalid dan Abu Ahmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Pumi Askara. 1999.

Siregar, Syofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* . Jakarta: PT Bumi Aksara. 2014.

Soemitra, Andri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*.Jakarta: Kencana. 2009.

Soeharto, Irwan. *Metode Penelitian Sosial, Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan sosial dan Ilmu Sosial Lainya.* Bandung Remaja Rosdakarya, 2004.

Sugiono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2008.

Sutisna. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2003.

Sunyoto. *Produser Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi* . Bandung : Alfabeta.2012.

Sunyoto, Danang. *Praktik SPSS untuk kasus*. Yogyakarta : Nuha Medika. 2011.

Sunyoto, Dadang. *Metodologi Penelitian Ekonomi : Alat Statistik dan Analisis Output Komputer*. Yogyakarta : CAPS. 2011.

Sunyoto, Danang. *Praktik SPSS Untuk Kasus Dilengkapi Penelitian Bidang Ekonomi*. Yogyakarta: Nuha Medika. 2011.

Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.2011

Tjiptono, Fandy. Strategi pemasaran. Yogyakarta: CV.Andi Offset. 1997.

Taniredja, Tukiran dan Hidayat Mustafidah. *Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*. Bandung: Alfabeta. 2014

Wahjono, Sentot Imam. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta Graha Ilmu. 2010.

Wijaya, Tony. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPS*S. Yogyakarta: Atma Jaya. 2009.

B. Referensi dari Jurnal, Skripsi dan Google.

Rachmad Hidayat, " *Pengaruh Kualitas, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasaan dan Loyalitas Nasaah Nasabah Bank Mandiri*", *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*. (Maret, 2017), 11: 59.

Rully Indriastuti, " *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Karanganyar*", Jurnal Ekonomi Kewirausahaan Vol. 10, No.2 (Oktober 2010), 164-173.

Tri Yulianto, " *Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI)*", skripsi (Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2015).

Rachmad Hidayat, " Pengaruh Kualitas, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasaan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri", *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*. 11: 59.

Victor Salay, " *Pengaruh Kua;itas Layanan dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasaan Nasabah Pada Loyalitas Nasabah Pada BRI Cabang Kertajaya Surabaya*". Jurnal Of Marketing, (Juni 2016), 12-30.

Aris Irnanda, "*Pengaruh Kualitas layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta)*", Skripsi (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016).

Dewi Rosa Indah , " *Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa*", Skripsi (Aceh : Universitas Samudera, 2016).

Sofyan Arif, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengolahaan ATM Pada PT. SSI Terhadap Kepuasaan Nasabah pada BNI Pasuruan*", skripsi (Pasuruan: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Indonesia, 2012).

Syaipulla , " *Pengaruh Kemanfaatan Kartu ATM terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Cabang Ahmad Yani Pekan Baru"*, Skripsi (Riau : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Hasyim Riau, 2011).

Sutrisni, "*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Desain Produk Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*", Skripsi (Semarang : Universitas Diponegoro Semarang, 2010).

Victor Salay, " *Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasaan dan Loyalitas Nasabah BRI Cabang Kertajaya Surabaya*", skripsi (Surabaya: Universitas Negeri Surabaya, 2008)

https://www.brisyariah.co.id/tentang_kami.php?f=sejarah, (diakses tanggal 21-12-2017 jam 13:24).

IAIN
PONOROGO