

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP
KARANGKOBAR PURWOKERTO DENGAN PENDEKATAN
*IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)***



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

DISUSUN OLEH

BELA SAGITA

1917202071

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bela Sagita
NIM : 1917202071
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto Dengan Pendekatan *Importance Performance Analysis (IPA)*

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya

Purwokerto, 24 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



Bela Sagita

NIM. 1917202071



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP KARANGKOBAR
PURWOKERTO DENGAN PENDEKATAN
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)**

Yang disusun oleh Saudara **Bela Sagita NIM 1917202071** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **13 Juli 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, MM
NIP. 19680403 199403 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Siti Ma'sumah, S.E., M.Si., CRA., CRP.,
CIAP
NIDN. 2010038303

Pembimbing/Penguji

Sulasih, S.E., M.Si.
NIDN. 0619018002

Purwokerto, 24 Juli 2023



Mengetahui/Mengesahkan
Dekan

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19670506921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Bela Sagita NIM 1917202071 yang berjudul:

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto dengan Pendekatan Importance Performance Analysis (IPA)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.)

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 24 Juni 2023

Pembimbing,



Sulasih, S.E., M.Si

NIDN. 0619018002

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.”

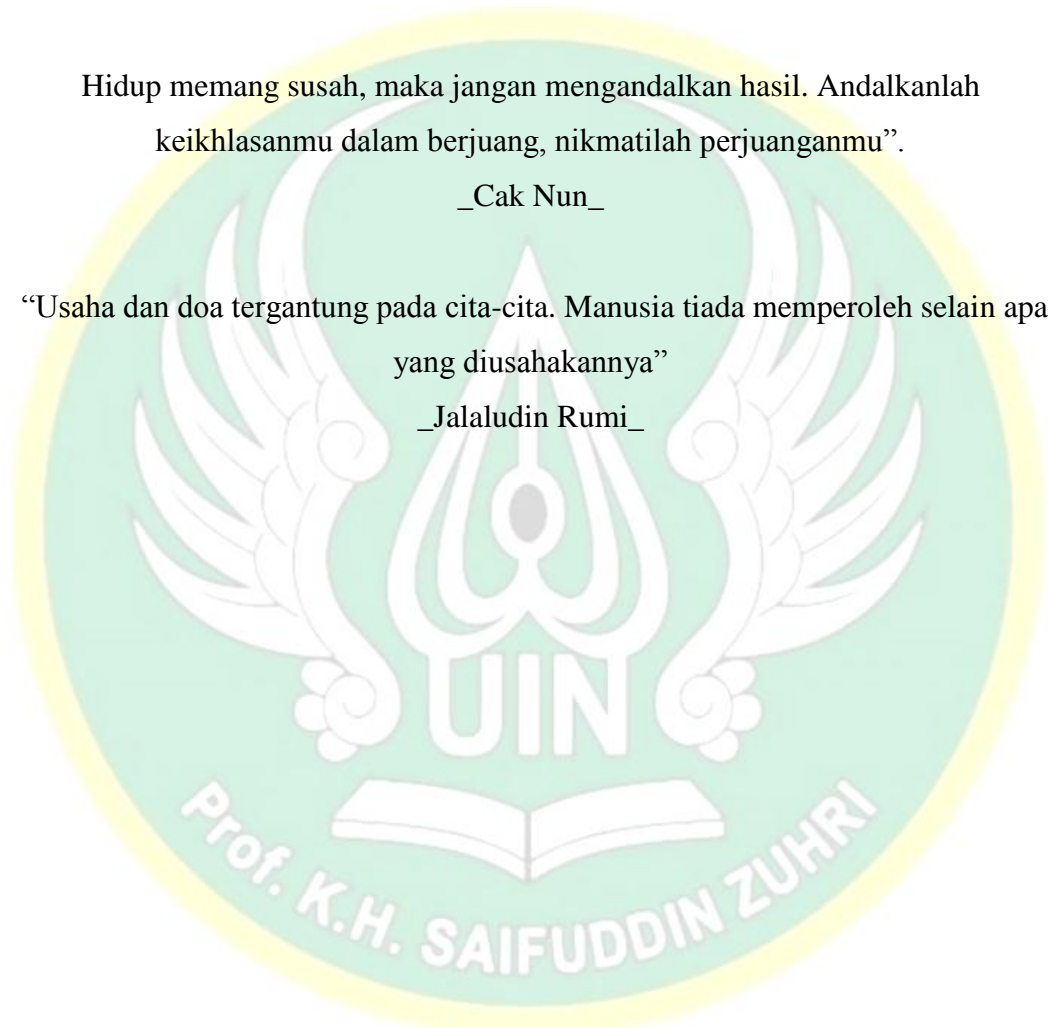
(Q.S Ar-Ra’d: 11)

Hidup memang susah, maka jangan mengandalkan hasil. Andalkanlah keikhlasanmu dalam berjuang, nikmatilah perjuanganmu”.

Cak Nun

“Usaha dan doa tergantung pada cita-cita. Manusia tiada memperoleh selain apa yang diusahakannya”

Jalaludin Rumi



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KCP
KARANGKOBAR PURWOKERTO DENGAN PENDEKATAN
*IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)***

Bela Sagita

1917202071

Email: belasagita609@gmail.com

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Abstrak

Dalam konteks kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, harapan nasabah memainkan peranan penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kualitas maupun kepuasan. Di dalam perusahaan jasa, kualitas pelayanan merupakan elemen yang krusial yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Bila elemen tersebut diabaikan atau bahkan sengaja dilupakan, maka dalam waktu yang tidak terlalu lama perusahaan bakal kehilangan banyak nasabah dan dijauhi calon nasabah, nasabah akan beralih ke perusahaan lain yang mampu memahami kebutuhan spesifik nasabah dan memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan. Oleh karena itu penting untuk mengetahui kualitas pelayanan BSI KCP Karangkobor melalui tingkat kepuasan nasabah.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian analisis deskriptif kuantitatif. Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* digunakan dalam penelitian ini untuk menilai tingkat kepentingan atau harapan nasabah dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh BSI KCP Karangkobor Purwokerto untuk menentukan tingkat kepuasan nasabah. Data diolah menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan bantuan alat uji IBM SPSS 25. Untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang dianggap penting, digunakan teknik analisis IPA yang ditampilkan dalam diagram kartesius. Metode yang dipakai untuk mengumpulkan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara dan kuesioner.

Berdasarkan diagram kartesius IPA, diperoleh hasil bahwa atribut yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya adalah yang berada pada kuadran I yaitu pemberian pelayanan yang cepat dan tepat waktu. Atribut yang menjadi prioritas kedua untuk diperbaiki terdapat pada kuadran III yaitu lokasi kantor yang strategis, fasilitas layanan tersedia secara memadai, ketanggapan karyawan dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi, terdapat kotak saran/email/saluran telepon untuk menerima setiap keluhan serta nasabah mendapatkan perhatian khusus dari bank. Dari perhitungan IPA, diperoleh hasil rata-rata tingkat kesesuaian seluruh atribut yaitu sebesar 96,54% masuk kedalam kategori tingkat kesesuaian “sangat sesuai”. Hal ini menunjukkan tingkat kesesuaian antara *importance* dan *performance* masuk ke dalam tingkat sangat sesuai atau nasabah merasakan kepuasan terhadap pelayanan BSI KCP Karangkobor Purwokerto.

Kata kunci : IPA, Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan

**ANALYSIS OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION
LEVEL OF BANK SYARIAH INDONESIA KCP KARANGKOBAR
PURWOKERTO USING IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS
(IPA) APPROACH**

Bela Sagita

1917202071

Email : belasagita609@gmail.com

Islamic Banking Study Program, Faculty of Economics and Islam Business,
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Abstract

In the context of service quality and customer satisfaction, customer expectations play an important role as a standard of comparison in evaluating quality and satisfaction. In service companies, service quality is a crucial element that has a significant effect on customer satisfaction. If these elements are ignored or even deliberately forgotten, then in the not too long time the company will lose many customers and be shunned by prospective customers, customers will switch to other companies that can understand the specific needs of customers and provide services that can provide satisfaction. Therefore it is important to know the service quality of BSI KCP Karangkoban Purwokerto through the level of customer satisfaction.

This type of research uses quantitative descriptive analysis research. The Importance Performance Analysis (IPA) method was used in this study to assess the level of customer importance or expectation with the quality of service provided by BSI KCP Karangkoban Purwokerto to determine the level of customer satisfaction. The data was processed using validity tests and reliability tests with the help of IBM SPSS 25 test equipment. To find out what attributes are considered important, the IPA analysis technique displayed in the cartesian diagram is used. The method used to collect data in this study used interview and questionnaire methods.

Based on the cartesian diagram of IPA, it was obtained that the attributes that are the top priority to improve their performance are those in quadrant I, namely the provision of fast and timely service. The attributes that are the second priority to be improved are in quadrant III, namely strategic office location, adequate service facilities, employee responsiveness in meeting customer needs in transactions, there is a suggestion box/email/telephone line to receive every complaint and customers get special attention from the bank. From the calculation of IPA, the average result of the level of conformity of all attributes, which is 96.54%, is included in the category of "very appropriate" level of conformity. This shows that the level of compatibility between importance and performance is included in the very appropriate level or customers feel satisfied with the services of BSI KCP Karangkoban Purwokerto.

Keywords: IPA, Customer Satisfaction, Service Quality

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	h	H	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha''	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra''	R	Rr
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	šad	S	es (dengan garis di bawah)
ض	d''ad	D	de (dengan garis di bawah)
ط	ta	T	te (dengan garis di bawah)

ظ	za	Z	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	'el
م	mim	M	'em
ن	nun	N	'en
و	waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عدة	ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	Hikmah	Ditulis	jizyah
------	---------	--------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak diberlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة الأولياء	ditulis	karâmah al-auliyâ
----------------	---------	-------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup atau dengan rakaat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t

زكاة النطر	ditulis	zakât al-fiṭr
------------	---------	---------------

4. Vokal pendek

ó	Fathah	Ditulis	a
ó,	Kasrah	Ditulis	i
ó°	Dammah	Ditulis	u

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تانس	ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	نروض	ditulis	Furūd

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
	بينكم	ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostof

أأنتم	ditulis	a'auntum
أأعدت	ditulis	u'iddat

8. Kata Sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyah

ألقياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	ditulis	as-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kata

Ditulis menurut bunyu atau pengucapannya

ذوي الفروض	ditulis	ẓawi al-furūd
------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Atas nikmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto dengan Pendekatan *Importance Performance Analysis* (IPA)” dimana dalam pengerjaannya penulis senantiasa diberikan kemudahan oleh-Nya.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan, motivasi dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh Roqib, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saiuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. Atabik, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Iin Solikhin, M.Ag., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Sulasih, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terimakasih saya ucapkan atas segala arahan, bimbingan, dan waktu yang telah diberikan. Semoga selalu diberikan perlindungan oleh Allah SWT.
11. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Untuk seluruh responden nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto.
13. Teruntuk kedua orangtuaku, Bapak dan Ibu tercinta. Bapak Rilam dan Ibu Wahyuni, yang telah merawat, mendidik dan mendoakan putrinya sehingga bisa sampai menempuh Pendidikan yang lebih tinggi. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak dan Ibu selama ini, dan semoga selalu diberikan perlindungan dan Kesehatan oleh Allah SWT.
14. Untuk kedua adik tersayang Dandi Widaya dan Mega Agustina yang telah memotivasi penulis dengan semangat dan mengajarkan arti kesabaran.
15. Keluarga besar mbah Sejo dan mbah Kuseri yang telah memberikan kasih sayang serta doa dan dukungan kepada penulis
16. Sahabat kecil hingga sekarang Yurike Prisilia dan Thalita Abitah Rosyandria. Terimakasih atas kebaikan kalian dalam menerima, memotivasi, mendukung dan menemani penulis selama ini.
17. Sahabat Perjuangan di semester akhir, Fatimah Rahayu, Riva Zahro Sumayah, Okta Riski Mulyani, Adinda Amelia, Maya Kristin Santoso.

Terimakasih telah memberi support dan mendengarkan keluh kesah penulis.

18. Keluarga Besar DEMA FEBI Periode 2020-2021 dan Periode 2021-2022 yang telah memberikan penulis banyak pengalaman.
19. Keluarga besar komunitas Creative Entrepreneur Organization (CEO) Periode 2020-2021 telah memberikan penulis banyak pengalaman.
20. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah B Angkatan 2019 yang telah kebersamai selama dibangu perkuliahan, calon orang sukses dunia akhirat. Aamiin
21. Kepada tempat penelitian, yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk melakukan penelitian yaitu Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Karangobar Purwokerto.
22. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala Kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Purwokerto, 24 Juni 2023



Bela Sagita

1917202071

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah.....	1
B.Rumusan Masalah	10
C.Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D.Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A.Kajian Pustaka.....	13
1. Bank Syariah.....	13
2. Kualitas Pelayanan.....	17
3. Kepuasan Nasabah	22
4. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	24
B.Landasan Teologis	26
C.Penelitian Terdahulu	30
D.Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A.Jenis Penelitian.....	36
B.Tempat dan Waktu Penelitian	36
C.Populasi dan Sampel Penelitian	36
D.Variabel dan Indikator Penelitian.....	38

E. Sumber Data.....	40
F. Teknik Pengumpulan Data.....	40
1. Observasi.....	40
2. Wawancara.....	41
3. Kuesioner (Angket).....	41
G. Teknik Pengolahan Data	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Reliabilitas	43
H. Analisis Data	44
1. Analisis Deskriptif	44
2. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	49
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang	49
2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto .	50
3. Struktur Organisasi BSI KCP Karangobar Purwokerto.....	51
4. Produk di Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto	52
5. Karakteristik Responden.....	54
B. Hasil Analisis Data.....	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas	59
C. Hasil Perhitungan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	60
D. Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	80
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kantor Perbankan Syariah di Indonesia Per Agustus 2022.....	2
Tabel 2. 1 Bank Syariah VS Bank Konvensional.....	16
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Daftar Nasabah BSI KCP Karangobar	37
Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator Penilaian.....	39
Tabel 3. 3 Pemberian Nilai Skor Berdasarkan Skala Likert Pertanyaan.....	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja	56
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan.....	59
Tabel 4. 6 Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian IPA.....	60
Tabel 4. 7 Tingkat Kesesuaian Kepentingan Terhadap Kinerja	63
Tabel 4. 8 Perhitungan Rata-rata Atribut Pelayanan.....	64



The logo of UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri is a circular emblem. It features a central white crescent moon and star above the acronym 'UIN'. Below the acronym is an open book. The entire emblem is set against a light green background with a yellow border. The text 'Prof. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI' is written in white along the bottom inner edge of the circle.

Prof. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

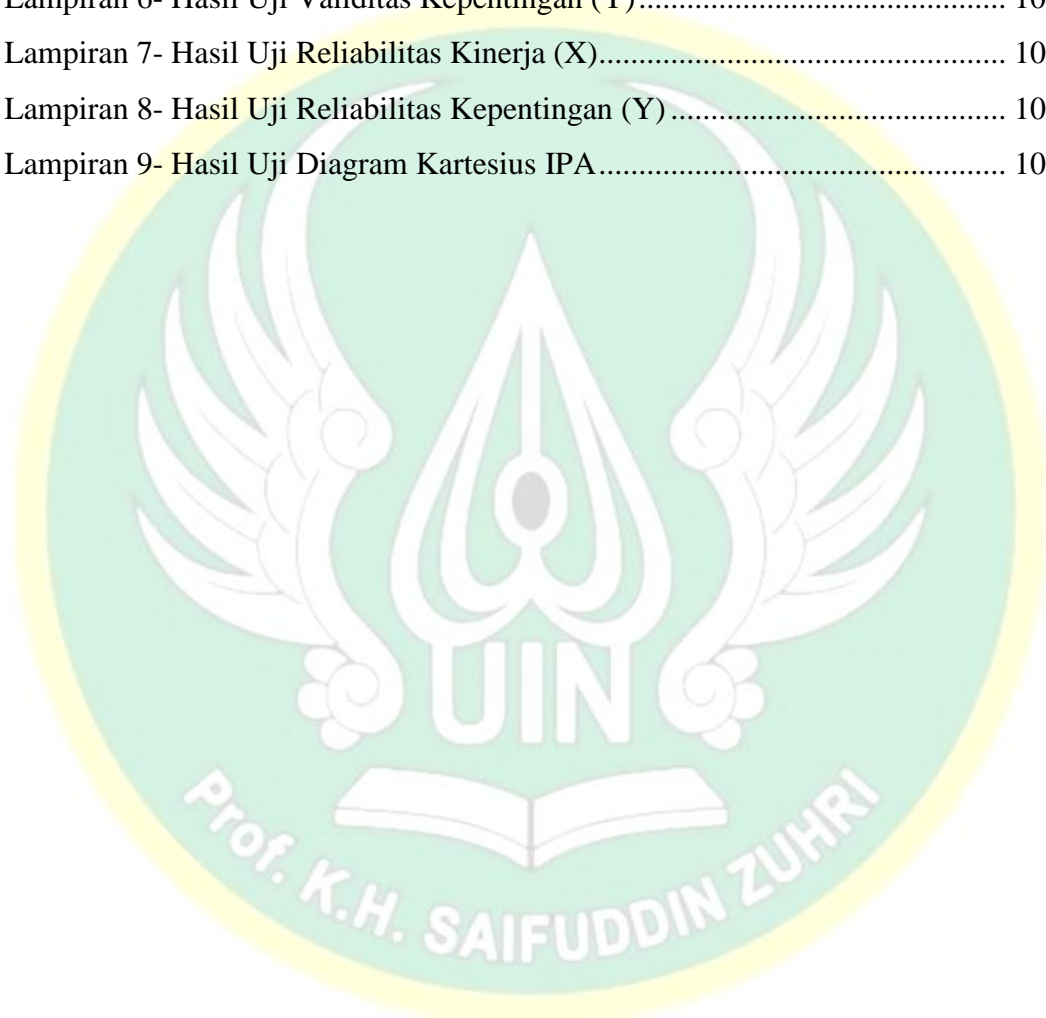
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Pangsa Pasar Perbankan Syariah Tahun 2010-2020	3
Gambar 2. 1 Diagram Kartesius.....	25
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran Penelitian	35
Gambar 3. 1 Diagram Kartesius.....	47
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	51
Gambar 4. 2 Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1- Kuesioner	81
Lampiran 2- Data Penelitian	86
Lampiran 3- Hasil tabulasi atribut kinerja (X).....	90
Lampiran 4- Hasil tabulasi kepentingan (Y).....	96
Lampiran 5- Hasil Uji Validitas Kinerja (X)	103
Lampiran 6- Hasil Uji Validitas Kepentingan (Y).....	104
Lampiran 7- Hasil Uji Reliabilitas Kinerja (X).....	105
Lampiran 8- Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan (Y).....	105
Lampiran 9- Hasil Uji Diagram Kartesius IPA.....	105



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah atau disebut dengan *Interest Free Banking* merupakan bank yang dalam menjalankan usahanya sesuai dengan syariat Islam serta dalam kegiatannya tidak membebankan bunga atau membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank (Ismail, 2011: 24). Perjanjian atau akad yang terdapat di perbankan syariah harus sesuai pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariat Islam. Pada praktiknya bank syariah tidak berinvestasi pada usaha yang haram, seperti *riba*, kegiatan spekulatif (*maysir*), hal-hal yang meragukan (*gharar*) serta hal-hal rusak (*batil*) dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits (Rusby & Arif, 2022:16).

Regulasi mengenai bank syariah di Indonesia tertuang dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Menurut jenisnya Perbankan Syariah terdiri dari Bank Umum Syariah atau BUS, Unit Usaha Syariah atau UUS, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah atau BPRS (Soemitra, 2018:58). Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia menunjukkan *trend* positif dan pola perkembangan yang cenderung signifikan, ditandai dengan banyak berdirinya BPRS, dan banyak bank-bank konvensional yang membuka kantor cabang syariah seperti BRI Syariah, BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah, Bank Jateng Syariah, BTN Syariah dan lainnya. Bahkan ada yang mengganti jenis usahanya dari bank konvensional menjadi bank syariah (Gea, 2020).

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) hingga tahun 2022 jumlah bank syariah tercatat berjumlah 198 yang terdiri dari 13 BUS, 20 UUS dan 166 BPRS. Berikut data perkembangan jumlah kantor bank syariah di Indonesia selama 4 tahun terakhir berdasarkan statistik perbankan syariah Agustus 2022.

Tabel 1. 1 Jumlah Kantor Perbankan Syariah di Indonesia Per Agustus 2022

NAMA	Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022
BUS	14	14	12	13
UUS	20	20	21	20
BPRS	164	163	164	166
Total	198	197	197	198

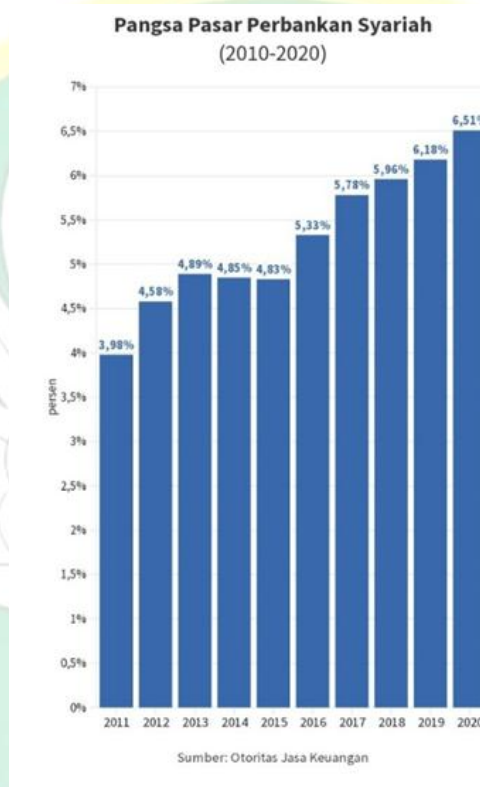
Sumber ojk.go.id

Tabel diatas menunjukkan perkembangan bank syariah dari tahun 2019 hingga 2022, dimana terjadi penurunan dan peningkatan. Penurunan BUS terjadi pada tahun 2021 dari yang semula sejumlah 14 turun menjadi 12 bank syariah dan pada tahun berikutnya bertambah 1 bank syariah menjadi 13 bank syariah. Pada UUS terjadi penambahan 1 unit di tahun 2021 dan pada tahun berikutnya turun yang sebelumnya berjumlah 21 menjadi 20 bank syariah, selain itu pada BPRS juga menunjukkan penambahan serta penurunan, penurunan terjadi pada tahun 2020 yang sebelumnya 164 kantor menjadi 163 kantor, kemudian ditahun berikutnya hingga tahun 2022 BPRS mengalami pertumbuhan jumlah kantor.

Walaupun terdapat penurunan dan penambahan jumlah kantor yang tidak stabil namun pangsa pasar perbankan syariah menunjukkan pertumbuhan yang baik. Pertumbuhan tersebut dikarenakan masyarakat semakin memahami keunggulan yang ditawarkan dalam perbankan syariah dibandingkan dengan perbankan konvensional. Masyarakat juga semakin sadar bahwa mengelola keuangan pun memiliki positif dan negatif tidak hanya dari sudut pandang kehidupan, tetapi juga sudut pandang agama. Dalam sudut pandang agama, perbedaan yang paling mendasar terkait sistem yang diterapkan oleh perbankan syariah adalah riba. Hal ini sejalan dengan pedoman yang dianut oleh masyarakat Indonesia yang mayoritas Muslim sehingga bank syariah memiliki potensi untuk terus berkembang. Dengan mayoritas penduduk Muslim, menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar

yang potensial dalam perkembangan lembaga keuangan syariah khususnya dalam bidang perbankan syariah (Umar et al., 2020).

Peningkatan pangsa pasar Perbankan Syariah di Indonesia ditunjukkan oleh data Otoritas Jasa Keuangan bahwa pangsa pasar Perbankan Syariah mengalami kenaikan mencapai 6,51% pada tahun 2020 dari tahun sebelumnya yang hanya 6,18 %.



Sumber: (Karnadi, 2022)

Gambar 1. 1 Pangsa Pasar Perbankan Syariah Tahun 2010-2020

Selain pangsa pasar, kinerja Perbankan Syariah di Indonesia juga mengalami pertumbuhan seperti Aset, Dana Pihak Ketiga (DPK) dan Pembiayaan Yang Diterima (PYD). Per Agustus 2022, Aset Perbankan Syariah tumbuh 17,91% yoy (year on year) ke posisi Rp. 744,68 triliun, Dana Pihak Ketiga naik 18,08% yoy menjadi Rp. 591,97 triliun, dan PYD naik 18,56% yoy menjadi sebesar Rp. 483,81 triliun. OJK menilai peningkatan

tersebut menunjukkan kinerja perbankan syariah yang semakin dipercaya oleh masyarakat (Agatha et al., 2022). Kinerja pelayanan perbankan yang baik harus dipertahankan guna menghadapi persaingan yang semakin ketat, karena buruknya kinerja dalam persaingan dapat menyebabkan bank kehilangan pasar dan akan menjadi tantangan tersendiri bagi perbankan syariah dimana harus selalu memenuhi harapan dan ekspektasi agar nasabah merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan. Nasabah yang puas akan mendorong publisitas kepada nasabah yang potensial (Umar et al., 2020).

Salah satu perbankan syariah di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank Syariah Indonesia merupakan merger dari tiga Bank Syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah. Penggabungan 3 Bank Syariah tersebut terjadi pada tanggal 1 Februari 2021 atau bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H. Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, dan memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Adanya dukungan dari perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen dari pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global (Ulfa, 2021).

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) didaulat sebagai *The Stronger Islamic Bank 2021*. Penghargaan ini didasari berbagai kriteria diantaranya kapasitas dan kualitas aset, kinerja perseroan serta didukung dari sisi layanan dan jaringan yang tersebar lebih dari 1300 cabang di seluruh Indonesia serta menguasai 60% pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia (Rizensia, 2022). Selain itu, pada 29 Juni 2021 PT Bank Syariah Inonesia Tbk mendapatkan penghargaan bergengsi atas kinerjanya dari *Marketing Research Indonesia* dan *Infobank* dalam *E-Awarding 18th*. Penghargaan yang diterima oleh BSI antara lain; *The Best Sharia Bank in Service Excellence 2021, Golden Trophy* untuk *Best Overall Performance, Rank 1* untuk *Security Personel, Rank 1* untuk *Customer Service* dan *Rank 2* untuk *Over All Walk In Channel* (Ichwan, 2021).

Pemberian penghargaan didasarkan pada hasil survei yang dilakukan *Marketing Research* Indonesia sejak akhir 2020 hingga Februari 2021. Survei tersebut dilakukan untuk mengukur kualitas *service* atau pelayanan BSI di mata nasabahnya, baik nasabah yang datang ke kantor cabang secara tatap muka, maupun nasabah yang memanfaatkan layanan digital banking. Dengan penghargaan yang diterima oleh BSI tersebut menandakan keberhasilan Bank Syariah Indonesia dalam memberikan layanan yang sesuai dengan ekspektasi nasabahnya (Stevan, 2021).

Untuk dapat meningkatkan performa yang lebih baik menurut Kotler dan Keller bank dapat meningkatkan pelayanannya yaitu dengan memberikan kepuasan terhadap nasabah dengan cara memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan nasabah, hal itu menjadi salah satu kunci untuk memenangkan persaingan. Hal tersebut pula yang mendorong bank syariah Indonesia khususnya BSI KCP Karangobar Purwokerto agar selalu memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas guna menciptakan kepuasan nasabah untuk mendapatkan nasabah yang loyal di situasi persaingan yang semakin ketat (Agia & Nurjannah, 2022).

BSI KCP Karangobar merupakan kantor cabang pembantu yang terletak di Karangobar Purwokerto. Setelah melakukan observasi pendahuluan dengan pihak BSI Karangobar yaitu Ahmed Ainul Fuadie El Hakiem sebagai *Operational Staff*, BSI KCP Karangobar memiliki sejumlah penghargaan yang diberikan atas kinerja karyawannya dari penghargaan tingkat regional sampai nasional. Salah satu penghargaan yang didapat adalah “Prestasi Juara 5 MMM Terbaik Nasional Kategori Acv Disbursement, Acv Kualitas dan Attitude Periode Januari-Desember 2021. Dengan penghargaan tersebut membuktikan bahwa BSI KCP Karangobar telah menunjukkan kinerja dan performa yang baik. Menurut (Karyono & Parman, 2016) kinerja perusahaan yang baik diukur dari kinerja karyawannya, oleh karena itu pengelolaan karyawan dalam perusahaan sangatlah penting bagi pencapaian keberhasilan perusahaan. Dalam hal ini faktor yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yakni karyawan bank, karena yang berhadapan

langsung dengan nasabah sebagai *frontliner*. Dengan demikian baik buruknya kinerja maupun kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan sangat mempengaruhi keinginan dan kepuasan nasabah (Syahit, 2022).

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang membandingkan atas kinerja jasa atau pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan serta dapat menyatakan hasil dari perbandingan tersebut (Agia & Nurjannah, 2022). Kepuasan nasabah menjadi faktor penting yang berkontribusi dalam terciptanya loyalitas nasabah. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau ekspektasi suatu pelayanan/jasa (Inggang et al., 2017:58). Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, nasabah akan tidak puas. Jika kinerja sesuai ekspektasi, maka nasabah merasa puas. Menurut (Kotler & Keller, 2008:140), menjelaskan kepuasan nasabah dapat diketahui melalui cara-cara yaitu: 1) Sistem keluhan dan saran, 2) Survei kepuasan konsumen secara berkala, 3) Konsumen bayangan (*Ghost Shopping*), dan 4) Analisis konsumen yang beralih (*Last Customer Analysis*).

Dalam membangun kepuasan nasabah salah satu caranya adalah melalui kualitas pelayanan, dimana kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah dan memenuhi harapannya (Rifa'i, 2019). Sebagai perusahaan jasa, bank tidak hanya menghimpun dan menyalurkan dana, tetapi juga meningkatkan kualitas pelayanan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan. Dalam lingkungan bank saat ini yang kompetitif, sebagian bank di Indonesia bahkan seluruh dunia hampir menawarkan produk yang sama atau serupa, dengan kualitas pelayanan yang unggul akan membedakan diri dari mereka di pasar (Syahit, 2022)

Menurut Islam pelayanan yang mulia adalah ketika pelayanan tersebut berorientasi ukhrawi berbasiskan pemberdayaan umat. Ketika menjalankan fungsi pelayanan, akan selalu diawasi oleh Allah SWT dan orang mukimin disekitarnya, sehingga nantinya akan dimintai pertanggungjawaban atas konsekuensi pelayanan tersebut. Allah menciptakan manusia tidak lain adalah untuk beribadah kepadanya. Maka dalam hal ini semua aktivitas hidup kita

sebagai manusia merupakan bentuk penghambaan kita terhadap Allah tak terkecuali aktivitas ekonomi. Terdapat karakteristik kualitas pelayanan dalam Islam yang dapat digunakan sebagai panduan diantaranya: jujur, bertanggung jawab, tidak menipu, menepati janji, melayani dengan rendah hati serta tidak lupa akhirat artinya dalam menjalankan pelayanan, tidak lupa menjalankan ibadah (Arifin, 2009: 153).

Kualitas pelayanan adalah penilaian persepsi jangka panjang atas pemberian pelayanan perusahaan. Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabah. Kualitas pelayanan tidak terbatas pada senyum ramah dari satpam atau teller, staff layanan yang menggunakan pakaian rapih dan sopan atau ruang tunggu yang nyaman, tetapi harus menginterpretasikan 4 pilar keunggulan pelayanan yang saling berkaitan seperti: kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan layanan (Fandy & Gregorius, 2016:123). Analisis kualitas pelayanan diusulkan dan dirumuskan oleh Parasuraman (1988) dalam (Algifari, 2016:7) membagi ke dalam 5 indikator atau dimensi kualitas pelayanan yang dikenal sebagai metode *SERQUAL* (*Service Quality*) atau *Gap Analysis Model*, yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya, sebagai berikut: 1) *Tangibles*, 2) *Reliability*, 3) *Responsiveness*, 4) *Assurance* dan, 5) *Emphaty*.

Dalam konteks kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, harapan pelanggan memainkan peranan penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kualitas maupun kepuasan. Menurut Olson & Dover harapan atau ekspektasi nasabah merupakan keyakinan nasabah sebelum mencoba atau merasakan pelayanan, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja pelayanan yang bersangkutan (Fandy & Gregorius, 2016:126). Kualitas dari pelayanan memang merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan jasa guna mencapai kesuksesan. Oleh karena itu, pelayanan harus menjadi faktor perhatian manajemen perbankan dalam menjalankan suatu usaha (Agia & Nurjannah, 2022).

Di dalam perusahaan jasa, kualitas pelayanan merupakan elemen yang krusial yang berpengaruh signifikan terhadap kualitas jasa yang dihasilkan

dan dipersepsikan nasabah. Bila elemen tersebut diabaikan atau bahkan sengaja dilupakan, maka dalam waktu yang tidak terlalu lama perusahaan bakal kehilangan banyak nasabah dan dijauhi calon nasabah. Nasabah akan beralih ke perusahaan lain yang mampu memahami kebutuhan spesifik nasabah dan memberikan pelayanan yang lebih baik (Fandy & Gregorius, 2016:123).

Walaupun secara kinerja BSI KCP Karangobar memiliki performa yang baik, akan tetapi dari sisi kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan. Hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada Selasa, 24 Januari 2023 menyatakan ada beberapa nasabah yang mengeluhkan bahwa ketika mereka datang ke kantor kerap kali dinilai lambat dalam melayani dan terkadang tidak tepat waktu seperti yang telah ditentukan oleh bank yaitu lama waktu pelayanan 30 menit, namun terkadang lama pelayanan lebih dari waktu yang ditentukan, serta mesin ATM yang sangat terbatas dan masih jarang terjangkau hanya terdapat pada beberapa lokasi saja sangat disayangkan, padahal hal tersebut dirasa cukup penting oleh nasabah. Hal tersebut menjadi perhatian bagi BSI khususnya BSI KCP Karangobar Purwokerto untuk meningkatkan dan mempertahankan pelayanan agar eksistensi tetap terjaga dikalangan nasabah. Sehingga atas pemikiran itulah mendorong peneliti untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.

Pengukuran tingkat kepuasan nasabah dapat dilakukan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Menurut Suprpto (2006), IPA merupakan suatu teknik untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan (*Importance*) dan tingkat kinerja (*Performance*) yang berguna untuk pengembangan program atau strategi pemasaran yang efektif. Metode IPA dipilih dalam penelitian ini karena metode IPA mempunyai beberapa kelebihan diantaranya yaitu dapat menunjukkan atribut jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen/nasabah, hasilnya mudah diinterpretasikan, skalanya relatif mudah dimengerti, dan membutuhkan biaya yang rendah, serta metode ini cukup fleksibel untuk diterapkan pada berbagai bidang (Fandy, 2005)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) sering digunakan dalam pengukuran kualitas pelayanan, setelah itu nantinya akan dilakukan penilaian dengan melibatkan nasabah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh BSI KCP Karangobar Purwokerto apakah sudah sesuai dengan harapan nasabah ataukah belum. Tujuan utama IPA sebagai alat untuk mengidentifikasi atribut-atribut yang didasarkan pada kepentingannya masing-masing, apakah produk atau jasa tersebut memiliki kinerja yang buruk atau berlebihan, untuk tujuan tersebut, interpretasi terhadap kinerja jasa ditampilkan pada sebuah grafik (derajat kartesius) yang memiliki 4 kuadran, yaitu kuadran I, kuadran II, kuadran III, dan kuadran IV. Masing-masing kuadran menunjukkan kinerja produk atau jasa yang dinilai, kuadran I menggambarkan bahwa nasabah menganggap atribut itu penting, sehingga nasabah memiliki harapan tinggi terhadap atribut tersebut. Namun perusahaan tidak memberikan pelayanan yang yang baik terhadap atribut ini. Kuadran I mengisyaratkan perusahaan harus berkonsentrasi untuk memperbaiki kinerjanya pada atribut tersebut (*concentrate here*). Kuadran II menggambarkan atribut yang dianggap penting bagi nasabah, sementara perusahaan sudah memberikan pelayanan yang baik untuk atribut ini. Dengan demikian, pelayanan yang diberikan pada atribut di kuadran II ini perlu dipertahankan (*keep up the good work*). Kuadran III pada model IPA menggambarkan atribut yang dianggap tidak penting oleh nasabah dan perusahaan memberikan pelayanan yang rendah kepada nasabah. Oleh karena itu, perusahaan memberikan prioritas yang rendah pada atribut tersebut (*low priority*). Kuadran IV menggambarkan wilayah di mana atribut memiliki kepentingan rendah bagi pelanggan, akan tetapi perusahaan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. oleh karena itu, daerah ini disebut daerah berlebihan (*possible overkill*) (Algifari, 2016:70).

Dengan interpretasi kuadran diatas dapat diketahui atribut mana yang kinerjanya harus diperbaiki atau dipertahankan, yang nantinya akan ditentukan usulan perbaikan. Dengan adanya perbaikan nantinya dapat memperbaiki kualitas pelayanan sehingga sesuai apa yang diharapkan yang

dapat berdampak pada kepuasan nasabah terhadap sistem pelayanan pada BSI KCP Karangobar Purwokerto.

Berasarkan fenomena yang terjadi dan latar belakang masalah yang sudah dijabarkan diatas sehingga peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah yang diberikan Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto serta menganalisis atribut pelayanan apa saja yang dianggap penting oleh nasabah. Sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian yang berjudul: **“Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar dengan Pendekatan Importance Performance Analysis (IPA).”**

B. Rumusan Masalah

Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar merupakan salah satu bank syariah yang cukup eksis di Purwokerto, banyak potensi yang dapat dilakukan agar eksistensi tersebut bisa dipertahankan. Dengan melihat latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Atribut kualitas pelayanan apakah yang dianggap penting dan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah berdasarkan dimensi kualitas pelayanan?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pelayanan nasabah yang diberikan oleh BSI KCP Karangobar Purwokerto dengan metode *Importance Performance Analysis*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Adapun tujuan penulis yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui atribut pelayanan apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah berdasarkan dimensi kualitas pelayanan

- b. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelayanan nasabah yang diberikan oleh BSI KCP Karangobar Purwokerto dengan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*

2. Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua orang yang membaca dan berpartisipasi langsung dalam penelitian. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini berfungsi sebagai media untuk meningkatkan wawasan kualitas Perbankan Syariah. Dan kesempatan untuk lebih memahami pandangan dan harapan nasabah tentang kualitas pelayanan dan kepuasan melalui *Importance Performance Analysis*

- b. Bagi Lembaga Keuangan

Memberikan informasi bagi BSI KCP Karangobar Purwokerto mengenai persepsi dan harapan terhadap pelayanan pada bank syariah dan tingkat kepuasannya.

- c. Bagi Pembaca Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan informasi bagi penelitian lebih lanjut terkait judul penelitian ini, yaitu Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto dengan Pendekatan *Importance Performance Analysis (IPA)*

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah suatu pembahasan mengenai garis besar bab-bab yang akan dibahas. Sistematika yang penulis gunakan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab dan terbagi lagi menjadi beberapa sub bab. Adapun sistematika pada penelitian ini, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II : LANDASAN TEORI

Yang memuat uraian tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas, yaitu analisis tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan di Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto dengan pendekatan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Bab III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan terkait metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator penelitian, pengumpulan data penelitian serta analisis data penelitian.

Bab IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang analisis data serta hasil dari pembahasan yang dilakukan sesuai dengan alat analisis yang digunakan.

Bab V : PENUTUP

Bab berisi kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, saran-saran serta penutup.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Kajian pustaka berisi tentang teori-teori yang didapatkan dari berbagai sumber atau referensi berupa buku, jurnal, artikel, risalah, dan karya ilmiah lainnya yang kemudian menjadi dasar referensi yang berkaitan dan mendukung penelitian yang akan dilakukan (Sudarmanto et al, 2022: 56). Tujuannya untuk memperoleh dan menyelidiki informasi yang lebih rinci mengenai penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Adapun kajian pustaka pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga. Bank Islam atau disebut juga dengan *Interest free banking* adalah lembaga keuangan perbankan yang operasional serta produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadits Nabi SAW. Dengan kata lain, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.

Untuk menghindari pengoperasian bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah Islam. Dengan kata lain, Bank Syariah lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga bank dengan riba. Dengan demikian, sebagai penduduk yang mayoritas muslim yang ingin menjauhi persoalan riba telah mendapati jawaban dengan lahirnya bank yang berbasis pada non riba atau disebut Bank Syariah (Muhammad, 2018:13).

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun

1992 hingga 1999, perkembangan Bank Muamalat Indonesia masih tergolong stagnan. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997 dan 1998, Bank Muamalat Indonesia tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Para bankir berpikir bahwa BMI satu-satunya bank syariah di Indonesia yang tahan terhadap krisis moneter. Pada tahun 1999 berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti yang dikonversi ke BSM (Bank Syariah Mandiri), merupakan bank syariah kedua di Indonesia. Pendirian Bank Syariah Mandiri diikuti oleh pendirian beberapa bank syariah atau unit usaha syariah lainnya (Ismail, 2011:24).

b. Peranan Bank Syariah

Keberadaan Bank Syariah di Indonesia telah mendapatkan pijakan kokoh setelah lahirnya undang-undang Perbankan Nomor 7 tahun 1992 yang direvisi melalui Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998, yang dengan tegas mengakui keberadaan Bank Syariah. Dengan demikian, Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan prinsip bagi hasil. Bagi hasil sendiri adalah prinsip muamalah berdasarkan syariah dalam melakukan kegiatan usaha bank.

Adanya bank syariah di Indonesia diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pembiayaan-pembiayaan yang dikeluarkan oleh Bank Syariah. Melalui pembiayaan ini bank syariah dapat menjadi mitra dengan nasabah, sehingga hubungan Bank Syariah dengan nasabah bukan lagi sebagai kreditur dan debitur tetapi menjadi hubungan kemitraan.

Secara khusus peranan Bank Syariah secara nyata menurut (Wilardjo, 2019) dapat terwujud dalam aspek-aspek berikut:

- 1) Menjadi perekat nasionalisme baru, artinya Bank Syariah dapat menjadi fasilitator aktif bagi terbentuknya jaringan usaha ekonomi kerakyatan. Disamping itu, Bank Syariah perlu mencontoh keberhasilan Sarekat Dagang Islam, kemudian ditarik keberhasilannya untuk masa kini (nasionalis, demokratis, religius, ekonomi)
- 2) Memberdayakan ekonomi umat dan beroperasi secara transparan. Artinya, pengelolaan Bank Syariah harus didasarkan pada visi ekonomi kerakyatan, dan upaya ini terwujud jika ada mekanisme operasi yang transparan.
- 3) Memberikan *return* yang lebih baik. Artinya investasi di Bank Syariah tidak memberikan janji yang pasti mengenai *return* (keuntungan) yang diberikan kepada investor. Oleh karena itu, Bank Syariah harus mampu memberikan *return* yang lebih baik dibandingkan dengan bank konvensional. Disamping itu, nasabah pembiayaan akan memberikan keuntungan yang tinggi kepada Bank Syariah.
- 4) Mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan. Artinya Bank Syariah mendorong terjadinya transaksi produktif dari dana masyarakat. Dengan demikian spekulasi dapat ditekan.
- 5) Mendorong pemerataan pendapatan. Artinya Bank Syariah bukan hanya mengumpulkan dana pihak ketiga, namun dapat mengumpulkan dana Zakat, Infaq dan Shadaqoh (ZIS). Dana ZIS dapat disalurkan melalui pembiayaan *Qardul Hasan*, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Pada akhirnya terjadi pemerataan ekonomi.
- 6) Peningkatan efisiensi mobilitas dana. Artinya, adanya produk *al-mudharabah al-muqayyadah*, berarti terjadi kebebasan bank untuk melakukan investasi atas dana yang diserahkan oleh investor, maka Bank Syariah sebagai financial arranger, bank memperoleh komisi atau bagi hasil, bukan karena bunga.

- 7) *Uswah Hasanah* implementasi moral dalam penyelenggaraan usaha bank
- 8) Salah satu sebab terjadinya krisis adalah adanya Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN)

c. Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional

Perbankan syariah ialah bank dimana sistem kegiatan memakai sistem bagi hasil atau non bunga. Dalam penentuan besaran imbalan bank syariah memakai porsi sama dengan akad di perjanjian awal tidak menggunakan sistem bunga seperti perbankan konvensional (Ismail, 2011: 24).

Tabel 2. 1 Bank Syariah VS Bank Konvensional

Aspek	Bank Syariah	Bank Konvensional
Hukum	Syariah Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Hadits dan fatwa ulama (MUI)	Hukum positif yang berlaku di Indonesia (Perdata dan Pidana)
Investasi	Jenis usaha yang halal saja	Semua bidang usaha
orientasi	Keuntungan (profit oriented), kemakmuran, dan kebahagiaan dunia akhirat	Keuntungan (profit oriented) semata
Keuntungan	Bagi hasil	Dari bunga
Hubungan Nasabah dan Bank	Kemitraan	Kreditur dan debitur
Keberadaan Dewan Pengawas	Ada	Tidak ada

Sumber : (Muhammad, 2018)

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pada umumnya setiap konsumen atau nasabah mempunyai suatu harapan pada saat mereka melakukan pembelian dan penggunaan atas produk yang diinginkan. Harapan konsumen tersebut adalah suatu bentuk pelayanan baik yang diberikan oleh perusahaan. Dengan kata lain, konsumen atau nasabah menginginkan suatu kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen sendiri.

Pelayanan adalah alat-alat pemuas kebutuhan yang tidak berwujud atau prestasi yang dilakukan atau dikorbankan untuk memuaskan permintaan dan kebutuhan nasabah. Menurut (Kotler, 2003) mendefinisikan pelayanan atau *service* adalah suatu tindakan atau kinerja yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain. Pelayanan terhadap nasabah dikelompokkan dalam empat level atau tingkatan, yaitu:

- 1) *Customer Service (Basic)*, merupakan tingkatan pertama yang bertujuan sebagai penggugur kewajiban. Sebagai contoh dalam setiap bank, nasabah harus diberikan brosur jika memerlukan. Cara memberikan brosur tersebut bebas terserah pegawai bank. Apakah akan diberikan secara ramah, atau galak, atau nasabah diminta mengambil sendiri, yang terpenting kewajiban “nasabah diberikan brosur” sudah digugurkan.
- 2) *Customer Satisfaction (Minimum)*, merupakan tingkatan kedua yang diberikan hanya memenuhi standar minimal yang bersangkutan. Contoh pada kasus yang sama, nasabah harus diberikan brosur dengan ramah dan senyuman. Karena di bank, keramahan dan kelembutan adalah pelayanan yang umumnya ada di seluruh bank.
- 3) *Service Excellence (Expected)*, tingkatan ketiga dimana pelayanan yang diberikan memenuhi standaryang ditetapkan baik itu oleh perusahaan sendiri maupun instansi yang berwenang. Contohnya

proses pemberian brosur dilakukan selain dengan senyum dan keramahan, pegawai membuka dan menjelaskan brosur nya kepada nasabah.

- 4) *Service with Heart (Amaze)*, tingkatan terakhir dimana menekankan sisi manusia dalam pelayanan. Bahwa nasabah merupakan manusia yang memiliki berbagai macam karakter, latar belakang dan masalah. Hal ini diawali dengan kita menempatkan diri sebagai nasabah dengan empati dan kepedulian. Sebagai contoh di bank, ketika datang nasabah dalam kondisi tergesa-gesa dan tidak mengambil nomor antrian. Dalam kondisi tersebut, pegawai memiliki pilihan untuk mematuhi aturan bank, yaitu menunggu nasabah mengambil dan mengantri sesuai nomor antrian selesai baru dilakukan pelayanan atau langsung saja diberi pelayanan tanpa menunggu nasabah mengambil antrian dahulu, meskipun konsekuensinya adalah dia diberi teguran atau bahkan sanksi.

Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah. Menurut Kasmir dalam Debby Cynthia dkk, kualitas pelayanan adalah tindakan atau perilaku untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Kepuasan tersebut tentunya dapat tercipta apabila harapan nasabah terpenuhi (Cynthia et al., 2022).

Kualitas pelayanan berhubungan dengan pelayanan apa yang diharapkan oleh pengguna pelayanan (nasabah) dan kemampuan perusahaan penyedia pelayanan memenuhi harapan pengguna pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan dapat diukur dari sejauhmana perusahaan mampu memenuhi harapan nasabah. dengan demikian terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi (menentukan) kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) oleh pengguna layanan dan pelayanan yang diterima (*perceived service*) oleh pengguna layanan. Baik tidaknya kualitas pelayanan sangat

tergantung pada kemampuan penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan pengguna secara konsisten (Rusby & Arif, 2022:128).

Kualitas pelayanan yang diberikan harus mempunyai fungsi dan tujuan yang jelas. Tujuan dari pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan yang maksimal, sehingga dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi dari pelayanan itu sendiri. Sedangkan tujuan dari kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan adalah agar nasabah merasakan kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba yang maksimum (Gea, 2020)

b. Karakteristik Pelayanan

Karakteristik utama yang membedakan jasa/pelayanan dengan barang menurut (Sulistiyowati, 2018:14) diantaranya:

1. Tidak Berwujud atau *Intangibility* merupakan konsep yang memiliki dua pengertian, yaitu pelayanan sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak pula dirasakan serta tidak dapat dengan mudah didefinisikan. Contoh dalam perbankan syariah adalah berupa jasa.
2. Tidak dapat dipisahkan atau *Inseparability* maksudnya pelayanan diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Jasa/layanan tidak dapat dipisahkan dari penyedia jasa dan konsumen atau pelanggan dan interaksi kedua pihak ini mempengaruhi hasil dari jasa tersebut. contoh pelayanan yang tidak dapat dipisahkan dalam perbankan syariah adalah produk
3. Berubah-ubah atau *Variability* maksudnya adalah pelayanan memiliki banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Contoh pelayanan yang variasi atau berubah-ubah dalam perbankan syariah adalah variasi produk

4. Daya tahan atau *Perishability*, maksudnya adalah pelayanan tidak seperti barang yang dapat disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan, karena hal itu maka pelayanan tidak dapat bertahan lama.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan (*Service quality*)

Terdapat 5 indikator dimensi dasar untuk mengukur kualitas pelayanan yang disampaikan oleh Parasuraman, Zeithmal dan Berry, antara lain:

- 1) *Tangibles* (Bukti Fisik), meliputi penampilan dan performansi dari fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personel, dan material-material komunikasi yang digunakan dalam proses penyampaian layanan. Seperti: ruang tunggu pelayanan, perlengkapan yang digunakan dan penampilan petugas pelayanan.
- 2) *Reliability* (Kehandalan), meliputi kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan jasa atau pelayanan secara tepat dan akurat sehingga nasabah dapat mempercayai dan mengandalkannya
- 3) *Responsiveness* (Daya Tanggap), meliputi kemauan atau keinginan pihak penyedia jasa untuk segera memberikan bantuan pelayanan yang dibutuhkan dengan tanggap.
- 4) *Assurance* (Jaminan), yaitu pemahaman dan sikap sopan dari karyawan (*contact personnel*) diakutkan dengan kemampuan mereka dalam memberikan keyakinan kepada nasabah bahwa pihak penyedia jasa (bank) mampu memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya.
- 5) *Emphaty* (Empati), yaitu pemahaman karyawan terhadap kebutuhan nasabah serta perhatian yang diberikan oleh karyawan. Hal ini meliputi memahami keinginan nasabah, kepedulian petugas dan keramahan petugas pelayanan.

Kualitas yang dirumuskan oleh penyedia layanan harus dimulai dari kebutuhan pengguna pelayanan yang berakhir pada persepsi pengguna pelayanan. Dengan demikian citra kualitas pelayanan yang baik bukan hanya didasarkan pada perspektif pihak perusahaan saja, namun didasarkan juga pada persepsi pengguna pelayanan/nasabah (Algifari, 2016:5)

d. Fungsi dan Tujuan Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang diberikan harus mempunyai fungsi dan tujuan yang jelas. Oleh karena itu, fungsi dari kualitas pelayanan adalah untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, sehingga dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi dari pelayanan itu sendiri. Sedangkan tujuan dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan adalah agar nasabah merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum. Dari tujuan dan fungsi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan harus sesuai dengan yang diharapkan nasabah untuk kepuasan nasabah.

e. Manfaat Kualitas Pelayanan

Menurut (Fandy, 1997: 125), menyatakan bahwa terdapat 5 manfaat kualitas pelayanan, antara lain:

- 1) Loyalitas nasabah lebih besar.
- 2) Pangsa pasar lebih besar.
- 3) Harga saham lebih tinggi.
- 4) Harga jual produk/jasa lebih tinggi.
- 5) Produktivitas lebih besar.

Semua manfaat tersebut berkontribusi pada peningkatan daya saing yang berkesinambungan bagi perusahaan yang mengupayakan pemenuhan kualitas yang bersifat customer driven. Dalam jangka

panjang perusahaan seperti ini akan menghasilkan laba yang maksimum dan akan tetap survive.

3. Kepuasan Nasabah

Nasabah merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, nasabah memegang peranan cukup penting dalam mengukur maupun pelayanan yang diberikan bank.

Kepuasan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk atau jasa dan harapan-harapan. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, nasabah puas, senang atau gembira. Untuk menciptakan kepuasan nasabah, bank harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh nasabah yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan nasabahnya. Dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah, faktor utama yang harus diperhatikan oleh bank salah satunya adalah kualitas pelayanan, nasabah akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan (Karim, 2020:31).

Kepuasan nasabah sangat penting untuk perusahaan jasa karena nasabah yang puas akan menceritakan pengalaman mereka kepada pelanggan potensial lainnya, sehingga meningkatkan reputasi penyedia. Interaksi antara harapan dan kenyataan inilah yang menimbulkan kepuasan. Sebaliknya, unsur yang mempengaruhi kepuasan adalah apa yang diharapkan diterima oleh nasabah. Oleh karena itu, pengalaman masa lalu, komentar dari anggota keluarga, dan pernyataan yang dibuat oleh pemasar dan pesaing, semuanya dapat memengaruhi harapan nasabah. Nasabah yang puas akan tetap setia untuk jangka waktu yang lebih lama tanpa mempertimbangkan harga dan akan merekomendasikan bisnis secara positif.

Menurut (Kotler & Keller, 2008: 142) menjelaskan bahwa untuk mengukur kepuasan nasabah dapat diketahui melalui berbagai cara, diantaranya:

1) Sistem Keluhan dan saran

Menyediakan formulir untuk diisi nasabah untuk menyatakan hal-hal yang dapat memuaskan ataupun sebaliknya. Selain itu, dapat juga dilakukan dengan menyediakan kotak saran atau telepon pengaduan, hal tersebut bermanfaat bagi pemberi layanan untuk dapat menyelesaikan masalah dengan segera.

2) Survei Kepuasan Nasabah

Untuk tujuan mengukur kualitas pelayanan yang diharapkan oleh nasabah atau pengguna pelayanan dan kualitas layanan yang diterima oleh nasabah atau pengguna pelanggan perlu dilakukan melalui survei kepuasan. Dengan nasabah yang menjadi responden (sampel) diminta menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang berbagai dimensi pelayanan.

3) Nasabah Bayangan

Nasabah bayangan maksudnya adalah orang-orang yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian mereka diminta seolah-olah menjadi nasabah, mereka diminta melakukan penilaian terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh bank.

4) Analisis Nasabah yang Beralih

Cara ini dilakukan dengan menghubungi nasabah yang beralih kepada perusahaan pesaing. Perusahaan mencari informasi kepada nasabah yang beralih tentang alasan mereka beralih kepada perusahaan pesaing. Dengan cara ini dapat diketahui penyebab nasabah beralih kepada pesaing dan perusahaan dapat merancang kebijakan untuk memperbaikinya.

Metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah dalam penelitian ini adalah dengan survei kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah dilakukan dengan metode survei baik melalui telepon, maupun

wawancara pribadi dengan *Operational Staff* BSI KCP Karangobar Purwokerto yaitu dengan Bapak Ahmed Ainul Fuadie Al Hakiem guna memberikan informasi seputar jumlah responden/nasabah.

4. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Metode IPA atau *Importance Performance Analysis* merupakan metode yang pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi nasabah dan prioritas peningkatan kualitas jasa. IPA digunakan untuk membandingkan sampai sejauh mana hubungan antara kinerja (pelayanan yang dirasakan nasabah) dibandingkan dengan tingkat persepsi (harapan nasabah).

Fungsi utama dari metode IPA adalah untuk menampilkan informasi mengenai faktor-faktor pelayanan yang menurut nasabah sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitasnya, dan faktor-faktor mana saja yang menurut nasabah perlu diperbaiki karena dianggap belum memuaskan (Wahyu, 2014).

Metode ini menyatukan pengukuran faktor tingkat kinerja yang nantinya akan digambarkan menggunakan diagram dua dimensi yang disebut *Importance Performance* untuk mendapatkan usulan praktis dan memudahkan penjelasan data. Pada tingkat kinerja, pengukuran dilakukan dengan mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang dirasakan. Menurut Kotler dan Keller yang kemudian dijelaskan oleh (Gea, 2020) dalam penelitiannya, untuk mengukur puas atau tidaknya nasabah dapat diketahui menggunakan metode ini.

Analysis Importance Performance Analysis digambarkan dalam bentuk diagram kartesius, yang dibagi atas empat kuadran yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y) garis X adalah skor rata-rata penilaian kinerja atau jasa yang dirasakan dan garis Y adalah skor rata-rata penilaian kepentingan atau harapan yang memenuhi kepuasan nasabah. hal tersebut digunakan untuk mengetahui posisi masing-masing atribut atau ukuran dari kualitas pelayanan dengan tingkat

kepentingan atau harapan atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank. Diagram kartesius atas Importance Performance Analysis dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. 1 Diagram Kartesius

Sumber: (Gea, 2020)

Dalam metode ini, atribut yang diteliti akan dibagi pada diagram kartesius. Terdapat empat wilayah kuadran, seperti berikut:

a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai atribut yang sangat penting atau memiliki kepentingan yang sangat tinggi. Namun, tingkat kinerjanya masih tergolong rendah/belum memuaskan sehingga perusahaan perlu melakukan perbaikan secara berkelanjutan serta berkewajiban untuk meningkatkan prioritas atau kinerja guna memperbaiki atribut tersebut.

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut yang terletak di kuadran ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang baik. Hal ini merupakan faktor penunjang bagi kepuasan nasabah sehingga wajib untuk terus dipertahankan karena dianggap sangat penting.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pernyataan atau atribut yang terletak pada kuadran ini memiliki tingkat kepuasan yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu penting karena kinerjanya dinilai kurang baik oleh nasabah. Perbaikan terhadap atribut yang masuk kedalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat pertanyaan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh nasabah itu terlalu besar atau kecil serta mencegah pertanyaan tersebut tergeser ke kuadran I.

d. Kuadran IV (Berlebihan)

Dalam kuadran ini pertanyaan atau atribut dianggap tidak terlalu penting dan memiliki harapan rendah menurut nasabah akan tetapi memiliki kinerja yang baik sehingga dianggap berlebihan dalam pelaksanaannya oleh nasabah. Sehingga perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan atribut tersebut kepada atribut lain yang memiliki prioritas lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan.

B. Landasan Teologis

Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan/konsumen adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan/konsumen dalam pandangan Islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima (Qomariyyah, 2020).

Ternyata, Islam melalui Al-Qur'an surat Al-Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut (memuaskan) kepada objek dakwah (*customer*/pelanggan).

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: *“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”* (QS. Ali-Imran : 159)

Ayat ini diturunkan pada waktu perang Uhud dan ditunjukkan kepada Rasulullah Saw untuk menenangkan dan menyenangkan hati beliau, dan ditunjukkan kepada kaum muslimin untuk menyadarkan mereka terhadap nikmat Allah atas mereka. Diingatkannya kepada beliau dan kepada mereka akan rahmat Allah yang terlukis di dalam akhlak beliau yang mulia dan penyayang, yang menjadi tambatan hati para pengikut beliau. Hal itu dimaksudkan untuk memfokuskan perhatian kepada rahmat yang tersimpan di dalam hati beliau sehingga bekas-bekasnya dapat mengungguli tindakan mereka terhadap beliau dan mereka dapat merasakan hakikat nikmat illahi yang berupa nabi yang penyayang ini. Kemudian diserunya mereka, dimaafkan kesalahan mereka, dan dimintakan ampunan kepada Allah bagi mereka. Diajaknya mereka bermusyawarah dalam menghadapi urusan ini, sebagaimana beliau bisa bermusyawarah dengan mereka, dengan tidak terpengaruh emosinya terhadap hasil-hasil musyawarah itu yang dapat membatalkan prinsip yang asasi dalam kehidupan islami. (Quthb, 2012)

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.....”

Jika mukmin bersikap keras, tidak *care* terhadap sesama (pelanggan) maka mereka akan menjauh sehingga target tidak tercapai. Hal ini berarti, bahwa perhatian terhadap sesama merupakan suatu anjuran wajib bagi mukmin.

Teori untuk berlemah lembut kepada sesama dalam QS. Ali-Imran ayat 159 ini memiliki persamaan dengan teori kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Dalam Islam, seperti yang dijelaskan oleh Abbas Asiisiy, objek

dakwah adalah juga pelanggan, sehingga harus dilayani dengan sepenuh hati. Jika seorang da'i dapat sukses menarik perhatian perhatian objek dakwahnya maka objek dakwahnya tersebut akan terbiasa menerapkan nilai-nilai Islam akibat terbiasanya interaksi antara dia dan dainya. Objek dakwahnya tersebut akan menjadi dai pula yang akan menarik objek dakwahnya yang lain. Inilah model marketing yang handal, yang sudah diterapkan oleh Rasulullah.

Lima dimensi pelayanan yang diterapkan oleh Rasulullah berbekal pada SIFAT yaitu *Sidiq, Istiqomah, Fathonah, Amanah* dan *Tabligh*. Rasulullah sukses dalam berdakwah dan berdagang. Objek dakwah maupun pembelinya sama-sama merasakan kepuasan dan kebahagiaan berinteraksi dengan Rasul.

Itulah keterkaitan antara pribadi lemah lembut Rasulullah yang didasarkan dalam QS. Al-Imran ayat 159 dengan pelayanan kepuasan pelanggan. Ada sinkronisasi, sama-sama mempedulikan sesama, mengenal dengan baik pribadi atau karakteristiknya, melayani dengan hati, berempati serta mendengarkan keluh kesahnya, ini merupakan suatu seni dalam melayani pelanggan. Seni inilah yang harus diterapkan oleh bank syariah di Indonesia melalui kualitas pelayanan yang akan meningkatkan kinerja dan kredibilitas bank syariah. Dan pada akhirnya bank syariah bisa menjadi pilihan utama masyarakat khususnya masyarakat Indonesia (Sulfiantono, 2023)

Memberikan pelayanan terbaik bagi seluruh umat manusia adalah pekerjaan yang mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas, jangan memberikan pelayanan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Sebagaimana firman Allah SWT sebagai berikut:

وَقُلْ أَعْمَلُوا ۖ فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ

تَعْمَلُونَ

Artinya: “ Dan katakanlah, ‘Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.’” (QS. At-Taubah: 105).

Dalam tafsir Hasbi Ash-Shiddieqy membagi tujuan bekerja (beramal) bagi seorang muslim menjadi empat yaitu tujuan dunia, akhirat, diri sendiri dan umat. Setiap pekerjaan tersebut akan mendapat balasannya baik di dunia maupun di akhirat. Tujuan pelayanan yang paling mulia adalah ketika pelayanan tersebut berorientasi ukhrawi berbasiskan pemberdayaan umat. Selain itu, ayat diatas menunjukkan betapa besarnya pengawasan terhadap segala pekerjaan. Ketika menjalankan fungsi pelayanan, akan selalu diawasi oleh Allah Swt dan orang-orang mukmin disekitarnya. Sehingga pekerjaan tersebut akan dimintai pertanggungjawaban oleh Allah dan orang-orang mukmin sebagai konsekuensi pengawasan tadi. Lebih jauh lagi, segala pekerjaan kita akan ditampilkan dihadapan Allah Swt, Rasulullah dan orang-orang mukmin (Syahrial, 2021).

Allah swt menciptakan manusia tidak lain adalah untuk beribadah kepadanya serta tidak menyekutukannya. Maka dalam hal ini semua aktivitas hidup kita sebagai manusia merupakan bentuk penghambaan kita terhadap Allah. Tidak terkecuali dalam aktivitas ekonomi, menurut (Arifin, 2009:153) terdapat 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, yaitu:

1. Jujur merupakan sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji
2. Bertanggung jawab dan terpercaya (*Al-Amanah*) dalam menjalankan bisnis harus bertanggung jawab serta dapat dipercaya
3. Tidak menipu (*Al-Kadzib*) yaitu dalam menjalankan bisnis tidak pernah menipu seperti praktik bisnis dan dagang yang diterapkan Rasulullah SAW jujur dan tidak pernah menipu
4. Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada konsumen maupun sesama pebisnis

5. Melayani dengan rendah hati (*Khidmat*) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum serta mampu mendengarkan keluhan konsumen
6. Tidak melupakan akhirat, maksudnya adalah ketika menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. Contohnya ketika datang waktu sholat, maka mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

C. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

NO	Nama dan Judul Penelitian	Hasil dan Pembahasan Penelitian	Perbedaan
1	Meisy Kharisma Idris, Triwulandari Satitidjati Dewayana dan Anik Nur Habyba, 2022) berjudul “ <i>Service Quality dan Importance Performance Analysis</i> untuk Menentukan Prioritas Peningkatan Kualitas Layanan Nasabah Bank”	Hasil penelitian dilakukan dengan metode CSI dan IPA, dimana hasil CSI menunjukkan 91,52% artinya nasabah merasa sangat puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Sedangkan hasil IPA diperoleh atribut yang diprioritaskan dalam perbaikan yaitu atribut ke 7 pada <i>reliability</i> dengan nilai gap 0,42 sedangkan gap negatif terdapat pada dimensi <i>emphaty</i> yaitu atribut ke 21 dengan nilai gap 0,09.	Berdasarkan penelitian terdahulu maka peneliti menyimpulkan terdapat perbedaan pada: <ul style="list-style-type: none"> - Metode penelitian, dimana pada penelitian terdahulu terdapat metode CSI sedangkan penelitian ini hanya IPA - Pada penelitian terdahulu menggunakan dimensi analisis 5W+1H sedangkan pada penelitian ini menggunakan dimensi E-SERQUAL - Objek penelitian yang berbeda pada BSI KCP Karangobar Purwokerto
2	(Andi Pawennari, Irna Nur Afifah, Verawati, Muhammad Nusran dan	Berdasarkan hasil IPA diperoleh sebagian besar atribut bernilai <i>negatif</i> ,	Berdasarkan penelitian terdahulu maka peneliti menyimpulkan terdapat

	Muhammad Fakhri Arham, 2021) Judul “Analisis Kualitas Layanan Bank Syariah dengan Menggunakan Metode <i>Serqual</i> dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) di Makassar”	berdasarkan analisis, terdapat 10 atribut yang memuaskan pengguna yang harus dipertahankan perusahaan sehingga dapat menjaga loyalitas nasabah.	perbedaan pada: <ul style="list-style-type: none"> - Variabel terikat yaitu kualitas pelayanan sedangkan pada penelitian ini variabel terikat yaitu kepuasan nasabah - Objek penelitian ini dilakukan pada nasabah BSI KCP Karangobar Purwokerto
3	(Febria Ningtyas Putri Hidayat, 2020) Judul “ <i>Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan BRI Syariah dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) (Studi Kasus pada Mahasiswa S.I IAIN Purwokerto Angkatan 2016-2019)</i> ”	Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 2 atribut penentu kualitas pelayanan BRI Syariah yang berada pada Kuadran I dan harus segera diperbaiki sesuai dengan harapan nasabah, seperti: pelayanan cepat dan kemudahan memperoleh informasi	Berdasarkan penelitian terdahulu maka peneliti menyimpulkan terdapat perbedaan pada: <ul style="list-style-type: none"> - Dimensi yang dipakai. Dimana pada penelitian terdahulu menggunakan metode atau dimensi <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) sedangkan penelitian ini hanya menggunakan IPA - Teknik pengambilan sampel yang berbeda yaitu menggunakan <i>insidental sampling</i>
4	(Lintang Nur Agia & Hafidzah Nurjannah, 2022) judul “ <i>Analysis of Service Quality of Bank Syariah Indonesia Using Importance Performance Analysis</i> ”	Berdasarkan hasil penelitian terdapat beberapa temuan atribut yang harus ditingkatkan dalam penelitian ini secara umum terkait dengan akses yang diberikan oleh layanan Bank Syariah Indonesia diantaranya adalah jumlah teller dan customer service yang memadai, penggunaan teknologi atau peralatan modern yang digunakan, dan antrian yang cepat. Selain itu, Bank Syariah	Berdasarkan penelitian terdahulu maka peneliti menyimpulkan terdapat perbedaan pada <ul style="list-style-type: none"> - Variabel dimana pada penelitian ini ada penambahan variabel kepuasan nasabah dan <i>Importance Performance Analysis</i> sebagai variabel terikat (Y) - Objek penelitian pada penelitian ini dilaksanakan di BSI KCP Karangobar

		Indonesia juga perlu mempertahankan kualitas keamanan saat transaksi, biaya administrasi yang murah, petunjuk layanan transaksi yang jelas, ketersediaan peralatan yang mendukung, kemampuan karyawan memberikan penjelasan dan tidak adanya kesalahan dalam pemberian pelayanan. Atribut-atribut ini dapat dijadikan panduan bagi perbaikan dan peningkatan kinerja Bank Syariah Indonesia.	Purwokerto
5	(Meisy Kharisma dkk, 2022) jurnal berjudul “ <i>Service Quality dan importance performance analysis</i> untuk menentukan prioritas peningkatan kualitas layanan nasabah bank	Hasil penelitian menunjukkan perhitungan berdasarkan Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah didapatkan nilai CSI sebesar 91,52% dimana nasabah merasa sangat puas dengan kualitas layanan yang diberikan. Berdasarkan metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA) diperoleh atribut yang diprioritaskan dalam perbaikan yaitu atribut ke 21, atribut ke 6 dan atribut ke 8.	Berdasarkan penelitian terdahulu maka peneliti menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan pada <ul style="list-style-type: none"> - Variabel independen pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan - Tidak ada penambahan metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) - Tidak ada penambahan dimensi 5W+1H pada prioritas peningkatan.
6	(Teddy Chandra & Devy Novia, 2019) judul “ <i>Analysis of Service Quality and Customer Satisfaction Using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh (berdasarkan nilai CSI) sebesar 83,68% dan terletak di rentang	Berdasarkan penelitian terdahulu maka peneliti menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan pada: <ul style="list-style-type: none"> - Dimensi penelitian pada penelitian terdahulu

	<i>Analysis (IPA) Method in “Jakarta” Optical Pekanbaru”</i>	nilai 0.08-1.00 yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen adalah “Sangat Puas”. Namun masih terdapat nilai CSI yang belum mencapai 100% (16,32%) disebabkan oleh adanya faktor dari atribut pada kuadran I dan III yang masih perlu diperbaiki dan ditingkatkan dalam waktu dekat	<p>menggunakan Uji ANOVA untuk menentukan persepsi disetiap indikator, sedangkan pada penelitian ini menggunakan konsep E-SERQUAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metode penelitian terdahulu menggunakan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>, sedangkan penelitian ini menggunakan IPA - Objek penelitian pada BSI KCP Karangkoobar Purwokerto
7	(Putri Daryanti & Muchsin Saggaf Shihab, 2019) judul “ <i>Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Konsep E-Serqual (Studi Kasus Pelanggan Shopee)</i> ”	Penelitian ini menggunakan konsep E-Serqual sebagai variabel terikat, studi penelitian pada konsumen berbeda yaitu pada konsumen <i>shopee</i> , perbedaan lain terdapat pada teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan <i>convenience sampling</i> .	<p>Berdasarkan penelitian terdahulu maka peneliti menyimpulkan terdapat perbedaan pada</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variabel terikat yaitu kepuasan nasabah - studi penelitian pada nasabah BSI KCP Karangkoobar Purwokerto - Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan <i>Insidental Sampling</i>
8	(Zakiah Attamimi & Ay Maryani. 2019) judul “ <i>Pengukuran Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan PT BNI Syariah KC Ciputat dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) & Metode Customer Satisfaction Index (CSI)</i> ”	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan puas dengan layanan dari bank BNI Syariah KC Ciputat dengan tingkat CSI sebesar 79,34%. Berdasarkan Importance Performance Analysis (IPA), 5 atribut dikategorikan sebagai “prioritas perbaikan”, dan 13 atribut dikategorikan	<p>Berdasarkan penelitian terdahulu maka peneliti menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan pada</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teknik pengambilan sampel pada penelitian terdahulu <i>conviencie sampling</i> sedangkan pada penelitian ini menggunakan <i>insidental sampling</i>. - Tidak adanya penambahan alat

		sebagai "pertahankan prestasi". Selanjutnya, ada 3 atribut yang dikategorikan "berlebihan" dan 9 atribut adalah sebagai "prioritas rendah". Kemudian rata-rata nilai kesesuaian/selisih dari seluruh atribut pelayanan bank BNI Syariah KC Ciputat adalah minus 0,14.	analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) - Responden penelitian ini adalah untuk nasabah BSI KCP Karangobar Purwokerto
--	--	---	---

D. Kerangka Pemikiran

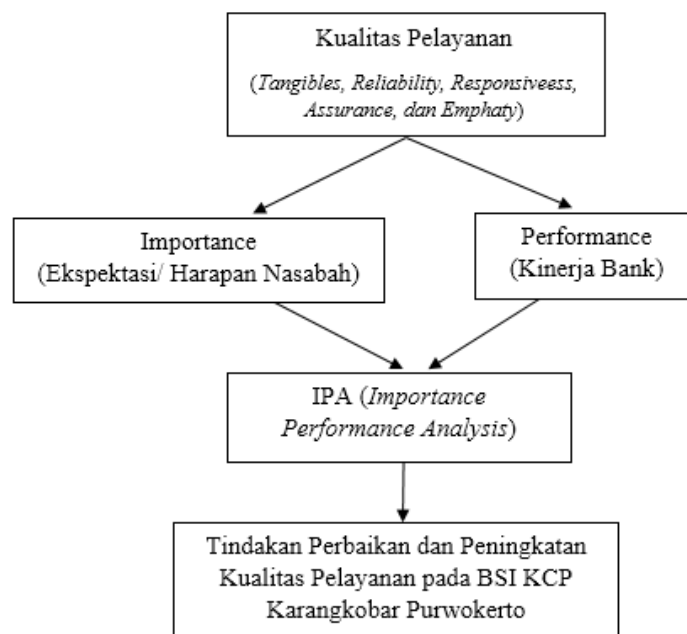
Kerangka pemikiran adalah narasi (uraian) atau proporsisi tentang kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan, kerangka berpikir atau pemikiran dalam sebuah penelitian kuantitatif, sangat menentukan dan validitas proses penelitian secara keseluruhan. Uraian dalam kerangka berpikir harus mampu menjelaskan dan menegaskan secara komprehensif asal-usul variabel yang diteliti, sehingga variabel-variabel yang tercantum di dalam rumusan masalah dan identifikasi masalah semakin jelas asal usulnya (Arif et al., 2017).

Persepsi kualitas pelayanan yang baik adalah menurut sudut pandang dari nasabah. Pelayanan harus didasarkan kepada pedoman layanan yang berisi atribut-atribut kualitas pelayanan yang harus dipenuhi untuk tercapainya kualitas pelayanan yang dapat memuaskan nasabah. Para nasabah akan menilai kualitas pelayanan dengan membandingkan tingkat kepentingan nasabah dengan kualitas pelayanan bank. Tingkat kepentingan adalah harapan nasabah sedangkan tingkat kualitas pelayanan adalah kenyataan yang diterima nasabah.

Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto oleh nasabah, maka peneliti menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan dimensi SERQUAL (*Servive Quality*) menurut Parasuraman yaitu Tangibles, Reliability,

Responsiveness, Assurance dan Emphaty. Dengan metode IPA peneliti dapat mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh BSI KCP Karangobar Purwokerto dengan membandingkan antara ekspektasi (*Importance*) dengan kinerja bank (*Performance*) dan juga mengetahui atribut kualitas pelayanan apa saja yang perlu ditingkatkan dan mendorong upaya perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan pada Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto guna mencapai kepuasan yang diharapkan oleh nasabah. Kerangka Pemikiran pada penelitian ini terlihat pada gambar berikut:

Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian analisis deskriptif kuantitatif. Disebut kuantitatif karena penelitian menggunakan perhitungan matematis untuk mendapatkan tingkat kepuasan dan mengetahui posisi masing-masing atribut pada diagram kartesius. Reliabilitas dan validitas merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi dalam menggunakan pendekatan ini karena kedua elemen tersebut akan menentukan kualitas hasil penelitian (Tanzeh, 2009: 102). Kemudian penelitian analisis deskriptif merupakan metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya kemudian data-data tersebut disusun, diolah dan dialisis untuk dapat memberikan gambaran mengenai masalah yang ada.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini akan dilakukan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Karangobar Purwokerto yang berada di Jl. Karangobar, RT.003/RW.008, Glempang, Sokanegara, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53115. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Desember sampai Januari 2023.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:80). Menurut (Toha, 2008:42) banyaknya elemen yang merupakan anggota populasi disebut sebagai ukuran populasi dan disimbolkan N . Populasi yang digunakan digunakan pada penelitian ini

adalah nasabah tabungan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Karangobar Purwokerto yang berjumlah 37.107.

Tabel 3. 1 Daftar Nasabah BSI KC Karangobar

(diambil tahun terakhir 2022)

No	Jenis Tabungan	Jumlah Nasabah
1	Wadiah	19.800
2	Mudharabah	281
3	Giro	128
4	Haji Wadiah	204
5	Haji Mudharabah	16.671
6	Bisnis	23
Total		37.107

Sumber: BSI KCP Karangobar Purwokerto

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2016:84). Sampel disimbolkan dengan n selalu mempunyai ukuran yang kecil atau sangat kecil jika dibandingkan dengan ukuran populasi (Toha, 2008:43).

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* artinya tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama untuk setiap elemen atau anggota populasi yang sudah terpilih sebagai sampel. Metode pengambilan sampel menggunakan *sampling insidental*, yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016:81).

Berdasarkan populasi yang ada, maka untuk menghitung jumlah sampel menggunakan rumus *slovin* yaitu:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Ukuran Populasi

e² = Batas Kesalahan

maka ukuran sample yang diperoleh yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{37.107}{1 + 37.107 (10\%)^2} \\ &= \frac{37.107}{1 + 37.107 (0,01)} \\ &= \frac{37.107}{372,07} \\ &= 99,73 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini sebanyak 99,73 atau dibulatkan menjadi 100 responden.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel penelitian adalah objek penelitian, atau bisa disebut dengan apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini, terdapat 2 variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas merupakan sebab yang di perkirakan dari beberapa perubahan dalam variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Kualitas Pelayanan.

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain. Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Kepuasan Nasabah

3. Indikator Penelitian

Indikator yaitu bagian dari variabel yang dapat diukur. Indikator inilah yang dapat dijadikan item-item pernyataan dalam kuesioner.

Tabel 3. 2 Variabel dan Indikator Penilaian

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Pelayanan (X)	Merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah dan memenuhi harapannya. Pelayanan yang baik merupakan suatu kewajiban dan menjadi kunci sukses bagi perbankan (Algifari, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Assurance (Jaminan) 2. Reliability (Kehandalan) 3. Tangibles (Berwujud) 4. Emphaty (Empati) 5. Responsiveness (Ketanggapan)
Kepuasan Nasabah (Y)	Merupakan tingkat perasaan dimana seseorang membandingkan atas kinerja produk/jasa yang diterima dengan yang diharapkan (Zulkarnain & Ramadansyah, 2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian antara kinerja dan harapan 2. Kualitas pelayanan yang diberikan 3. Kualitas produk yang dihasilkan 4. Kemudahan mengakses produk 5. Keterjangkauan

		akses lokasi yang dituju.
--	--	---------------------------

E. Sumber Data

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual maupun kelompok, hasil observasi, wawancara dan kuesioner. Data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada BSI KCP Karangobar Purwokerto pada tanggal 13 September 2022, wawancara dengan Ahmed Ainul Fuadie El Hakiem sebagai *Operational Staff* BSI KCP Karangobar Purwokerto serta hasil jawaban dari kuesioner yang disebarakan peneliti.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah setiap publikasi yang disusun oleh seorang penulis yang bukan pengamat langsung atau partisipan dalam kegiatan yang digambarkan dalam pustaka tersebut. Sumber data sekunder pada penelitian ini berupa artikel atau jurnal, buku yang merupakan penafsiran seorang penulis mengenai suatu topik maupun skripsi dan dokumentasi yang sesuai dengan kebutuhan pada penelitian ini (Toha, 2008:11-12).

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan terhadap kejadian atau fakta-fakta yang dibutuhkan oleh seorang peneliti. Dalam penelitian ini, penulis datang secara langsung ke BSI KCP Karangobar Purwokerto untuk memperoleh data yang menjadi objek penelitian. Sehingga penulis akan mengetahui kondisi nasabah BSI KCP Karangobar Purwokerto.

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan interview pada satu atau beberapa responden. Dalam pengertian lainnya, wawancara merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan mengadakan tatap muka secara langsung antara orang yang bertugas mengumpulkan data dengan orang yang menjadi sumber atau objek penelitian (Tanzeh, 2009:89). Dalam penelitian ini wawancara dilakukan oleh peneliti dengan Bapak Ahmed Ainul Fuadie El Hakiem sebagai *Operational Staff* BSI KCP Karangobar Purwokerto serta 10 nasabah guna memperoleh data observasi awal penelitian.

3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebar pertanyaan kepada responden dengan harapan responden mengisi daftar pertanyaan tersebut (Sugiyono, 2016:142). Angket tersebut digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan respon responden terhadap analisis tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan BSI Karangobar Purwokerto. Angket akan disebar kepada responden dan pengisiannya dilakukan secara jujur tanpa ada paksaan.

Dalam penelitian ini, ada beberapa model pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup tersebut berupa *skala likert*. Variabel yang akan diukur dalam skala *likert* dijabarkan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai penilaian dari sangat positif sampai sangat negatif untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja berdasarkan persepsi nasabah terhadap variabel penelitian.

Tabel 3. 3 Pemberian Nilai Skor Berdasarkan Skala Likert Pertanyaan

	5	4	3	2	1
Tanggapan nasabah terhadap tingkat kinerja	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
Tanggapan nasabah terhadap tingkat kepentingan (Harapan)	Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting

G. Teknik Pengolahan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Uji validitas diperoleh dengan cara mencari korelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05, karena taraf signifikan 0,05 mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan nasabah untuk mendapatkan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan BSI KC Karangobar Purwokerto (Ningtyas, 2020).

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel dengan derajat kebebasan (df) = $n-2$. Hasilnya sebagai berikut:

- Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka instrumen pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid
- Jika r hitung $< r$ tabel, maka instrumen pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid.

Rumus untuk menghitung korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi

X = skor tiap pertanyaan/item

Y = skor total

n = jumlah responden

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama (Attamimi & Maryani, 2019). Menurut Sugiyono (2006), reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Uji kepercayaan merupakan tingkat kemampuan suatu alat ukur yang memberikan hasil yang sama jika alat ukur itu digunakan program komputer SPSS, dengan tingkat signifikan 0,05 sehingga bila probabilitas r hitung > 0,06 berarti item tersebut telah reliabel (Ningtyas, 2020). Jika pertanyaan valid maka harus memenuhi reliabilitasnya, yaitu:

- Jika nilai r alpha \geq r-tabel hasil pertanyaan tersebut kredibel
- Jika nilai r alpha < dari r-tabel hasil pertanyaan tersebut tidak kredibel.

Pengujian menggunakan *cronbach's alpha* dengan rumus:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Dimana:

r = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

σb^2 = jumlah varian butir

σt^2 = varian total

H. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2016:147). Pada penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara deskriptif mengenai jawaban responden terhadap kualitas pelayanan di PT Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto. Analisis ini merupakan analisis yang menguraikan data hasil penelitian. Analisis ini disajikan dalam bentuk tabel dan uraian deskripsi tabel.

2. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Metode IPA merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan kinerja yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Teori penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja masing-masing atribut diperoleh dengan cara menjumlahkan hasil perkalian skor masing-masing skala dengan jumlah responden yang memilih pada skala likert (Teddy & Devy, 2019). Adapun tahapan pengolahan dengan metode IPA adalah:

- a. Menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kualitas atribut-atribut yang diteliti melalui perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Tujuan perhitungan ini adalah untuk menentukan tingkat kepuasan nasabah BSI KCP Karangobar Purwokerto.

Rumus yang digunakan dalam tahap pertama ini adalah:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat Kesesuaian

Xi = Skor Penilaian Kinerja (Performance)

Yi = Skor Penilaian Kepentingan (Importance)

- b. Penentuan skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan (importance) dan kinerja (performance) untuk setiap item atribut.

Rumus yang digunakan adalah:

$$Xi = \frac{\sum Xi}{n} \text{ dan } Yi = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana:

Xi = Skor rata-rata tingkat kinerja untuk atribut ke-i

Yi = Skor rata-rata tingkat kepentingan untuk atribut ke-i

n = Jumlah Responden

- c. Menghitung rata-rata penilaian tingkat kepentingan (importance) dan kinerja (performance) untuk keseluruhan atribut.

Rumus yang digunakan:

$$Xi = \frac{\sum Xi}{k} \text{ dan } Yi = \frac{\sum Yi}{k}$$

Keterangan:

Xi = Skor rata-rata tingkat kinerja untuk atribut ke-i

Yi = Skor rata-rata tingkat kepentingan untuk atribut ke-i

K = Jumlah atribut

- d. Pemetaan Atribut

Pada tahapan ini rata-rata setiap atribut kemudian dipetakan ke dalam Diagram Kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu bangun persegi yang dibagi dalam 4 kuadran dan dibatasi

oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X dan Y), dan X merupakan rata-rata dari skor tingkat kinerja (*Performance*) BSI KCP Karangobar Purwokerto sedangkan Y adalah rata-rata tingkat kepentingan (*Importance*) dan dengan kemungkinan 4 posisi kuadran. Adapun langkah-langkah pemetaan atribut IPA dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Menghitung rata-rata skor tingkat kinerja

Rumus:

$$X_i = \frac{\sum X_i}{k}$$

Keterangan:

X_i = Skor rata-rata tingkat kinerja untuk atribut ke-i

k = Jumlah atribut

Dari perhitungan rata-rata seluruh atribut tingkat kinerja (X) diperoleh rata-rata sebesar 4,28

- 2) Menghitung rata-rata skor tingkat kepentingan

Rumus:

$$Y_i = \frac{\sum Y_i}{k}$$

Keterangan:

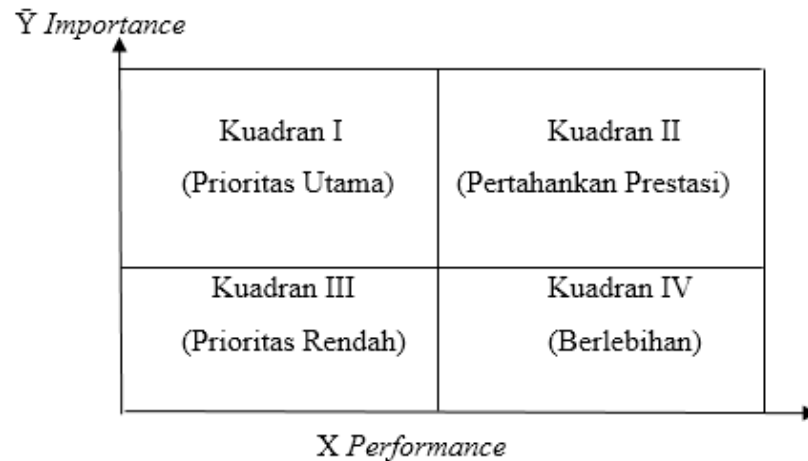
Y_i = Skor rata-rata tingkat kepentingan untuk atribut ke-i

K = Jumlah atribut

Dari perhitungan rata-rata seluruh tingkat kepentingan (Y) diperoleh rata-rata sebesar 4,44.

Berdasarkan hasil perhitungan kedua skor tersebut dapat diketahui bahwa titik potong garis X= 4,28 dan titik potong garis Y= 4,44. Selanjutnya untuk menampilkan diagram kartesius IPA dibutuhkan aplikasi SPSS 25. Adapun penjelasan dari masing-masing atribut sebagai berikut:

Gambar 3. 1 Diagram Kartesius



Sumber (Gea, 2020)

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai atribut yang sangat penting atau memiliki kepentingan yang sangat tinggi. Namun, tingkat kinerjanya masih tergolong rendah/belum memuaskan sehingga perusahaan perlu melakukan perbaikan secara berkelanjutan serta berkewajiban untuk meningkatkan prioritas atau kinerja guna memperbaiki atribut tersebut.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut yang terletak di kuadran ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang baik. Hal ini merupakan faktor penunjang bagi kepuasan nasabah sehingga wajib untuk terus dipertahankan karena dianggap sangat penting.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

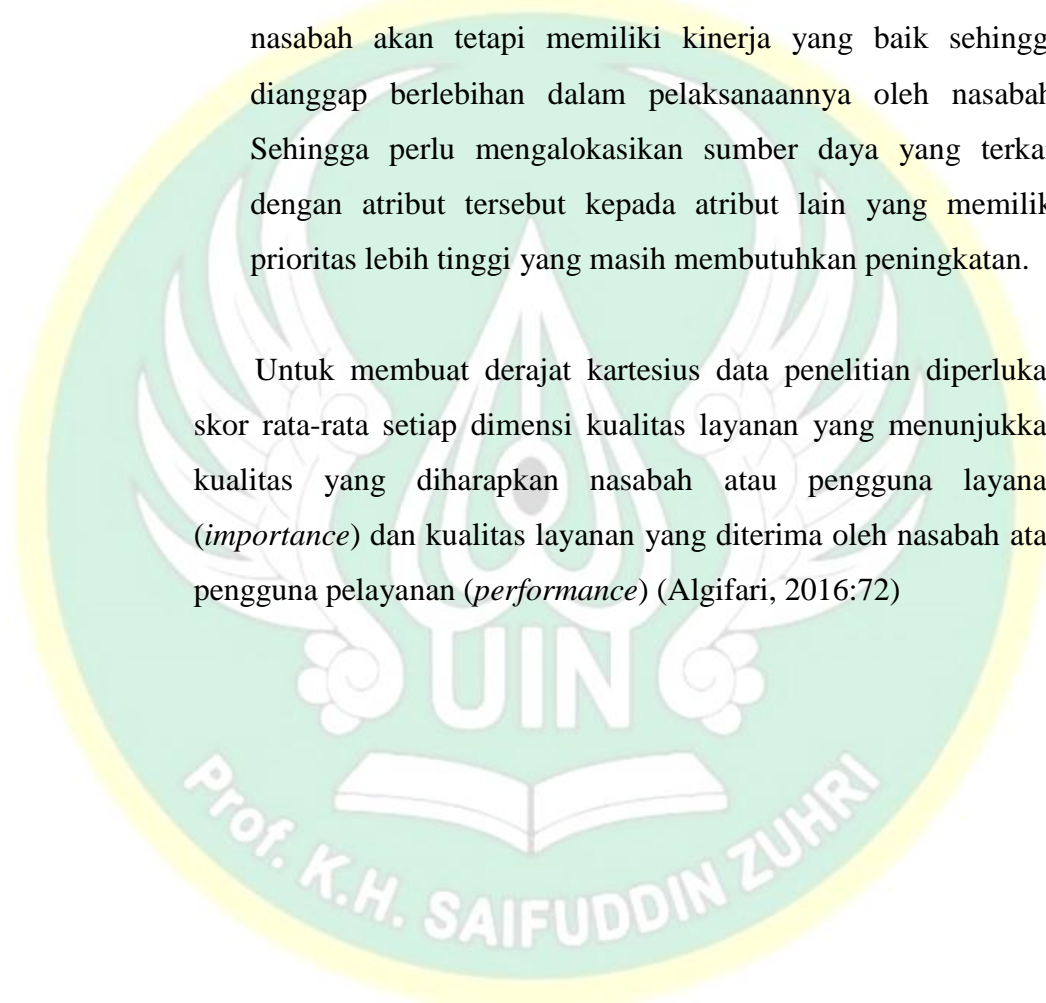
Pernyataan atau atribut yang terletak pada kuadran ini memiliki tingkat kepuasan yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu penting karena kinerjanya dinilai kurang baik oleh nasabah. Perbaikan terhadap atribut yang masuk kedalam

kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat pertanyaan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh nasabah itu terlalu besar atau kecil serta mencegah pertanyaan tersebut tergeser ke kuadran I.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Dalam kuadran ini pertanyaan atau atribut dianggap tidak terlalu penting dan memiliki harapan rendah menurut nasabah akan tetapi memiliki kinerja yang baik sehingga dianggap berlebihan dalam pelaksanaannya oleh nasabah. Sehingga perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan atribut tersebut kepada atribut lain yang memiliki prioritas lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan.

Untuk membuat derajat kartesius data penelitian diperlukan skor rata-rata setiap dimensi kualitas layanan yang menunjukkan kualitas yang diharapkan nasabah atau pengguna layanan (*importance*) dan kualitas layanan yang diterima oleh nasabah atau pengguna pelayanan (*performance*) (Algifari, 2016:72)



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Karangobar Purwokerto awalnya merupakan sebuah Unit Usaha Syariah dari PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Tbk atau BRIS. BRIS sendiri muncul pada tanggal 19 Desember 2007 awal pengambil alihan BRI terhadap Bank Jasa Arta. Setelah itu, BRI Syariah aktif pada 17 November 2008 berdasarkan syariat Islam. BRI Syariah fokus untuk menangani banyak segmentasi masyarakat yang melaju pesat melalui penawaran produk kepada konsumennya. Di tahun 2018, BRI Syariah melaksanakan IPO pada Bursa Efek Indonesia serta dinobatkan sebagai anak perusahaan BUMN pertama dengan layanan syariah yang melaksanakan IPO.

Tanggal 1 Februari 2021 atau bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir tahun 1442 menjadi sejarah merger atau penggabungan ketiga bank syariah yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu dengan nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk atau disingkat dengan BSI. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Penggabungan ini menyatukan kelebihan tiga bank syariah guna membagikan pelayanan yang lebih unggul, jangkauan yang lebih luas dan kapasitas modal yang lebih prima berkat sinergi dari ke tiga bank induk yaitu BRI, Mandiri dan BRI serta didukung Kementerian BUMN mendorong perbankan syariah Indonesia mampu bersaing di tingkat global.

Pemersatuan tiga bank syariah BUMN ini diresmikan langsung oleh Presiden RI Joko Widodo hal itu juga mempertegas komitmen pemerintah untuk mengembangkan pelayanan dengan prinsip syariah yang dapat bertahan di situasi perekonomian Indonesia yang labil menjadi

sangat penting. Komitmen pemerintah guna menghidupkan kembali ekonomi Indonesia dengan BSI yang diharapkan dapat menyuntikkan kekuatan baru bagi perkembangan perekonomian negara. BSI merupakan gambaran dari kekuatan negara Syariah di Indonesia yang maju, universal yang tentunya mendatangkan kebaikan bagi masyarakat, Setelah penggabungan ini, Bank Syariah Indonesia akan menjadi bank syariah terbesar di Indonesia dengan total aset yang dimiliki sebesar Rp. 239,56 triliun serta memiliki lebih dari 1.300 cabang di seluruh Indonesia.

Perkembangan ekonomi di Indonesia diramalkan nantinya akan berkembang cepat yang didukung pemerintah terhadap sektor perbankan. Dengan adanya Bank Syariah Indonesia digadangkan mampu mengakselerasi laju perekonomian dan menjadi dukungan iklim usaha dan industri yang sesuai dengan sistem Syariah saat ini. Keberadaan BSI juga menjadi cermin wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).

Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto merupakan Bank Umum Syariah yang beralamat di Jl. Karangobar, RT 03/RW 08, Glempang, Sokanegara, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53115. Mulai beroperasi pada tanggal 1 Februari 2021 dengan nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Selain fasilitas layanan jasa, terdapat pula fasilitas kantor yang memadai seperti: tempat parkir, ruang tunggu, toilet serta mushola yang dapat digunakan oleh nasabah.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto

Visi

Top 10 Global Islamic Bank

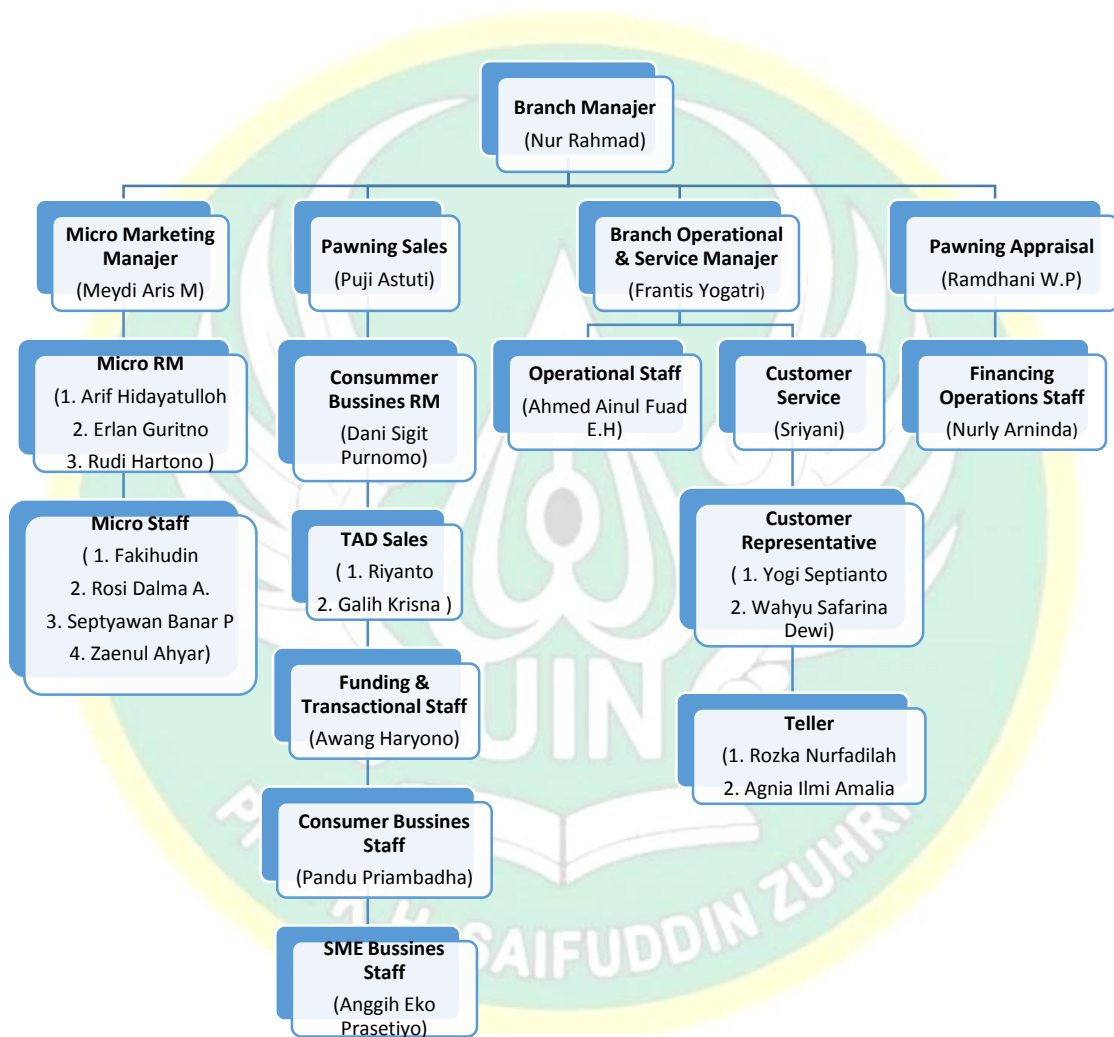
Misi

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi pemegang saham

- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi



Sumber: (Fuad, 2023)

4. Produk di Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto

Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto memiliki berbagai produk yang dikembangkan sesuai dengan prinsip Syariah, adapun produk-produknya adalah sebagai berikut:

a. Pendanaan dan Investasi

- 1) BSI Tabungan Easy Mudharabah
- 2) BSI Tabungan Easy Wadi'ah
- 3) BSI TabunganKu
- 4) BSI Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL)
- 5) BSI Tabungan Haji Indonesia dan Haji Muda Indonesia
- 6) BSI Tabungan Valas
- 7) BSI Tabungan Bisnis
- 8) BSI Tabungan Pensiun
- 9) BSI Tabungan Efek Syariah
- 10) BSI tabungan Rencana
- 11) Rekening Autosave dan Qurban
- 12) BSI Tabungan Mahasiswa
- 13) BSI Tabungan Junior
- 14) BSI Tabungan Payroll
- 15) BSI Tapenas Kolektif
- 16) BSI Deposito Rupiah
- 17) BSI Deposito Valas
- 18) BSI Reksa Dana Syariah
- 19) Bancassurance
- 20) SBSN Ritel
- 21) Sukuk Wakaf Ritel
- 22) BSI Giro Valas
- 23) BSI Giro Rupiah

b. Pembiayaan

- 1) BSI KUR Kecil
- 2) BSI KUR Mikro
- 3) BSI KUR Makro
- 4) BSI Griya
- 5) BSI Mitra Guna Berkah
- 6) BSI OTO
- 7) BSI KPR Sejahtera
- 8) BSI Pensiun Berkah
- 9) Bilateral Financing
- 10) BSI Cash Collateral
- 11) BSI Distributor Financing
- 12) BSI Griya Hasanah
- 13) BSI Griya Maburr
- 14) BSI Griya Simuda
- 15) BSI Mitra Beragun Emas
- 16) BSI Multiguna Hasanah
- 17) BSI Umrah
- 18) Mitraguna Online
- 19) BSI Gadai Emas
- 20) BSI Cicil Emas

c. Jasa

- 1) *Buyer Financing*
- 2) *Supplier Financing*
- 3) Bank Garansi
- 4) LC Issuance
- 5) Penyelesaian Wesel Ekspor
- 6) Pembiayaan Investasi
- 7) Kustodian
- 8) Wali Amanat

B. Karakteristik Responden

Narasumber pada penelitian ini merupakan nasabah BSI KCP Karangobar Purwokerto yang berdomisili di Kabupaten Banyumas dengan jumlah 100 orang. Karakteristik responden diperoleh dari jawaban responden dari kuesioner yang telah disebarakan kepada nasabah. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan dua cara, pertama menggunakan google formulir yang disebarakan melalui media sosial seperti whatsapp, instagram dan telegram dan cara kedua bertemu langsung dengan nasabah guna meminta responden mengisi kuesioner. Pertanyaan kuesioner terbagi menjadi dua bagian, pada bagian pertama untuk mengukur tingkat persepsi dan kedua mengukur penilaian kinerja BSI KCP Karangobar Purwokerto dengan 19 pertanyaan yang terbagi dalam 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu pertanyaan untuk *tangibles* berjumlah 4 pernyataan, *reliability* berjumlah 4 pernyataan, *responsiveness* berjumlah 4 pernyataan, *assurance* berjumlah 3 pernyataan, *emphaty* berjumlah 4 pernyataan. Gambaran umum dari responden menjelaskan karakter responden berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan serta lama menjadi nasabah BSI KCP Karangobar Purwokerto. Gambaran umum responden pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Perempuan	79	79%
2	Laki-laki	21	21%
Total		100	100%

Sumber lampiran

Berdasarkan data dari tabel 4.1 mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dari laki-laki. Dimana untuk responden perempuan berjumlah 79 dengan presentase 79% sementara laki-laki berjumlah 21 orang dengan presentase 21%.

2. Usia

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1	<20 tahun	10	10%
2	20-25 tahun	74	74%
3	25-30 tahun	8	8%
4	>30 tahun	8	8%
Total		100	100%

Sumber lampiran

Pada tabel 4.2 menunjukkan karakteristik responden dilihat dari usianya. Dapat dilihat dari hasil riset ialah dengan total presentase 10% pada nasabah usia <20 tahun. Sebanyak 74% di usia 20-25 tahun, sebanyak 8% di usia 25-30 dan presentasi 8% di usia >30 tahun. Mayoritas narasumber pada riset ini adalah nasabah dengan usia 20-25 tahun.

3. Jenis Pekerjaan

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	Mahasiswa/Pelajar	77	77%
2	Karyawan/Pegawai	12	12%
3	Lainnya	11	11%
Total		100	100%

Sumber lampiran

Hasil dari riset dilapangan dengan berdasarkan jenis pekerjaan menunjukkan bahwa jenis pekerjaan terbanyak pada narasumber yaitu sebagai mahasiswa/pelajar dengan presentase 77% atau 77 orang, sebanyak 12 orang sebagai karyawan/pegawai dengan presentase 12%, dan lainnya sebanyak 11 orang dengan presentase 11%.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui kevalidan dan kesesuaian kuesioner yang digunakan oleh peneliti dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari para responden. Sebuah penelitian dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel-variabel yang diteliti secara tepat. Untuk dapat menguji apakah data valid atau tidak yaitu dengan cara membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel, nilai r-hitung akan menjadi tolak ukur yang mengungkapkan valid atau tidaknya suatu pertanyaan. Untuk menentukan r-tabel dapat dilakukan menggunakan rumus $df=n-2$, dimana n merupakan besarnya sampel.

Penelitian ini menggunakan jumlah sampel 100 orang, maka $df=100-2$ diperoleh $df=98$. Nilai r-tabel dari 98 adalah 0,196. Syarat untuk dianggap valid adalah apabila r-hitung \geq dari r-tabel, apabila r-hitung $<$ r-tabel data tersebut dikatakan tidak valid. Uji validitas pada penelitian ini diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Hasil uji validitas tingkat kinerja dan tingkat harapan/kepentingan dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja

No	Atribut	rhitung Tingkat Kinerja (X)	rhitung Tingkat Kepentingan (Y)	rtabel Product Moment	Uji Validitas
Tangibles (Berwujud)					
1	Tampilan kantor yang bersih dan nyaman	0,780	0,714	0,196	Valid
2	Lokasi kantor yang strategis	0,755	0,593	0,196	Valid

3	Karyawan berpenampilan sopan dan rapih	0,768	0,671	0,196	Valid
4	Fasilitas layanan tersedia secara memadai	0,747	0,645	0,196	Valid
Reliability (Kehandalan)					
5	Pemberian pelayanan yang menyenangkan (waktu pelayanan yang cepat dan tepat)	0,793	0,678	0,196	Valid
6	Jam layanan yang optimal	0,787	0,733	0,196	Valid
7	Karyawan bank mampu menyelesaikan permasalahan nasabah	0,835	0,688	0,196	Valid
8	Pencatatan akurat dan sigap dalam memperbaiki setiap kesalahan	0,865	0,733	0,196	Valid
Responsiveness (Ketanggapan)					
9	Ketanggapan karyawan dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi	0,843	0,655	0,196	Valid
10	Karyawan bank mampu memberikan informasi dengan jelas dan terperinci	0,878	0,745	0,196	Valid
11	Ketulusan karyawan bank dalam membantu nasabah	0,859	0,732	0,196	Valid
12	Terdapat kotak saran/email/saluran telepon untuk menerima	0,807	0,664	0,196	Valid

	setiap keluhan nasabah				
<i>Assurance (Jaminan)</i>					
13	Kemampuan bank menjaga kerahasiaan data nasabah	0,893	0,716	0,196	Valid
14	Rasa aman yang diberikan bank kepada nasabah	0,828	0,712	0,196	Valid
15	Pengalaman dan pengetahuan karyawan bank yang luas	0,886	0,708	0,196	Valid
<i>Emphaty (Empati)</i>					
16	Memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah	0,888	0,828	0,196	Valid
17	Kesabaran dan kerendahan hati karyawan mendengarkan keluhan nasabah	0,864	0,735	0,196	Valid
18	Nasabah mendapatkan perhatian khusus dari bank	0,863	0,674	0,196	Valid
19	Karyawan bank memperlakukan semua nasabah secara adil/tidak membedakan status	0,864	0,768	0,196	Valid

Sumber lampiran 5

Berdasarkan hasil uji SPSS 25 pada tabel 4.4 dapat dilihat besarnya r-hitung dari semua pertanyaan, nilainya lebih besar dari r-

tabel (0,196). Dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan yang ada di kuesioner dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan dan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Untuk menguji reliabel-nya suatu pertanyaan dengan menggunakan teknik uji *Cronbach Alpha* (α) untuk tiap atribut melalui program SPSS 25, dengan derajat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$), dan $df=N-2$. Kriterianya apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka dikatakan reliabel dan sebaliknya apabila $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ maka dikatakan tidak reliabel.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan/Kepentingan

No	Atribut	Nilai hitung Crombach Alpha	Nilai rtabel	Uji Reliabilitas
1	Tingkat Kinerja	0,975	0,196	Reliabel
2	Tingkat Kepentingan	0,942	0,196	Reliabel

Sumber lampiran 6

Dari tabel pengujian reliabilitas diatas, maka dapat disimpulkan bahwa atribut kinerja dan atribut kepentingan/harapan dinyatakan reliabel. Karena berdasarkan keterangan nilai masing-masing $r\text{-alpha} > \text{nilai } r\text{-tabel}$ sehingga seluruh atribut pertanyaan penelitian ini dinyatakan reliabel.

D. Hasil Perhitungan *Importance Performance Analysis* (IPA)

a. Analisis Tingkat Kesesuaian Atribut Pelayanan

Pada penelitian ini terdapat perbandingan dua variabel yaitu tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Tingkat kesesuaian merupakan hasil dari perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan atau harapan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah (Wahyu, 2014). Jika Kinerja dan Kepentingan sesuai maka nasabah puas dengan pelayanan BSI KCP Karangobar namun sebaliknya jika kinerja lebih rendah dari kepentingan maka nasabah tidak puas dengan pelayanan BSI KCP Karangobar Purwokerto. Analisis tingkat kesesuaian pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *Microsoft Excel*.

Hasil perhitungan tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan (harapan) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 6 Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian IPA

No	Atribut	Tingkat Kinerja (Xi)	Tingkat Kepentingan (Yi)	Tingkat Kesesuaian (Tki) (%)
<i>Tangibles (Bukti Fisik)</i>				
1	Tampilan kantor yang bersih dan nyaman	437	462	94,58
2	Lokasi kantor yang strategis	416	440	94,54
3	Karyawan bank berpenampilan sopan dan rapih	440	456	96,49
4	Fasilitas layanan tersedia secara memadai	414	412	100
<i>Reliability (Kehandalan)</i>				

5	Pemberian pelayanan yang menyenangkan (waktu pelayanan yang cepat dan tepat)	419	460	91,08
6	Jam layanan yang optimal	434	439	98,86
7	Karyawan bank mampu menyelesaikan permasalahan nasabah	430	456	94,29
8	Pencatatan akurat dan sigap dalam memperbaiki setiap kesalahan	431	449	95,99
<i>Responsiveness (Ketanggapan)</i>				
9	Ketanggapan karyawan dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi	428	437	97,94
10	Karyawan bank mampu memberikan informasi dengan jelas dan terperinci	437	454	96,25
11	Ketulusan karyawan bank dalam membantu nasabah	430	449	95,76
12	Terdapat kotak saran/email/saluran telepon untuk menerima setiap keluhan nasabah	411	414	99,27
<i>Assurance (Jaminan)</i>				
13	Kemampuan bank menjaga kerahasiaan data nasabah	435	469	92,75
14	Rasa aman yang diberikan bank kepada nasabah	438	450	97,33
15	Pengalaman dan pengetahuan	432	435	99,31

	karyawan bank yang luas			
<i>Emphaty (Empati)</i>				
16	Memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah	429	445	96,4
17	Kesabaran dan kerendahan hati karyawan mendengarkan keluhan nasabah	430	446	96,41
18	Nasabah mendapatkan perhatian khusus dari bank	415	419	99,04
19	Karyawan bank memperlakukan semua nasabah secara adil.tidak membedakan status	438	449	97,55
Rata-rata				96,54

Sumber lampiran 3

Berdasarkan perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, tingkat kesesuaian yang memiliki nilai terbesar 100% pada atribut fasilitas layanan yang tersedia secara memadai. Hal ini dikarenakan fasilitas-fasilitas layanan yang ada di Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto sudah sangat baik dan memadai. Hal tersebut dapat dibuktikan seperti tersedianya brosur, tempat charger hp, kursi tunggu yang memadai, toilet yang dapat digunakan nasabah. Tingkat kesesuaian yang memiliki nilai terendah diperoleh hasil 91,08% yaitu pada atribut pemberian pelayanan yang menyenangkan (waktu pelayanan yang cepat dan tepat). Hal ini menandakan bahwa pelayanan yang terdapat pada Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto tergolong masih rendah atau kurang baik sehingga atribut ini perlu ditingkatkan.

Hal tersebut dapat dibuktikan oleh peneliti ketika melakukan observasi pendahuluan dimana peneliti mewawancarai 10 nasabah BSI KCP Karangobar pada tanggal 24 Januari 2023, ada beberapa yang mengatakan bahwa pelayanan yang dinilai lama, dilihat dari antrian yang panjang sehingga terkadang nasabah harus menunggu lebih lama lagi untuk menunggu dilayani. Hasil rata-rata tingkat kesesuaian atribut yaitu sebesar 96,54% masuk kedalam kategori tingkat kesesuaian “sangat sesuai”. Hal ini menunjukkan tingkat kesesuaian masuk ke dalam tingkat sangat sesuai atau nasabah merasakan kepuasan terhadap pelayanan BSI KCP Karangobar Purwokerto. Kategori tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan atau harapan dengan tingkat kinerja dapat dilihat dari kriteria kesesuaian yang terdapat pada tabel 4.8

Tabel 4. 7 Tingkat Kesesuaian Kepentingan Terhadap Kinerja

Tingkat Kesesuaian	Kisaran Kesesuaian (%)
Sangat Sesuai	80-100
Sesuai	70-79
Cukup Sesuai	60-69
Kurang Sesuai	50-59
Tidak Sesuai	40-49

Sumber (Supranto, 2006)

b. Analisis Diagram Kartesius

Diagram kartesius *Importance Performance Analysis* merupakan suatu diagram yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y) dengan X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan atau harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diagram kartesius digunakan untuk mengetahui tingkat

kepuasan pelanggan, apakah terletak pada posisi yang harus diperbaiki atau terletak pada posisi dipertahankan (Ningtyas, 2020).

Skor rata-rata tingkat kinerja tiap atribut merupakan dasar untuk menentukan tingkat kinerja kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto apakah sudah baik atau perlu ditingkatkan pada atribut tersebut. Hal ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai skor rata-rata kinerja tiap atribut (X). Rata-rata kepentingan atribut merupakan dasar untuk menentukan tingkat kepentingan atau harapan pada atribut tersebut, yaitu membandingkan nilai skor rata-rata kepentingan tiap atribut (Y).

Tabel 4. 8 Perhitungan Rata-rata Atribut Pelayanan

No	Atribut	Skor Kinerja	Tingkat Kinerja (Xi)	Skor Kepentingan	Tingkat Kepentingan (Yi)
<i>Tangibles (Bukti Fisik)</i>					
1	Tampilan kantor yang bersih dan nyaman	437	4,37	462	4,62
2	Lokasi kantor yang strategis	416	4,16	440	4,4
3	Karyawan bank berpenampilan sopan dan rapih	440	4,4	456	4,56
4	Fasilitas layanan tersedia secara memadai	414	4,14	412	4,12
<i>Reliability (Kehandalan)</i>					
5	Pemberian pelayanan yang menyenangkan (waktu pelayanan yang cepat dan tepat)	419	4,19	460	4,6
6	Jam layanan yang optimal	434	4,34	439	4,39

7	Karyawan bank mampu menyelesaikan permasalahan nasabah	430	4,3	456	4,56
8	Pencatatan akurat dan sigap dalam memperbaiki setiap kesalahan	431	4,31	449	4,49
Responsiveness (Ketanggapan)					
9	Ketanggapan karyawan dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi	428	4,28	437	4,37
10	Karyawan bank mampu memberikan informasi dengan jelas dan rinci	437	4,37	454	4,54
11	Ketulusan karyawan bank dalam membantu nasabah	430	4,3	449	4,49
12	Terdapat kotak saran/email/saluran telepon untuk menerima setiap keluhan nasabah	411	4,11	414	4,14
Assurance (Jaminan)					
13	Kemampuan bank menjaga kerahasiaan data nasabah	435	4,35	469	4,69
14	Rasa aman yang diberikan bank kepada nasabah	438	4,38	450	4,5
15	Pengalaman dan pengetahuan karyawan bank yang luas	432	4,32	435	4,35
Emphaty (Empati)					

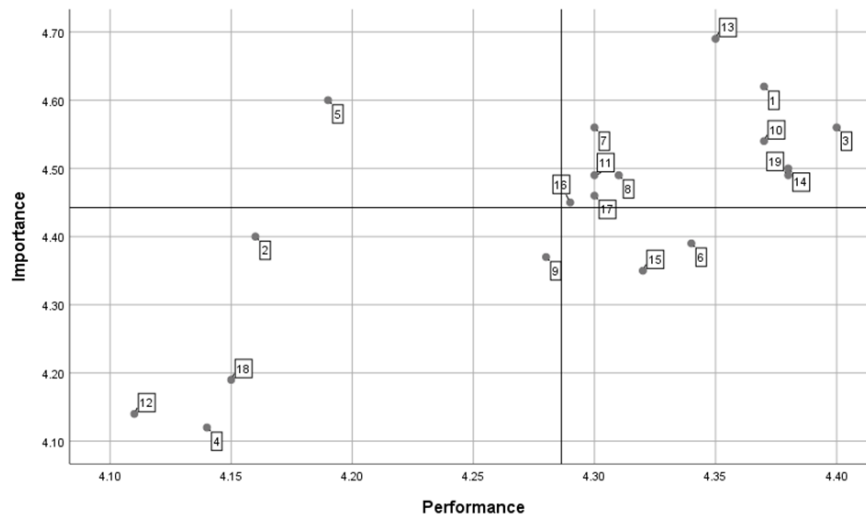
16	memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah	429	4,29	445	4,45
17	kesabaran dan kerendahan hati karyawan mendengarkan keluhan nasabah	430	4,3	446	4,46
18	nasabah mendapatkan perhatian khusus dari bank	415	4,15	419	4,19
19	karyawan bank memperlakukan semua nasabah secara adil.tidak membedakan status	438	4,38	449	4,49
Rata-rata			4,28		4,44

Sumber lampiran 4

Dari hasil perhitungan rata-rata seluruh atribut tingkat kinerja (X) diperoleh nilai sebesar 4,28, sedangkan hasil perhitungan rata-rata tingkat kepentingan (Y) diperoleh sebesar 4,44. Nilai tersebut digunakan sebagai pembagi dalam diagram *Importance Performance Analysis* menjadi empat bagian kuadran yaitu kuadran I prioritas utama, kuadran II pertahankan prestasi, kuadran III prioritas rendah serta kuadran IV berlebihan

Adapun letak masing-masing atribut pada setiap kuadran dalam diagram kartesius yang diolah dengan SPSS 25 terlihat pada gambar 4.1, menjelaskan posisi masing-masing atribut yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terbagi ke dalam empat kuadran.

Gambar 4. 2 Diagram Kartesius Importance Performance Analysis (IPA)



Sumber: Data diolah dengan SPSS 25

Keterangan

1. Tampilan kantor yang bersih dan nyaman
2. Lokasi kantor yang strategis
3. Karyawan bank berpenampilan sopan dan rapih
4. Fasilitas layanan tersedia secara memadai
5. Pemberian pelayanan yang menyenangkan (waktu pelayanan yang cepat dan tepat)
6. Jam layanan yang optimal
7. Karyawan bank mampu menyelesaikan permasalahan nasabah
8. Pencatatan akurat dan sigap dalam memperbaiki setiap kesalahan
9. Ketanggapan karyawan dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi
10. Karyawan bank mampu memberikan informasi dengan jelas dan rinci
11. Ketulusan karyawan bank dalam membantu nasabah
12. Terdapat kotak saran/email/saluran telepon untuk menerima setiap keluhan nasabah

13. Kemampuan bank menjaga kerahasiaan data nasabah
14. Rasa aman yang diberikan bank kepada nasabah
15. Pengalaman dan pengetahuan karyawan bank yang luas
16. Memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah
17. Kesabaran dan kerendahan hati karyawan mendengarkan keluhan nasabah
18. Nasabah mendapatkan perhatian khusus dari bank
19. Karyawan bank memperlakukan semua nasabah secara adil tidak membedakan status

Masing-masing kuadran menggambarkan keadaan yang berbeda. Pemetaan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja ini memungkinkan pihak bank untuk segera melakukan perbaikan-perbaikan pada atribut yang dianggap penting oleh konsumen dalam jangka waktu yang relatif dekat. Setiap kuadran tersebut dapat dijelaskan dengan interpretasi sebagai berikut:

a) Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran prioritas utama merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh nasabah, tetapi pada kenyataannya atribut-atribut tersebut belum sesuai seperti yang diharapkan nasabah. Langkah-langkah yang dapat ditempuh perusahaan adalah dengan melakukan perbaikan secara terus-menerus sehingga *Performance* atribut yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

Pada kuadran ini, terdapat satu atribut yang termasuk kedalam kuadran prioritas utama yaitu pemberian pelayanan yang menyenangkan (waktu pelayanan yang cepat dan tepat), nasabah menganggap atribut ini penting namun pada kenyataannya bank masih harus meningkatkan kinerja pada atribut ini.

b) Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran pertahankan prestasi merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh nasabah dan

pelaksanaan dari atribut-atribut tersebut telah sesuai dengan dirasakannya. Atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua atribut tersebut merupakan produk/jasa yang unggul di mata nasabah.

Pada gambar di atas terdapat 11 atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini antara lain tampilan kantor yang bersih dan nyaman, karyawan bank berpenampilan sopan dan rapih, karyawan bank mampu menyelesaikan permasalahan nasabah, pencatatan akurat dan sigap dalam memperbaiki setiap kesalahan, karyawan bank mampu memberikan informasi dengan jelas dan rinci, ketulusan karyawan bank dalam membantu nasabah, kemampuan bank menjaga kerahasiaan data nasabah, rasa aman yang diberikan bank kepada nasabah, memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah, kesabaran dan kerendahan hati karyawan mendengarkan keluhan nasabah serta karyawan bank memperlakukan semua nasabah secara adil dan tidak membedakan status.

c) Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada kuadran prioritas rendah ini merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh nasabah dan dirasakan terlalu berlebihan tetapi tingkat kinerjanya tidak terlalu istimewa (tingkat kinerja masih rendah terhadap nasabah). Peningkatan atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang diharapkan oleh konsumen sangat kecil (rendah).

Terdapat 5 atribut yang termasuk kedalam kuadran ini antara lain lokasi kantor yang strategis, fasilitas layanan tersedia secara memadai, ketanggapan karyawan dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi, terdapat kotak saran/email/saluran telepon untuk menerima setiap keluhan nasabah dan nasabah mendapatkan perhatian khusus dari bank.

d) Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran prioritas rendah merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh nasabah dan pada kenyataannya pelaksanaannya tidak terlalu istimewa. Peningkatan atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran ini dapat diertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat kecil

Terdapat 2 atribut yang termasuk kedalam kuadran ini, yaitu jam layanan yang optimal dan pengalaman dan pengetahuan karyawan bank yang luas.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Atribut Pelayanan yang Dianggap Penting Oleh Nasabah Berdasarkan Lima Dimensi *Serqual* (*Service Quality*)

Pelayanan adalah alat-alat pemuas kebutuhan yang tidak berwujud atau prestasi yang dilakukan atau dikorbankan untuk memuaskan permintaan dan kebutuhan nasabah. Penting bagi perusahaan jasa mengetahui pelayanan mana yang dianggap penting dan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Berdasarkan dari data hasil penelitian ini, diagram kartesius digunakan untuk menggambarkan posisi atribut-atribut yang memetakan tingkat kepentingan bagi nasabah. Hasil menunjukkan pada atribut-atribut yang berada di kuadran I dan kuadran II, dimana atribut-atribut tersebut menjadi prioritas utama yang harus dilaksanakan sesuai dengan harapan nasabah, karena faktor tersebut dianggap sangat penting dan kinerjanya harus dipertahankan serta selalu dilakukan evaluasi. Kuadran dan atribut-atribut tersebut adalah:

Kuadran I

1. Pemberian pelayanan yang menyenangkan (waktu pelayanan yang cepat dan tepat waktu) (*Reliability*)

Kuadran II

1. Tampilan kantor yang bersih dan nyaman (*Tangibles*)
2. Karyawan bank berpenampilan sopan dan rapih (*Tangibles*)
3. Karyawan bank mampu menyelesaikan permasalahan nasabah (*Reliability*)
4. Pencatatan akurat dan sigap dalam memperbaiki setiap kesalahan (*Reliability*)
5. Karyawan bank mampu memberikan informasi dengan jelas dan rinci (*Responsiveness*)
6. Ketulusan karyawan bank dalam membantu nasabah (*Responsiveness*)
7. Kemampuan bank menjaga kerahasiaan data nasabah (*Assurance*)
8. Rasa aman yang diberikan bank kepada nasabah (*Assurance*)
9. Memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah (*Emphaty*)
10. Kesabaran dan kerendahan hati karyawan mendengarkan keluhan nasabah (*Emphaty*)
11. Karyawan bank memperlakukan semua nasabah secara adil dan tidak membedakan status (*Emphaty*)

Menurut teori Lewis & Booms (1983) pakar yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Menurutnya ada 2 hal yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu harapan dan kinerja yang dirasakan. Sejalan dengan teori itu hasil dari tingkat kesesuaian harapan dan kinerja pada BSI KCP Karangobar digambarkan pada diagram II, yaitu terdapat 11 atribut pelayanan, dibanding dengan hasil kuadran lainnya, pada kuadran ini memiliki hasil yang sangat memuaskan. Berbeda dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Febria

Ningtyas Putri Hidayat yang hanya 9 atribut pada kuadran II dan 2 atribut di kuadran I.

Sesuai dengan penelitian dilapangan bahwa nasabah menilai kualitas pelayanan BSI KCP Karangobar sudah baik dalam segi pelayanan yang sigap serta dapat memenuhi kebutuhan nasabah dan dapat menangani setiap problem, tampilan kantor yang bersih sehingga nasabah nyaman melakukan transaksi di bank, serta pegawai yang berpakaian sopan juga menjadi poin plus sendiri bagi nasabah. Ini berarti kualitas pelayanan pada BSI KCP Karangobar sudah dalam tingkat kualitas pelayanan yang baik. Memberikan pelayanan terbaik bagi seluruh umat manusia adalah pekerjaan yang mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas, jangan memberikan pelayanan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Sebagaimana firman Allah SWT sebagai berikut:

وَقُلْ أَعْمَلُوا ۖ فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ
بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: “ Dan katakanlah, ‘Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.” (QS. At-Taubah: 105). Tujuan pelayanan yang paling mulia adalah ketika pelayanan tersebut berorientasi ukhrawi berbasiskan pemberdayaan umat. Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar telah memberikan pelayanan yang maksimal untuk nasabahnya, sehingga interpretasi dari pelayanan yang berkualitas tersebut nasabah akan merasakan kepuasan, senang dan loyal ketika menjadi nasabah BSI KCP Karangobar Purwokerto.

2. Tingkat Kepuasan Pelayanan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto dengan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Kepuasan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu jasa/ pelayanan bank. Tingkat kepuasan nasabah BSI KCP Karangobar Purwokerto diketahui melalui perhitungan tingkat kesesuaian *importance* dan *performance*. Secara keseluruhan dari hasil tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja pelayanan Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto dilihat dari lima dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman yaitu *serqual* (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Emphaty*) yaitu diperoleh hasil 96,54%, menurut teori dari Suprpto apabila kisaran kesesuaian di kategori 80-100% termasuk dalam kategori “sangat puas”. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa puas dengan pelayanan di BSI KCP Karangobar Purwokerto. Menurut teori Tjiptono nasabah yang puas dengan pelayanan suatu perusahaan akan lebih loyal dan akan menceritakan pengalaman mereka kepada pelanggan potensial lainnya sehingga berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (bagi bank). Hasil penelitian ini hampir sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Febria Ningtyas Putri (2020) dari hasil kesesuaian atribut pelayanan 92,90% mendekati 100% merupakan kategori pelayanan yang baik atau “sangat memuaskan” sehingga perusahaan harus mempertahankan kepuasan nasabah tersebut.

Sesuai dengan hasil observasi langsung dilapangan serta hasil survey, nasabah menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh BSI KCP Karangobar sudah sangat baik dan memberikan kategori “puas”. Nasabah menilai bahwa ketika akan memasuki kantor mereka disambut baik oleh satpam serta membantu dalam setiap problem,

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Atribut Pelayanan yang Dianggap Penting Oleh Nasabah Berdasarkan Dimensi *Serqual*

Berdasarkan dari data hasil penelitian ini, diagram kartesius digunakan untuk menggambarkan posisi atribut-atribut yang memetakan tingkat kepentingan bagi nasabah. Hasil menunjukkan pada atribut-atribut yang berada di kuadran I dan kuadran II, dimana atribut-atribut tersebut yang menjadi prioritas utama yang harus dilaksanakan sesuai dengan harapan nasabah, karena faktor tersebut dianggap sangat penting dan kinerjanya harus dipertahankan serta selalu dilakukan evaluasi.

2. Tingkat Kepuasan Pelayanan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Karangkobor Purwokerto dengan *Importance Performance Analysis*

Berdasarkan data dari hasil penelitian ini secara keseluruhan untuk tingkat kepuasan nasabah BSI KCP Karangkobor Purwokerto dilihat dari dimensi *serqual* (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Emphaty*) memiliki kinerja yang sudah baik menurut nasabah, serta harapan terpenuhi. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah rata-rata untuk kelima dimensi *serqual* adalah 96,54% yang termasuk dalam kategori “sangat puas”.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah:

1. Bagi Perusahaan

Sesuai dengan kesimpulan yang menunjukkan bahwa nasabah sudah merasa puas dengan pelayanan BSI KCP Karangkobor Purwokerto. Akan tetapi terdapat atribut yang memiliki penilaian rendah yaitu terdapat pada

pemberian layanan yang cepat dan tepat di bagian *customer seervice*. Hal tersebut masih memerlukan adanya evaluasi serta perbaikan tentang sejauh mana pelayanan yang telah diberikan agar dapat sesuai maupun lebih tinggi dari harapan nasabah. Dilakukannya peningkatan terhadap ke lima dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jamninan dan empati sesuai dengan harapan nasabah.

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengambil topik ini, hendaknya memperluas dengan menambah sampel agar lebih representatif, serta mengembangkan teknik analisa yang berbeda. Seperti analisis korelasi antara tingkat kepuasan dari setiap atribut kualitas pelayanan dengan karakteristik nasabah yang berbeda dalam penentuan strategi pemasaran bank.



DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, Olivia, & Victoria. (2022). *OJK Catat Pangsa Pasar Perbankan Syariah Capai 7,03 Persen per Agustus*. m.antaranews.com
- Agia, L. N., & Nurjannah, H. (2022). Analisis Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia Menggunakan Importance Performance Analysis. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 5(2), 1570–1575.
- Algifari. (2016). *Mengukur Kualitas Pelayanan*. BPFE-Yogyakarta.
- Arif, Sukuryadi, & Fatimaturrahmi. (2017). Pengaruh Ketersediaan Sumber Belajar di Perpustakaan Sekolah Terhadap Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPS Terpadu SMP Negeri 1 Praya Barat. *JISIP Vol. 1 No. 02, 1(2)*.
- Arifin, J. (2009). *Etika Bisnis Islami*. Walisongo Press.
- Attamimi, Z., & Maryani, A. (2019). Pengukuran Kepuasan asabah Melalui Kualitas Pelayanan PT . BNI Syariah KC . Ciputat dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) & Metode Costumer Satisfaction Index (CSI) Zakiah Attamimi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Ja. *Finansia*, 02(02), 201–214.
- Cynthia, D., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 104–112. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.256>
- Fandy, T. (1997). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Andi Offset.
- Fandy, T. (2005). *Service, Quality & Satisfaction Edisi Ketiga*. Andi.
- Fandy, T., & Gregorius, C. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction*. Penerbit Andi.
- Gea, M. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan dengan Importance Performance Analysis (IPA). *Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 1.
- Gerson. (2004). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. PPM.
- Ichwan, H. (2021). BSI Raih Lima Penghargaan Banking Excellence Award 2021. *Duitologi.Com*. <https://duitologi.com/articles/2021/06/30/bsi-raih-lima-penghargaan-banking-service-excellence-award-2021/>
- Inggang, Perwangsa, & Nuralam. (2017). *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. UB Press.
- Irawan, H. (2002). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elek Media Komposindo.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Kencana.

- Karim, K. (2020). *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan* (T. Lestari (ed.)). CV. Jakad Media Publishing.
- Karnadi, A. (2022, January 12). Pangsa Pasar Perbankan Syariah Naik Pada 2020. *DataIndonesia.Id*.
- Karyono, O., & Parman, M. (2016). Kepuasan Nasabah Diukur Dari Kinerja Pelayanan dan Kinerja Karyawan. *J-Ensitec*, 2(02). <https://doi.org/10.31949/j-ensitec.v2i02.305>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Muhammad. (2018). *Manajemen Bank Syariah Edisi Kedua*. UPP STIM YKPN.
- Ningtyas, F. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan BRI Syariah dengan Metode IPA dan CSI (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Purwokerto Angkatan 2016-2019). *Skripsi IAIN Purwokerto*, 37.
- Qomariyyah. (2020). Kualitas Pelayanan. *Repository UIN Raden Fatah Palembang*, 19.
- Quthb, S. (2012). *Tafsir Fi Zhilalil-Qur'an II Surat Ali Imran* (p. 193). tafsirzilal.wordpress.com. <https://tafsirzilal.wordpress.com/2012/06/05/bahasa-indonesia-2/>
- Rifa'i, A. (2019). Evaluasi Tingkat Kepuasan Nasabah Tabungan Dengan Pendekatan Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index (Pada BPRS Bandar Lampung). *Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 5.
- Rizensia. (2022). *Bank Syariah Indonesia (BSI) Pegang 60% Pangsa Pasar Syariah Indonesia*. www.rizensia.com
- Rusby, Z., & Arif, M. (2022). *Manajemen Perbankan Syariah*. UIN Press.
- Soemitra, A. (2018). *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Kencana.
- Stevan. (2021). *Bank-bank Dengan Layanan Terbaik Tahun 2021*. <https://asianpost.id/ini-dia-bank-bank-dengan-layanan-terbaik-tahun-2021/>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sulfiantono, A. (2023). Al-Qur'an dan Kepuasan Pelanggan Bank Syariah. *Diakses Pada Academia.Edu*, 9. https://www.academia.edu/245682/Alqur_an_dan_Kepuasan_Pelanggan_Bank_Syariah_Suatu_Kajian_Berdasarkan_Tafsir_Al-Qur_an_
- Sulistiyowati, W. (2018). *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasi*. UMSIDA Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/2018/978-602-591-436-2>
- Supranto. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta.

- Syahit, A. (2022). *Analisis Perbandingan Kualitas Layanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional (Studi Pada BSI KCP Ratulangi dengan BRI Unit Salubulo)*.
- Syahrial, M. (2021). Kualitas Pelayanan Dalam Islam (Perspektif Al-Qur'an dan Hadits). *Jurnal IndraTech Volume 2 No 2, 2, 78*.
<https://ojs.stmikindragiri.ac.id/index.php/jit/article/download/86/61>
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Teras.
- Teddy, C., & Devy, N. (2019). Analysis of Service Quality And Customer Satisfaction Using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) Method in “Jakarta” Optical Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen, 7(2)*, 125–139.
- Toha, A. (2008). *Metode Penelitian*. Universitas Terbuka.
- Ulfa, A. (2021). Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7(2)*, 1101–1106.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2680>
- Umar, Sahrul, & Ramdan. (2020). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode SERQUAL-Importance Performance Analysis (Studi Kasus Nasabah PT BNI Syariah Cabang Karawang). *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 5*.
- Wahyu, N. (2014, September 8). Gap Analysis. *Binus University: Quality Management Center Pada Qmc.Binus.Ac.Id, 1*.
<https://qmc.binus.ac.id/2014/09/28/g-a-p-a-n-a-l-y-s-i-s/>
- Wilardjo, S. B. (2019). Peran dan Perkembangan Bank Syariah. *Jurnal Unimus, 53(9)*, 3. <http://jurnal.unimus.ac.id>
- Zulkarnain, R., & Ramadansyah, A. D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa, 2(2)*, 235–253.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1 – Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN
ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCP
KARANGKOBAR PURWOKERTO MENGGUNAKAN PENDEKATAN
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)

Kepada

Yth. Saudara/I....

Assalamu'alaikum Wr Wb.

Dengan hormat,

Saya Bela Sagita mahasiswa semester VIII Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto memohon kesediaan Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini guna mengumpulkan data penelitian dalam rangka penyelesaian tugas akhir skripsi di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, jurusan Perbankan Syariah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah BSI KCP Karangobar terhadap kualitas pelayanan ketika bertransaksi. Untuk itu saya mengharapkan ketulusan dan kerelaan Saudara/I untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini. Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/I dalam mengisi kuesioner ini saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr Wb.



Hormat Saya,

Bela Sagita
NIM. 1917202071

wajib Diisi*1. Identitas Responden**

- a. Nama :
- b. Usia :
- c. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
- d. Pendidikan Terakhir :
- e. Pekerjaan :

2. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut Anda paling tepat dengan memberi tanda check (✓) atau tanda (X) pada alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan konsisi yang menurut anda sesuai dengan Anda. Dengan kriteria jawaban sebagai berikut:

- a. Penilaian Tingkat Kepentingan (Harapan) Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar Purwokerto oleh Nasabah**

Keterangan :

- 1 : Sangat Tidak Penting (STP)
- 2 : Tidak Penting (TP)
- 3 : Cukup (C)
- 4 : Penting (P)
- 5 : Sangat Penting (SP)

Pernyataan	Kepentingan				
	STP	TP	CP	P	SP
Berwujud (<i>Tangibes</i>)					
1. Tampilan kantor yang bersih dan nyaman					
2. Lokasi kantor yang strategis					
3. Karyawan bank berpakaian sopan dan rapih					

4. Fasilitas pelayanan tersedia secara memadai					
Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
5. Pemberian pelayanan yang menyenangkan (waktu pemberian pelayanan yang cepat dan tepat waktu)					
6. Jam layanan yang optimal					
7. Karyawan bank mampu menyelesaikan permasalahan nasabah					
8. Pencatatan akurat dan sigap dalam memperbaiki setiap kesalahan					
Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)					
9. Ketanggapan karyawan dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi					
10. Karyawan bank mampu memberikan informasi dengan jelas dan terperinci					
11. Ketulusan karyawan bank dalam membantu nasabah					
12. Terdapat kotak saran/email/saluran telepon untuk menerima setiap keluhan nasabah					
Jaminan (<i>Assurance</i>)					
13. Kemampuan bank menjaga kerahasiaan data nasabah					
14. Rasa aman yang diberikan bank kepada nasabah					
15. Pengalaman dan pengetahuan karyawan bank yang luas					
Empati (<i>Empathy</i>)					

16. Karyawan memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah					
17. Kesabaran dan kerendahan hati karyawan mendengarkan keluhan nasabah					
18. Nasabah mendapatkan perhatian khusus dari bank					
19. Karyawan memperlakukan semua nasabah secara adil/ tidak membedakan status					
Bagaimana menurut Anda, pelayanan yang baik dan seharusnya dilakukan oleh perusahaan jasa (bank syariah)?					
20. Tanggapan					

b. Penilaian Kinerja Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia KCP Karangobar oleh Nasabah

Keterangan:

- 1 : Sangat Tidak Baik (STB)
- 2 : Tidak Baik (TB)
- 3 : Cukup (C)
- 4 : Baik (B)
- 5 : Sangat Baik (SB)

Pernyataan	Kinerja				
	STB	TB	CB	B	SB
Berwujud (<i>Tangibes</i>)					
1. Tampilan kantor yang bersih dan nyaman					
2. Fasilitas ATM tersedia secara memadai					

3. Lokasi kantor yang strategis					
4. Karyawan berpenampilan rapih dan islami					
Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
5. Pemberian pelayanan yang menyenangkan (waktu pemberian pelayanan yang cepat dan tepat)					
6. Waktu (jam) layanan yang optimal					
7. Karyawan mampu menyelesaikan masalah nasabah					
8. Pencatatan akurat dan sigap dalam memperbaiki setiap kesalahan					
Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)					
9. Ketanggapan karyawan dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi					
10. Karyawan bank mampu memberikan informasi dengan jelas dan terperinci					
11. Ketulusan karyawan bank dalam membantu nasabah					
12. Terdapat kotak saran/email/saluran telepon untuk menerima setiap keluhan nasabah					
Jaminan (<i>Assurance</i>)					
13. Kemampuan bank menjaga kerahasiaan data nasabah					
14. Nasabah merasa aman melakukan transaksi					
15. Pengalaman dan pengetahuan karyawan bank yang luas					
Empati (<i>Empathy</i>)					

16. Karyawan memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah					
17. Kesabaran dan kerendahan hati karyawan mendengarkan keluhan nasabah					
18. Nasabah mendapatkan perhatian khusus dari bank					
19. Karyawan memperlakukan semua nasabah secara adil/ tidak membedakan status					
Sebagai nasabah BSI KCP Karangobar Purwokerto apakah Anda merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan? Jika “Ya” atribut pelayanan apa yang membuat Anda merasa puas dengan pelayanan BSI KCP Karangobar Purwokerto?					
20. Tanggapan					

Lampiran 2- Data Penelitian

No. Responden	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1	Laki-laki	Mahasiswa/Pelajar
2	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
3	Perempuan	Karyawan/Pegawai
4	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
5	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
6	Perempuan	Lainnya
7	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
8	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
9	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
10	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar

11	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
12	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
13	Laki-laki	Mahasiswa/Pelajar
14	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
15	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
16	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
17	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
18	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
19	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
20	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
21	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
22	Laki-laki	Karyawan/Pegawai
23	Laki-laki	Mahasiswa/Pelajar
24	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
25	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
26	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
27	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
28	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
29	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
30	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
31	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
32	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
33	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
34	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
35	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
36	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
37	Laki-laki	Lainnya
38	Perempuan	Lainnya
39	Laki-laki	Lainnya
40	Laki-laki	Mahasiswa/Pelajar

41	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
42	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
43	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
44	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
45	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
46	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
47	Laki-laki	Mahasiswa/Pelajar
48	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
49	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
50	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
51	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
52	Perempuan	Lainnya
53	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
54	Laki-laki	Mahasiswa/Pelajar
55	Laki-laki	Mahasiswa/Pelajar
56	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
57	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
58	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
59	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
60	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
61	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
62	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
63	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
64	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
65	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
66	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
67	Perempuan	Karyawan/Pegawai
68	Laki-laki	Lainnya
69	Laki-laki	Lainnya
70	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar

71	Perempuan	Karyawan/Pegawai
72	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
73	Perempuan	Karyawan/Pegawai
74	Laki-laki	Lainnya
75	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
76	Laki-laki	Karyawan/Pegawai
77	Laki-laki	Karyawan/Pegawai
78	Laki-laki	Karyawan/Pegawai
79	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
80	Perempuan	Lainnya
81	Perempuan	Karyawan/Pegawai
82	Laki-laki	Mahasiswa/Pelajar
83	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
84	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
85	Laki-laki	Lainnya
86	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
87	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
88	Laki-laki	Mahasiswa/Pelajar
89	Perempuan	Karyawan/Pegawai
90	Laki-laki	Mahasiswa/Pelajar
91	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
92	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
93	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
94	Laki-laki	Mahasiswa/Pelajar
95	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
96	Laki-laki	Karyawan/Pegawai
97	Laki-laki	Lainnya
98	Perempuan	Mahasiswa/Pelajar
99	Perempuan	Karyawan/Pegawai
100	Laki-laki	Karyawan/Pegawai

Lampiran 3-Hasil tabulasi atribut kinerja (X)

No Res	X1 Kinerja				X2 Kinerja				X3 Kinerja				X4 Kinerja			X5 Kinerja			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5
6	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4
7	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
8	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5
15	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
16	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4
17	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
23	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
28	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
31	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	3	3	2	4
32	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5

33	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
34	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
35	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
36	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
41	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	2	3	4	3	2	3	3	3
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
44	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
48	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
51	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5
52	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3
53	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
54	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
55	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
56	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5
57	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
63	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
66	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
69	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	4	5
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4
72	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
73	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5

74	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
75	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
76	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
78	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5
79	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
80	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
85	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4
91	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	5	5	5	2	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
Σ	437	416	440	414	419	434	430	431	428	437	430	411	435	438	432	429	430	415	438
\bar{x}	4,4	4,2	4,4	4,1	4,2	4,3	4,3	4,3	4,3	4,4	4,3	4,4	4,4	4,4	4,3	4,3	4,3	4,2	4,4

Pertanyaan Terbuka	
No	Kinerja (X)
1	Pelayanannya cepat
2	Ramah
3	Ya
4	Iyaa, karena pelayanan yang ramah dan tempat yang cukup bersih termasuk nilai plus bagi kepuasan nasabah
5	Ya
6	Ya karena pelayanannya sangat ramah
7	Ya, Pelayanan dari pegawai yang ramah dan fasilitas yang memadai

8	Pemberian pelayanan yang ramah, cepat sesuai kebutuhan dan tampilan kantor yang bersih.
9	Pelayanan cepat
10	Ya
11	Ya, karyawan yang ramah dan baik hati serta tempat yang nyaman dan bersih
12	Ya
13	Ya sesuai dengan harapan nasabah
14	Cepat tanggap
15	Ya” karna mas-mas di bank ganteng, speak wattpad
16	Ya karena pelayanannya sangat memuaskan
17	Iya sangat puas
18	Ya
19	ya, karena pelayanan baik
20	Ya ,karena BSI KCP Karangobar Purwokerto sangat sigap dalam melayani nasabah
21	Saya merasa puas. Karena pelayanan yang baik, cepat dan tepat
22	Ya. Pelayanan cepat dan ramah
23	Ya, pelayanan ramah
24	Ya, karyawan bank sangat sigap dalam mengatasi kebutuhan serta kendala yg sedang dihadapi oleh para nasabah
25	Pelayanan yang baik dari semua pegawai
26	dapat memberikan kepuasan kepada nasabah
27	Karena pelayanan yang baik
28	Pelayanannya ramah
29	Ya
30	Bangga menjadi nasabah bank yang syariah terbesar di Indonesia bkn konvensional
31	Melayani dengan semestinya
32	Pelayanan yang baik
33	Ya, krn pelayanan ramah
34	Ya. Karena bisa menyelesaikan masalah nasabah dan bisa bersikap ramah
35	Yang membuat saya puas dengan pelanggannya adalah pelayanan yang ramah, cepat, tempat yang nyaman dan nasabah sangat diperhatikan.
36	Kurang puas
37	Puas dengan segala pelayanan yang baik, dr segi apapun..
38	Ya, karna tanggap dalam melayani
39	Ya, karena ramah-ramah karyawannya

40	Pelayanannya ramah dan sopan
41	Ya, karyawan sopan
42	Ya. Sangat baik pelayanannya TOP
43	Ya, dari sistem pelayanannya yang ramah dan membantu sekali
44	Ya, karyawan yang ramah
45	Ya, pelayanannya cukup baik, karena karyawan ramah dan ketika menjelaskan produk mudah dipahami
46	Pelayanan yang cepat
47	Ya, karena pelayanan optimal bisa mengatasi yg menjadi masalah nasabah
48	Ya
49	Tempat bersih, pelayanan tanggap, dan karyawan sopan.
50	Iya, karena adil dan ramah
51	Puas, dengan pelayanannya yang ramah dan cekatan
52	Ya
53	Ya, Pelayanan cepat dan karyawan ramah
54	Ya
55	Ya, tempatnya nyaman , bersih , pelayanan bagus
56	Ya, karena pelayanan BSI KCP karangkobar Purwokerto mampu memberikan pelayanan yang maksimal yang dapat memberikan rasa puas kepada nasabah.
57	Cepat dan ramah
58	Karna pelayanannya sangat ramah
59	Ya. Petugas dapat memenuhi kebutuhan nasabah. Satpam asik diajak ngobrol. Namun tempat sempit.
60	Pelayanan baik
61	Ya, karena pelayanannya yang cepat dan ramah
62	Pelayanan yg bisa memenuhi harapan nasabah
63	-
64	Ya
65	Ya
66	Ya, pelayanan baik
67	Ya, karyawan ramah
68	Ya fasilitas lengkap
69	Ya
70	Ramah dan sopan
71	Ya
72	Ya , selain fasilitas pelayanan juga baik sopan dan dapat dipercaya
73	Ya
74	Ya, karyawan sopan dan fasilitas memadai

75	Ya, Baik
76	Netral
77	Ya. Pelayanan baik
78	Yaa, pelayanan yang ramah
79	Yaa. Pegawai ramah dan fasilitas baik
80	Cukup Baik
81	Ya
82	Iya puas
83	Ya, pelayanan yang ramah
84	Yaa puas
85	Ya
86	Ya, ramah
87	Ya, satpam ramah dan pelayanan baik
88	YA KARENA RAMAH
89	Ya
90	Ya, karena karyawan baik dan ramah
91	Ya
92	Bersih, pelayanan ramah, dan cepat
93	IYA
94	Ya
95	Lumayan
96	Ya
97	Ya Ramah Nyaman
98	Ya pelayanan yang ramah dan tulus
99	Ya
100	Pelayanan Baik

37	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
43	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
46	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
47	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	4
51	5	5	4	3	4	3	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4
52	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
54	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	4
55	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
56	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
62	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
63	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	3	5	5	3	4	4	3	4
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
67	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	4	5
68	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5
70	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
72	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	4	5
73	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4
74	4	3	5	3	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
77	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5

78	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
83	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	2	4	5	4	5
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
96	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
97	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4
100	5	4	5	4	5	3	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Σ	462	440	456	412	460	439	456	449	437	454	449	414	469	450	435	445	446	419	449
\bar{x}	4,6	4,4	4,6	4,1	4,6	4,4	4,6	4,5	4,4	4,5	4,5	4,1	4,7	4,5	4,4	4,5	4,5	4,2	4,5

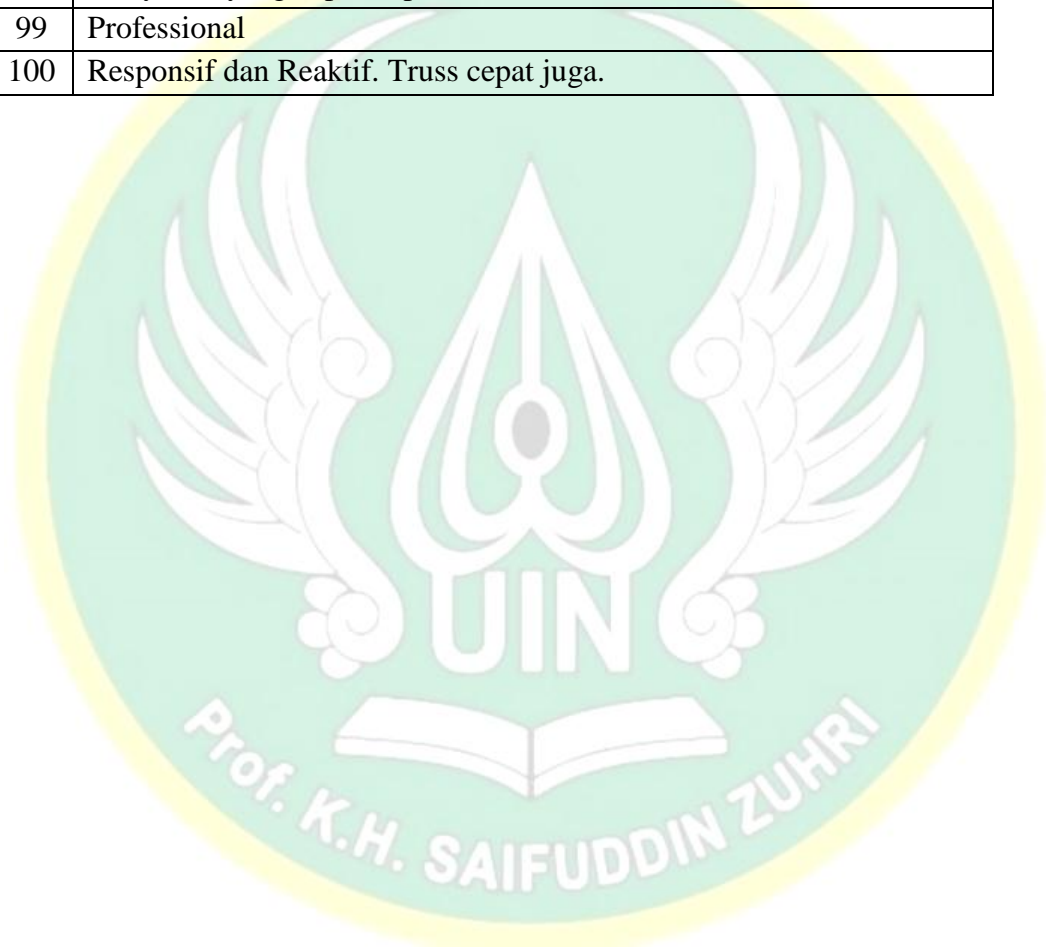
Pertanyaan Terbuka	
No	Kepentingan (Y)
1	Cepat tanggap
2	Bagus
3	Yang dapat memberikan rasa puas terhadap apa yang diminta oleh nasabah
4	Pelayanan yang ramah dan jika ada kesulitan dapat di tangani dengan baik
5	Melayani dengan setulus hati, menerapkan 5s dalam bekerja dan berkomunikasi dengan nasabah dan mendengarkan keluhan nasabah
6	Karyawan bank mampu memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah
7	Pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan/konsumen

8	Pelayanan yang memberikan solusi sesuai kebutuhan nasabah, ramah, dan responsif.
9	Pelayanan yang tepat waktu dan sesuai SOP
10	Menurut saya pelayanan yg berkualitas pelayanan Memberikan Sapaan Ramah, Berikan Batasan Waktu Pelayanan. Responsif dan Reaktif, Lakukan Survei dan Evaluasi. .
11	Pelayanan yang baik, ramah, dan prosesnya mudah
12	Bersikap ramah
13	Yang membuat nasabah nyaman dan puas
14	Pelayanan bagus
15	Pelayanan yang mengutamakan keperluan nasabah, prioritas pelayanan berupa kepuasan nasabah
16	Pelayanan yang bagus
17	Yang dapat membantu masyarakat
18	Penting
19	Membuat pelanggan senang
20	Pelayanan yang selalu memenuhi kebutuhan masyarakat
21	Untuk pelayanannya baik, cs.nya ramah, satpam juga sangat membantu jika kita kesulitan
22	Cepat dan Ramah
23	Yang siap melayani nasabah dengan segala jenis
24	Yang menyediakan fasilitas sarana&prasarana yang cukup lengkap untuk para nasabahnya
25	Kepuasan customer
26	Pelayanan yg mampu memberikan kepuasan bagi nasabah atau konsumennya
27	Pelayanan yang berkenan di hati nasabah
28	Pelayanan publik yang berkualitas merupakan pelayanan yang mampu memberikan kepu- san kepada masyarakat. Hal tersebut dapat diketahui dari 5 dimensi kualitas pelayanan publik yang menjadi tolak ukur dalam mem- berikan kepuasan pada masyarakat yaitu, reliability, responsiviness, assurance, empaty, dan tangibles.
29	Menurut saya pelayann yg berkualitas itu pelayanan yang mampu memberikan kepu- san kepada masyarakat
30	Cepat, efisien dan mudah
31	Kepuasan Nasabah
32	Baik
33	Pelayanan yg ramah, jelas, tegas, tempat nyaman
34	Menurut saya dengan tidak membanding bandingkan nasabah dan bisa bersikap ramah tidak judea supaya nasabah merasa nyaman

35	Pelayanan yang berkualitas prima adalah pelayan yang memberikan pelayanan yang ramah, mengerti apa yang diinginkan nasabah, dan memberikan rasa aman dan nyaman
36	Yang ramah terhadap nasabahnya
37	Baik
38	Yang mampu menyelesaikan masalah nasabahnya
39	Ramah dan memuaskan nasabah
40	Yang mendengar dan memberi saran jika konsumen mengalami kesusahan ataupun kesulitan dan memberikan pelayanan yg terbaik agar konsumen puas
41	Pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada nasabah
42	Yang melayani dengan penuh tanggung jawab dan informatif
43	Pelayanan prima atau juga dikenal dengan excellent service adalah upaya sebuah instansi, organisasi atau usaha untuk memberikan pelayanan
44	Yang mampu memberikan pelayanan terbaik untuk nasabahnya dan mampu mendengar keluh kesah nasabahnya
45	Pelayanan dengan attitude yang baik dan yang membuat nyaman nasabah
46	Pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan permasalahan yang dialami pelanggan
47	Pelayanan yg ramah melayani dengan sepenuh hati
48	Pelayanan prima yang memuaskan berguna untuk menjalin hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan
49	Sudah bagus
50	Pelayanan ramah, berani mengganti kerugian jika perusaan lalai, bertindak adil untuk semua pelanggan.
51	Dengan membantu, setiap keluhan nasabah dan cepat atas penanganannya serta baik responnya.
52	Cepat tanggap sigap
53	Cepat, ramah, tanggap
54	Yang mengedepankan kepentingan customer menjaga pelayanan kenyamanan dan keamanan
55	Memberikan kenyamanan yang maksimal
56	Menurut saya pelayanan yang berkualitas merupakan pelayanan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelayan. Hal tersebut dapat diketahui dari 5 dimensi kualitas pelayanan yang menjadi tolak ukur dalam memberikan kepuasan pada masyarakat yaitu, reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles.
57	Ramah

58	Sangat penting
59	Pelayanan yang dapat merangkul semua kalangan nasabah baik segi usia, pekerjaan, maupun status sosial dengan tetap menjalankan SOP perusahaan.
60	Sesuai dengan kebutuhan masyarakat
61	Pelayanan dengan proses cepat, tepat, dan ramah sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanannya
62	Pelayanan yg cepat, tepat dan nyaman bagi konsumen/pelanggan
63	-
64	Memperlakukan semua nasabah dg baik tanpa memandang atau membedakan status
65	Membantu setiap nasabah yang kurang paham tentang tata cara pelayanan si perusahaan tersebut, sigap jika terdapat masalah yang disebabkan oleh perusahaan tersebut
66	Penting
67	Karyawan mampu membantu nasabah
68	Pelayanan baik
69	Nasabah merasa puas
70	Yang sikap dan bisa menanggapi masalah terkait
71	Mampu menyelesaikan permasalahan nasabah, karyawan profesional
72	Berpenampilan dan sikap yang ramah dan sopan
73	Nasabah merasa puas
74	Nasabah merasa puas
75	Karyawan profesional
76	Pelayanan cepat & tanggap
77	Pelayanan yang tanggap, cepat, akurat dan memuaskan nasabah
78	Sangat penting
79	Penting
80	Pelayanan yang cepat
81	Baik
82	Penting
83	Ramah, baik, cepat dan tanggap
84	Sangat penting
85	Ramah tamah
86	Mengedepankan kepuasan pelanggan atau nasabah
87	Memberikan kemudahan
88	Pelayanan yang cepat, ramah
89	Melayani dengan sepenuh hati
90	Pelayanan yang memberikan kepuasan

91	Cepat dan akurat
92	MENJADI HAL YANG PALING MENENTUKAN BAGI KUALITAS PERUSAHAAN TERSEBUT
93	YANG KOMITMEN
94	Pelayanan yang baik dan cepat
95	Cepat dan tepat
96	Pelayanan yang memberikan fasilitas lengkap dan memadai untuk nasabahnya, serta memberikan kemudahan untuk mengakses produk
97	Pelayanan yang memuaskan
98	Pelayanan yang cepat, tepat, ramah dan memuaskan
99	Professional
100	Responsif dan Reaktif. Truss cepat juga.



Lampiran 5 – Hasil Uji Validitas Kinerja (X)

		Correlations																			Total	
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	Total	
X1	Pearson Correlation	1	.725**	.684**	.520**	.612**	.612**	.696**	.637**	.596**	.618**	.603**	.572**	.684**	.553**	.641**	.703**	.605**	.621**	.623**	.780**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.725**	1	.635**	.685**	.489**	.626**	.574**	.655**	.581**	.577**	.597**	.565**	.610**	.563**	.578**	.625**	.577**	.631**	.609**	.755**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.684**	.635**	1	.594**	.585**	.584**	.579**	.618**	.645**	.708**	.652**	.472**	.708**	.642**	.643**	.619**	.629**	.550**	.618**	.768**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	.520**	.685**	.594**	1	.554**	.626**	.550**	.610**	.557**	.622**	.617**	.643**	.632**	.522**	.640**	.601**	.616**	.679**	.478**	.747**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	.612**	.489**	.585**	.554**	1	.646**	.640**	.684**	.544**	.714**	.619**	.599**	.707**	.604**	.693**	.697**	.691**	.701**	.685**	.793**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	.612**	.626**	.584**	.626**	.646**	1	.631**	.675**	.701**	.604**	.658**	.659**	.625**	.529**	.654**	.624**	.637**	.695**	.661**	.787**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X7	Pearson Correlation	.696**	.574**	.579**	.550**	.640**	.631**	1	.801**	.755**	.670**	.692**	.748**	.690**	.626**	.736**	.727**	.692**	.686**	.703**	.835**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X8	Pearson Correlation	.637**	.655**	.618**	.610**	.684**	.675**	.801**	1	.762**	.797**	.753**	.672**	.771**	.666**	.742**	.756**	.657**	.695**	.737**	.865**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X9	Pearson Correlation	.596**	.581**	.645**	.557**	.544**	.701**	.755**	.762**	1	.758**	.829**	.645**	.753**	.694**	.723**	.712**	.725**	.687**	.719**	.843**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X10	Pearson Correlation	.618**	.577**	.708**	.622**	.714**	.604**	.670**	.797**	.758**	1	.795**	.672**	.830**	.790**	.780**	.775**	.740**	.687**	.765**	.878**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X11	Pearson Correlation	.603**	.597**	.652**	.617**	.619**	.658**	.692**	.753**	.829**	.795**	1	.605**	.790**	.754**	.784**	.751**	.716**	.686**	.728**	.859**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X12	Pearson Correlation	.572**	.565**	.472**	.643**	.599**	.659**	.748**	.672**	.645**	.672**	.605**	1	.641**	.603**	.663**	.739**	.753**	.774**	.664**	.807**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X13	Pearson Correlation	.684**	.610**	.708**	.632**	.707**	.625**	.690**	.771**	.753**	.830**	.790**	.641**	1	.814**	.848**	.794**	.736**	.698**	.814**	.893**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X14	Pearson Correlation	.553**	.563**	.642**	.522**	.604**	.529**	.626**	.666**	.694**	.790**	.754**	.603**	.814**	1	.769**	.738**	.725**	.721**	.796**	.826**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X15	Pearson Correlation	.641**	.578**	.643**	.640**	.693**	.654**	.736**	.742**	.723**	.780**	.784**	.663**	.848**	.789**	1	.786**	.798**	.747**	.789**	.886**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X16	Pearson Correlation	.703**	.625**	.619**	.601**	.697**	.624**	.727**	.756**	.712**	.775**	.751**	.739**	.794**	.738**	.786**	1	.788**	.791**	.809**	.888**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X17	Pearson Correlation	.605**	.577**	.629**	.616**	.691**	.637**	.692**	.657**	.725**	.740**	.716**	.753**	.736**	.725**	.798**	.798**	1	.806**	.749**	.864**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X18	Pearson Correlation	.621**	.631**	.550**	.679**	.701**	.695**	.686**	.695**	.687**	.687**	.686**	.774**	.698**	.721**	.747**	.791**	.806**	1	.743**	.863**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X19	Pearson Correlation	.623**	.609**	.618**	.478**	.685**	.661**	.703**	.737**	.719**	.765**	.728**	.664**	.814**	.798**	.789**	.809**	.749**	.743**	1	.864**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.780**																				

Lampiran 6- Hasil Uji Validitas Kepentingan (Y)

		Correlations																			Total	
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19		
Y1	Pearson Correlation	1	.567**	.617**	.381**	.483**	.402**	.529**	.662**	.343**	.453**	.508**	.354**	.637**	.533**	.443**	.522**	.516**	.345**	.435**	.714**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.567**	1	.470**	.567**	.354**	.413**	.426**	.521**	.243**	.322**	.422**	.353**	.311**	.239**	.418**	.379**	.363**	.373**	.244**	.593**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.015	.001	.000	.000	.002	.016	.000	.000	.000	.000	.000	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.617**	.470**	1	.479**	.460**	.471**	.400**	.473**	.407**	.391**	.314**	.319**	.515**	.487**	.436**	.467**	.465**	.459**	.458**	.671**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.381**	.567**	.479**	1	.428**	.589**	.303**	.416**	.284**	.351**	.406**	.492**	.326**	.385**	.547**	.418**	.309**	.494**	.457**	.645**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.000	.004	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.483**	.354**	.460**	.428**	1	.535**	.631**	.591**	.276**	.377**	.512**	.380**	.582**	.413**	.360**	.494**	.512**	.319**	.480**	.678**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.402**	.413**	.471**	.589**	.535**	1	.637**	.522**	.491**	.494**	.393**	.368**	.515**	.510**	.441**	.615**	.490**	.390**	.596**	.733**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.529**	.426**	.400**	.303**	.631**	.637**	1	.646**	.472**	.408**	.419**	.281**	.568**	.440**	.395**	.575**	.451**	.309**	.444**	.688**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.662**	.521**	.473**	.416**	.591**	.522**	.646**	1	.402**	.443**	.561**	.430**	.577**	.532**	.390**	.532**	.361**	.410**	.500**	.733**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	.343**	.243**	.407**	.284**	.276**	.491**	.472**	.402**	1	.628**	.368**	.555**	.376**	.391**	.462**	.667**	.472**	.359**	.441**	.655**	
	Sig. (2-tailed)	.001	.015	.000	.004	.006	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y10	Pearson Correlation	.453**	.322**	.391**	.351**	.377**	.484**	.408**	.443**	.628**	1	.656**	.467**	.496**	.548**	.454**	.672**	.510**	.572**	.724**	.745**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y11	Pearson Correlation	.508**	.422**	.314**	.406**	.512**	.393**	.419**	.561**	.368**	.656**	1	.497**	.496**	.546**	.434**	.573**	.625**	.452**	.629**	.732**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y12	Pearson Correlation	.354**	.353**	.319**	.492**	.380**	.368**	.281**	.430**	.555**	.467**	.497**	1	.293**	.426**	.473**	.572**	.532**	.573**	.444**	.664**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000		.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y13	Pearson Correlation	.637**	.311**	.515**	.326**	.582**	.515**	.568**	.577**	.376**	.496**	.496**	.293**	1	.624**	.493**	.553**	.482**	.367**	.559**	.716**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y14	Pearson Correlation	.533**	.239**	.487**	.385**	.413**	.510**	.440**	.532**	.391**	.548**	.546**	.426**	.624**	1	.436**	.518**	.510**	.433**	.672**	.712**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.016	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y15	Pearson Correlation	.443**	.418**	.436**	.547**	.360**	.441**	.395**	.390**	.462**	.454**	.434**	.473**	.493**	.436**	1	.636**	.569**	.569**	.487**	.708**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y16	Pearson Correlation	.522**	.379**	.467**	.418**	.494**	.615**	.575**	.532**	.667**	.672**	.573**	.572**	.553**	.518**	.636**	1	.666**	.555**	.637**	.828**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y17	Pearson Correlation	.516**	.363**	.465**	.309**	.512**	.490**	.451**	.361**	.472**	.510**	.625**	.532**	.482**	.510**	.559**	.686**	1	.424**	.532**	.735**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y18	Pearson Correlation	.345**	.373**	.459**	.494**	.319**	.390**	.309**	.410**	.359**	.572**	.452**	.573**	.367**	.433**	.569**	.555**	.424**	1	.587**	.674**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y19	Pearson Correlation	.435**	.244**	.458**	.457**	.480**	.596**	.444**	.500**	.441**	.724**	.629**	.444**	.559**	.672**	.487**	.637**	.532**	.587**	1	.768**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.015	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	99	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.714**	.593**	.671**																		

Lampiran 7- Hasil Uji Reliabilitas Kinerja (X)

Reliability Statistics

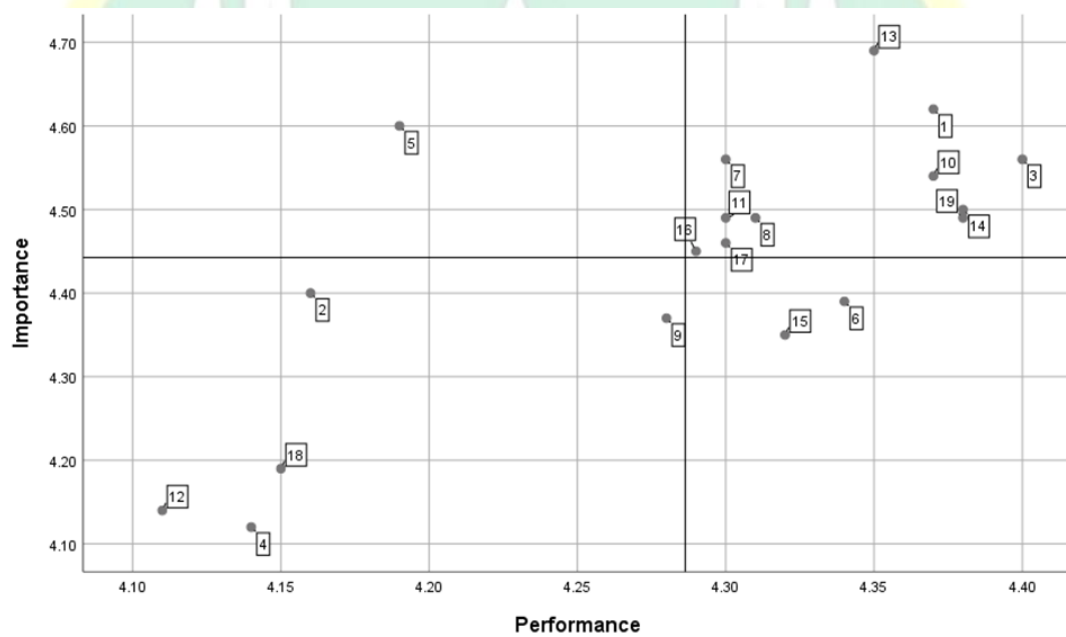
Cronbach's Alpha	N of Items
.975	19

Lampiran 8- Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan (Y)

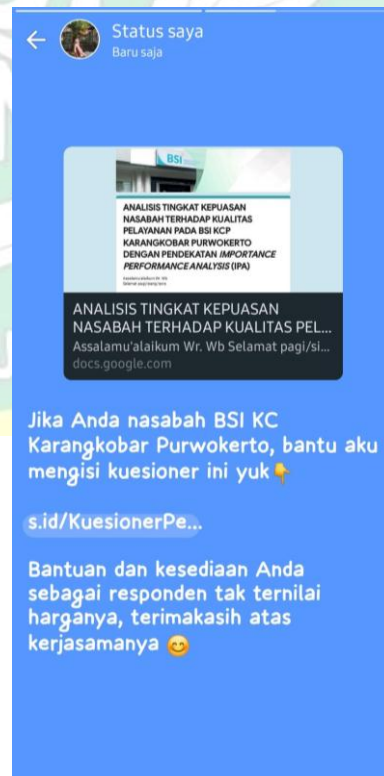
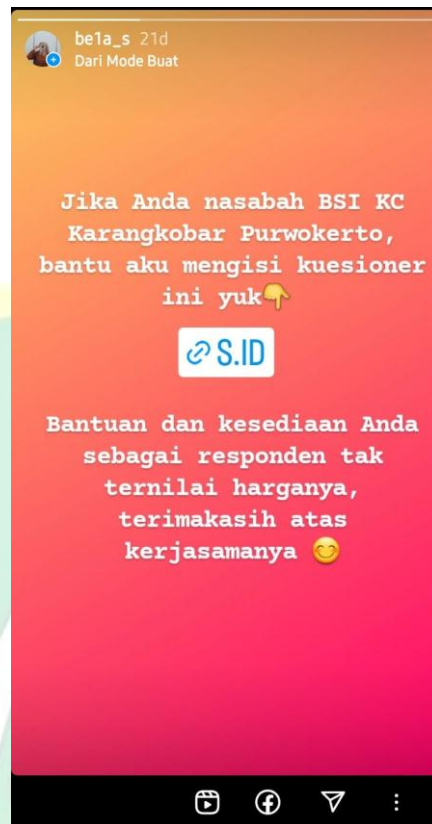
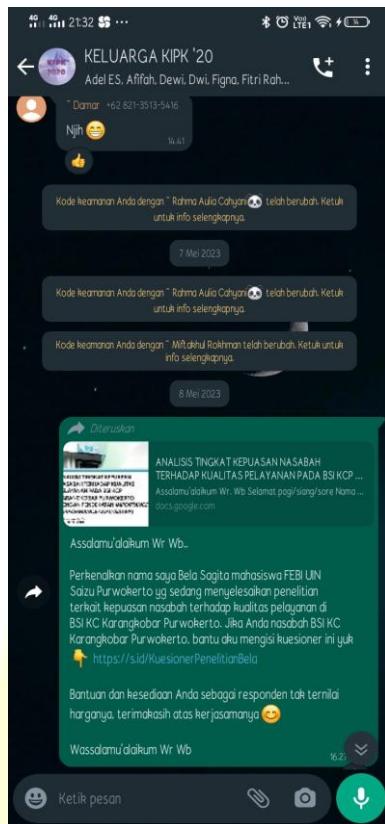
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	19

Lampiran 9- Hasil Uji Diagram Kartesius IPA



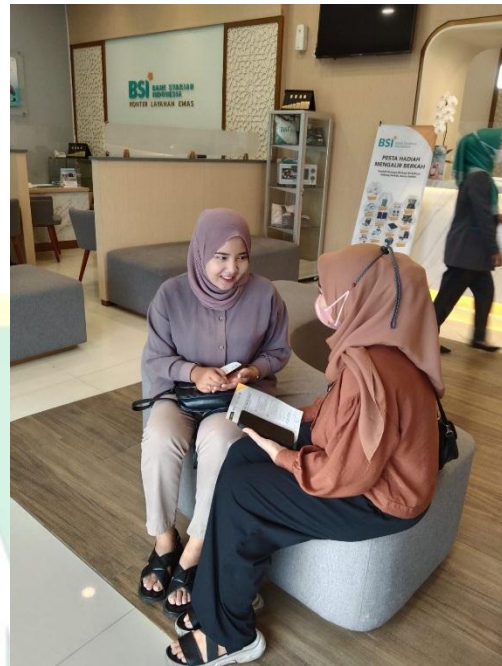
Lampiran 10- Distribusi Kuesioner dan Dokumentasi Penelitian





K.H. SAIFUDDIN ZUHR





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Bela Sagita
 NIM : 1917202071
 Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 27 April 2001
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Nama Ayah : Rilam
 Nama Ibu : Wahyuni
 Alamat : Ds. Cindaga, RT01/RW 016, Kecamatan
 Kebasen Kabupaten Banyumas
 No. Hp : 088980059495
 E-mail : belasagita609@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

SD : SD N O4 Cindaga
 SMP/Mts : SMP Diponegoro 8 Rawalo
 SMA/SMK : SMK Diponegoro 2 Rawalo
 Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. Pengurus Komunitas Marketing Perbankan Syariah (2021)
2. Pengurus Komunitas Creative Entrepreneur Organization (CEO) (2021)
3. Pengurus Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) Febi 2 periode (2021 dan 2022)

D. Pengalaman Kerja/Magang

1. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman 1 Purwokerto

Purwokerto, 27 Juni 2023



Bela Sagita
1917202071