

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FRONTLINER*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK NEGARA
INDONESIA (PERSERO) TBK.CABANG PAREPARE
(ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)**



Oleh

TRY RAMDHANI RACHMAT
NIM 14.2300.050

PAREPARE

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2019

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FRONTLINER*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK NEGARA
INDONESIA (PERSERO) TBK.CABANG PAREPARE
(ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)**



Oleh

**TRY RAMDHANI RACHMAT
NIM 14.2300.050**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2019

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FRONTLINER*
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK NEGARA
INDONESIA (PERSERO) TBK.CABANG PAREPARE
(ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Program Studi
Perbankan Syariah**

Disusun dan diajukan oleh

**TRY RAMDHANI RACHMAT
NIM 14.2300.050**

Kepada

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2019

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Try Ramdhani Rachmat
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner*
Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Negara
Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Parepare
(Analisis Manajemen Syariah).
Nomor Induk Mahasiswa : 14.2300.050
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare
No. B.2885/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Disetujui oleh

Pembimbing Utama : **Badruzzaman, S. Ag., M. H.** (.....)
NIP : 19700917 199803 1 002
Pembimbing Pendamping : **Syahriyah Semaun, S.E., M.M.** (.....)
NIP : 19711111 199803 2 003

Mengetahui,



Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP. 19730129 200501 1 004

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FRONTLINER* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK.CABANG PAREPARE (ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)

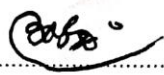
Disusun dan diajukan oleh

TRY RAMDHANI RACHMAT
NIM 14.2300.050

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Munaqasyah
Pada tanggal 29 Januari 2019
Dinyatakan telah memenuhi syarat.

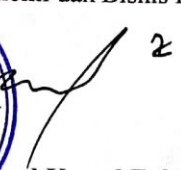
Mengesahkan

Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : **Badruzzaman, S. Ag., M. H.** (.....)
NIP : 19700917 199803 1 002

Pembimbing Pendamping : **Syahriyah Semaun, S.E., M.M.** (.....)
NIP : 19711111 199803 2 003

Institut Agama Islam Negeri Parepare
Rektor. 
Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640427 198703 1 002

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dekan. 
Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.
NIP. 196129 200501 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner*
Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Negara
Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Parepare
(Analisis Manajemen Syariah).

Nama Mahasiswa : Try Ramdhani Rachmat.

Nomor Induk Mahasiswa : 14.2300.050.

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam.

Program Studi : Perbankan Syariah.

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare
B.2885/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Tanggal Kelulusan : 29 Januari 2019.

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Badruzzaman, S. Ag., M. H.	(Ketua)	(.....)
Syahriyah Semaun, S.E., M.M.	(Sekertaris)	(.....)
Abdul Hamid, S.E., M.M.	(Anggota)	(.....)
Dr. Arqam Majid, S.Pd., M.Pd.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Rektor Institut Agama Islam Negari Parepare


Dr. Abdul Sultra Rustan, M.Si.
 NIP. 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

Bismillāhir Rahmānir Rahīm

Alhamdulillah segala puji bagi Allah swt. yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Atas berkat hidayah dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Sarjana Ekonomi” pada Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis menghanturkan terima kasih setulus-tulusnya kepada kedua orang tua tercinta, kepada Ibundaku Rosneni dan ayahanda Alm. Rachmat Razak atas segala berkah doa, dukungan, dan kasih sayangnya, sehingga penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya. Semoga Allah swt. membalasnya dengan kebaikan dunia sampai akhirat.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari pembimbing I Bapak Badruzzaman, S. Ag., M. H dan Ibu Syahriyah Semaun, S.E., M.M selaku pembimbing II, atas segala kerendahan hatinya memberikan bimbingan dan bantuan, penulis mengucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan, menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M. Si selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di Institut Agama Islam Negeri Parepare.
2. Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.

3. Seluruh dosen Program Studi Perbankan Syariah yang telah meluangkan waktu mereka dalam mendidik penulis selama studi di Institut Agama Islam Negeri Parepare.
4. Buat Adikku Fauziah Rachmat Terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya, serta seluruh keluarga yang selalu menanti kesuksesanku.
5. Rekan seperjuangan pada Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2014, terima kasih telah mengukir tawa setiap jumpa dalam kebersamaan selama ini.
6. Dan yang terkhusus buat suami ku tercinta Hasanuddin yang selalu memberi dukungan dan pengertian serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini. Kepada sahabat-sahabatku (Muliani, S.H, Kurnia Majied, S.H, 10 manusia, Wardiman, Asriadi Arifin, Zulfaiz Husain, Andi Juliati, Riswan) serta teman-teman yang selalu memberikan semangat saat penulis mulai lelah.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan , semoga Allah SWT berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 12 Januari 2019

Penulis

TRY RAMDHANI RACHMAT
NIM. 14.2300.050

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Try Ramdhani Rachmat
 NIM : 14.2300.050
 Tempat/Tanggal Lahir : Parepare, 12 Januari 1997
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner*
 Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank
 Negara Indonesia (Persero) Tbk.
 Cabang Parepare (Analisis Manajemen
 Syariah)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 12 Januari 2019

Penyusun,

TRY RAMDHANI RACHMAT
 NIM. 14.2300.050

ABSTRAK

Try Ramdhani. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Parepare (Analisis Manajemen Syariah)* (Dibimbing Badruzzaman dan Syahriyah Semaun)

Penelitian ini membahas tentang kualitas pelayanan unit kerja *frontliner* pada Bank BNI Kantor Cabang Parepare terhadap kepuasan nasabah. Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan *frontliner* yaitu *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Parepare, apakah variabel kualitas pelayanan *frontliner* yaitu *teller* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Parepare dan variabel manakah antara *customer service* dan *teller* yang dominan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Parepare.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data *field research* (penelitian lapangan). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif, data diperoleh dari primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan observasi dan angket. Adapun analisis data yakni dengan menggunakan statistik deskriptif Analisis Korelasi Antar Variabel, Kesimpulan Atau Verifikasi Data dengan uji t dan uji F.

Berdasarkan pada perhitungan regresi linear dengan hasil yang menunjukkan variabel Pelayanan Teller (X1) sebesar -0,27 tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah, maka dapat ditarik kesimpulan pelayanan Teller bukan menjadi pertimbangan utama bagi kepuasan nasabah. 2) Berdasarkan pada perhitungan regresi linear dengan hasil yang menunjukkan variabel Pelayanan CS (X2) sebesar 0,052 tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah, maka dapat ditarik kesimpulan pelayanan Teller bukan menjadi pertimbangan utama bagi kepuasan nasabah; 3) Faktor yang lebih dominan diantara kualitas pelayanan Teller dan kualitas pelayanan Customer Service dari hasil penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan CS yang sangat berpengaruh dominan terhadap terhadap kepuasan nasabah; 4) Bank BNI telah menerapkan pelayanan yang komunikatif dan adil.

Kata Kunci : kualitas, pelayanan, frontliner, kepuasan nasabah.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING	v
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Deskripsi Teori.....	7
2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Bagan Ketrangka Pikir.....	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
3.3 Fokus Penelitian.....	32
3.4 Populasi dan Sampel.....	33
3.5 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	34
3.5.1 Data Primer.....	34
3.5.2 Data Sekunder.....	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.7 Teknik Analisis Data.....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data.....	39
4.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	45
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian.....	57
4.4 Hasil Penelitian.....	60
4.5 Pembahasan.....	68
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan <i>Teller</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	68
4.5.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan <i>CS</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	69
4.6 Analisis Manajemen Syariah.....	71

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA.....	76
---------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Nama Tabel	Halaman
1.1	Tabel Variabel.	26
1.2	Sampel Data Nasabah.	39
1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	43
1.4	Karakteristik Responden berdasarkan usia.	44
1.5	Karakteristik Responden berdasarkan status pernikahan.	44
1.6	Jawaban Responden Terkait Kualitas Pelayanan Teller (X_1).	45
1.7	Jawaban Responden Terkait Kualitas Pelayanan Customer Service (X_2).	49
1.8	Pernyataan Terkait Kepuasan Nasabah (Y).	53
1.9	Hasil Uji Validitas.	57
1.10	Hasil Uji Validitas.	58
1.11	Hasil Uji Reabilitas.	60
1.12	Hasil Perhitungan Regresi.	61
1.13	Hasil Perhitungan Parsial.	64
1.14	Hasil Perhitungan Simultan.	65
1.15	Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi.	66
1.16	Hasil Perhitungan Korelasi Ganda	67

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Nama Gambar	Halaman
1.1	Bagan Kerangka Konseptual	26
1.2	Bagan Kerangka Pikir	26



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran
1.	Surat Permohonan Izin Penelitian
2.	Surat Izin/Rekomendasi Penelitian
3.	Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian
4.	Koesioner
5.	Lampiran SPSS
6.	Dokumentasi Kegiatan
7.	Riwayat Hidup Penulis

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan dituntut berusaha membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk dapat mempertahankan posisi pasarnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Kepuasan adalah sesuatu yang utama yang menjadi faktor penentu kesuksesan dan kelangsungan hidup sebuah bisnis. Semakin banyak pelanggan setia yang dimiliki oleh perusahaan, maka dapat dipastikan perusahaan tersebut akan sukses dan bertahan lama.¹ Pada perusahaan yang melakukan aktivitas operasional yang berhubungan langsung dengan konsumen tentunya harus memiliki prinsip “consumer oriented” atau orientasi konsumen yang mana, yang menjadi prioritasnya utamanya adalah konsumen. Dalam hal pelayanan, bank adalah salah satu lembaga keuangan yang berhubungan langsung dengan nasabah sehingga bank sangat dituntut untuk memberikan pelayanan prima demi kepuasan nasabahnya.

Bank adalah sebuah lembaga keuangan umum yang didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Kata *bank* berasal dari bahasa Italia *banca* berarti tempat penukaran uang. Sedangkan menurut undang-undang perbankan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

¹Teuku Aliansyah, dkk, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh” (Jurnal Manajemen, Vol. 1, No. 1, November 2012), h. 32.

Hingga saat ini pun perkembangan bank saat ini pastilah menimbulkan persaingan antar bank yang satu dengan yang lainnya. Tentunya dalam perkembangannya memerlukan kordinasi dan sistem kerja yang tepat antara pimpinan dengan semua karyawannya²

Kualitas jasa pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof dan Lovelock sebagaimana dikutip oleh A. Usmara mengatakan bahwa, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain menurut Parasuraman bahwa ada faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *preceived service*. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan, kualitas jasa tersebut tersebut dipandang ideal. Sebaliknya, jika jasa diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, kualitas jasa itu akan dianggap buruk. Jadi baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.³

Menurut Othman dan Owen menyatakan bahwa terdapat enam dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan yang dirasakan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh nasabah, yang disebut metode CARTER, yang meliputi yaitu seperti kepatuhan (*compliance*), jaminan (*assurance*), keandalan

²Kasmir, SE.,MM, *Pemasaran Bank*, (Edisi Revisi III Fajar Interpratama Offset Jakarta 2008). h 7.

³A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Amara Book, 2003), h. 231.

(*reliability*), kemampuan fisik (*tangible*), empati (*empathy*), dan daya tanggap (*responsiveness*).⁴

Hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan hampir kesuksesan di tiap perbankan di Kota Parepare bias diukur dari kuantitas nasabah yang datang di tiap harinya. Salah satu bank yang memiliki jumlah nasabah yang tinggi adalah Bank BNI Kantor Cabang Parepare. Kuantitas yang semakin banyak ataupun hanya sedikit yang berkunjung ke Bank BNI Kantor Cabang Parepare merupakan bukti konkret bahwa ada sesuatu yang di dapatkan oleh nasabah yang membuatnya datang atau bahkan loyal terhadap bank tersebut. Kegiatan utama nasabah yang datang ke Bank BNI Kantor Cabang Parepare adalah untuk melakukan penarikan tunai atau setor tunai dan atau melakukan transfer yang dilakukan oleh unit kerja *Teller*, kedua adalah untuk membuka atau menutup tabungan oleh unit kerja *Customer Service*. Kedua unit tersebut merupakan bagian dari unit kerja *frontliner* yang bertugas melayani konsumen. Sehingga dapat dipastikan, kuantitas nasabah yang semakin hari semakin banyak yang datang ke suatu bank merupakan tolak ukur bahwa pelayanan yang diberikan bank tersebut cukup baik sebab mampu memberikan kepuasan kepada nasabah.

Hingga saat ini, para nasabah pun menjadi sangat kritis terhadap pelayanan yang didapatkan dari suatu perbankan. Tingkat kepuasan para nasabah pun berbeda dengan satu sama lain, dan apabila seorang nasabah merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh perbankan hal ini bisa mengakibatkan pemindahan aktifitas bisnisnya ke perbankan lainnya. Sebaliknya, apabila nasabah telah merasa

⁴Abdul Qawi Othman, Lynn Owen, “*The Multi Dimensionality of CARTER Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry (A Study in Kuwait Finance House)*”, (International Journal of Islamic Financial Service, Vol. 3, No. 4.)

puas oleh pelayanan yang diberikan, maka nasabah akan tetap berminat dan loyal untuk melakukan aktifitas bisnis pada bank tersebut.

Kendati perkembangan suatu perbankan yang bisa diukur dari kuantitas nasabahnya yang loyal, namun dalam menjalankan kegiatan pelayanannya masih memiliki beberapa kendala. Baik itu bersifat teknis maupun bersifat non-teknis. Kendala yang bersifat teknis seringkali muncul dari internal perbankan itu sendiri, utamanya pada unit kerja pelayanan Teller maupun Customer Service. Lebih spesifik lagi, permasalahan yang seringkali muncul justru dari kesalahan Teller yang kadang keliru dalam mengirim atau mentransfer sejumlah uang nasabah, biasanya nominal uang tersebut salah pengetikan sehingga jumlahnya kadang melebihi atau kurang dari yang diharapkan nasabah. Sering pula *Teller* salah mengetik nomor rekening nasabah sehingga nomor rekening yang seharusnya dikirimkan uang justru nomor rekening lain yang dituju. Meskipun kondisi tersebut membuat Teller itu sendiri rugi secara finansial sebab harus menanggung kerugian sebesar kesalahannya, namun tentunya nasabah pun tidak akan puas dengan pelayanan yang diberikan.

Permasalahan tersebut, jika tidak segera diatasi maka akan berakibat fatal untuk jalannya lembaga perbankan. Profitabilitas perusahaan bergantung dari nasabah yang loyal, untuk mempertahankan loyalitas nasabah tentunya bank harus memberikan pelayanan yang prima. Pelayanan prima utamanya harus diberikan oleh unit pelayanan *Teller* dan *Customer Service* kepada nasabah. Keramahan dan kepedulian serta mampu menerima keluhan-keluhan nasabah harus menjadi poin pokok yang harus dilakukan oleh *Customer Service* sehingga dengan begitu, nasabah akan merasa dihargai dan kepuasan pun akan dirasakan oleh nasabah itu sendiri.

Selain itu, ketelitian dan keramahan harus dilakukan oleh *Teller* sehingga nasabah pun akan merasa aman dan dihargai dengan pelayanan yang diberikan.

Uraian pokok permasalahan di atas, dimana lembaga keuangan perbankan saat ini telah sadar akan pentingnya nasabah sebagai penunjang jalannya aktifitas perbankan dan tentunya berpengaruh terhadap peningkatan profitabilitas sehingga tugas utama bank adalah membenahi pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada setiap nasabah yang melakukan aktifitas bisnis pada bank tersebut, namun dibalik kesadarannya akan pentingnya nasabah di mata perbankan tetap saja unit kerja perbankan kadang memiliki kesalahan dalam melayani nasabahnya. Hal ini menarik minat peneliti untuk meneliti tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BNI Cabang Parepare”

1.1 Rumusan Masalah

- 1.1.1 Apakah variabel kualitas pelayanan *frontliner* yaitu *Teller* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Parepare?
- 1.1.2 Apakah variabel kualitas pelayanan *frontliner* yaitu *Customer service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Parepare?
- 1.1.3 Variabel manakah antara *Teller* dan *customer service* yang dominan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Parepare?

1.2 Tujuan penelitian

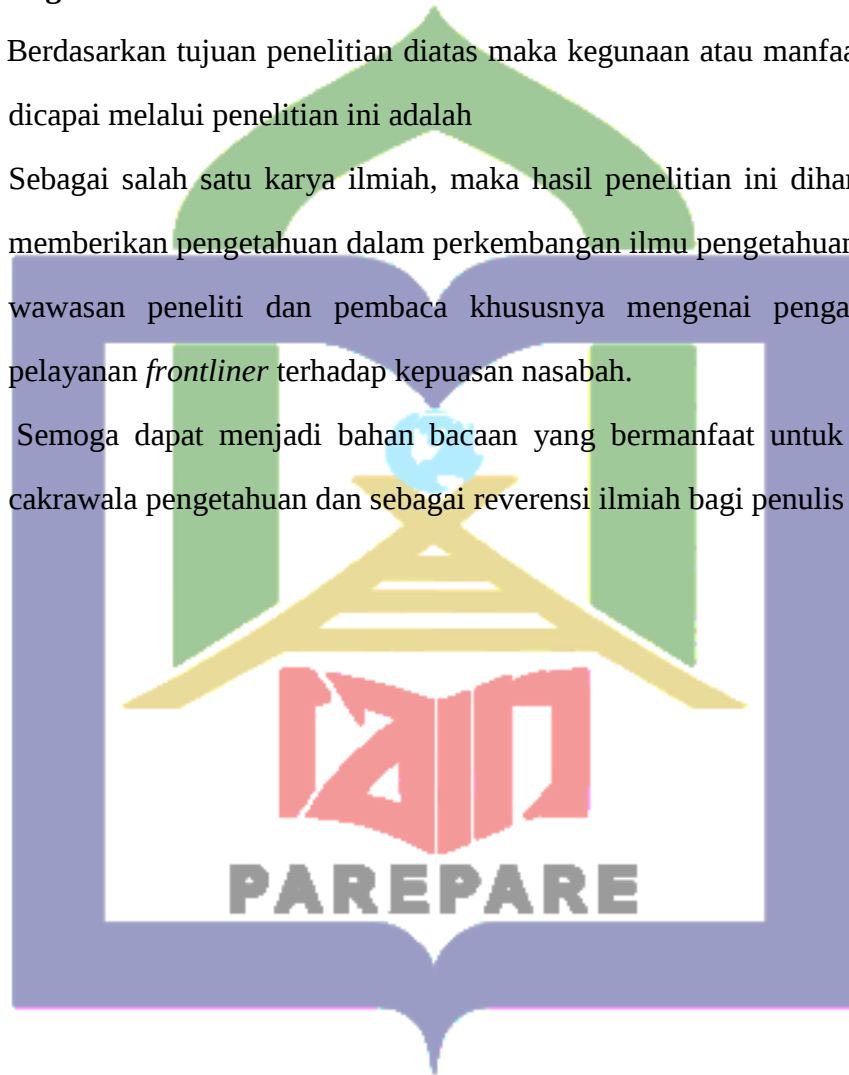
- 1.2.1 Untuk mengetahui kualitas pelayanan *frontliner* yaitu *Teller* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Parepare
- 1.2.2 Untuk mengetahui kualitas pelayanan *frontliner* yaitu *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Parepare

- 1.2.3 Untuk mengetahui variabel manakah antara *Teller* dan *customer service* yang dominan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Parepare.

1.3 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka kegunaan atau manfaat yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah

- 1.3.1 Sebagai salah satu karya ilmiah, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dalam perkembangan ilmu pengetahuan, menambah wawasan peneliti dan pembaca khususnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah.
- 1.3.2 Semoga dapat menjadi bahan bacaan yang bermanfaat untuk memperluas cakrawala pengetahuan dan sebagai reverensi ilmiah bagi penulis selanjutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 Pengertian Perusahaan dan Bank

Pengertian perusahaan menurut UU No.8 Pasal 1 ayat 1 tahun 1997 adalah setiap bentuk usaha yang melakukan kegiatan secara tetap dan terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan atau laba, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan hukum dan bukan badan hukum.⁵

Abdul Kadir Muhammad, berdasarkan tinjauan hukum, istilah perusahaan mengacu pada badan hukum dan perbuatan badan usaha dalam menjalankan usahanya. Lebih lanjut perusahaan adalah kegiatan produksi dan berkumpulnya semua faktor produksi.

Perseroan terbatas berasal dari bahasa Belanda: *Naamloze Vennootschap* dirumuskan hingga menjadi Perseroan Terbatas yang berarti suatu badan hukum untuk menjalankan usaha yang memiliki modal berupa dan terdiri dari saham-saham, yang pemiliknya memiliki bagian berdasarkan sebanyak saham yang dimilikinya.⁶

Bank adalah sebuah lembaga keuangan umum yang didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Kata *bank* berasal dari bahasa Italia *banca* berarti tempat penukaran uang.⁷ Sedangkan menurut UU No. 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam

⁵Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan*, Cet II (Jl. Rancamaya: Ghalia Indonesia), h. 1.

⁶Muhammad Abdul Kadir, *Hukum Perjanjian* (Bandung: Citra Aditya Bakri, 1986), h. 51.

⁷Soeharsono Sagir, *Ekonomi Indonesia Kapita Selekt*a, Cet I (Kencana Prenada Media Group, 2009), h. 130.

bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.⁸

2.1.2 Teori Pelayanan

Di dalam Kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan berarti perihal atau cara melayani, usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang); jasa, kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.⁹

Pelayanan adalah preoses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara lamsung. Pelayanan juga diartikan sebagai suatu tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.¹⁰ Berikut adalah defenisi pelayanan menurut para ahli :

1. Menurut Moenir dalam Deliamov, pelayanan adalah proses yang mengatur dan mengendalikan layanan sehingga mekanisme berjalan tertib, lancer, tepat, dan memuaskan bagi pihak yang dilayani.
2. Menurut Sinambela dalam Deliamov, pelayanan adalah pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok atau tata cara yang telah ditetapkan.¹¹

⁸Indra Darmawan, *Pengantar Uang dan Perbankan*, (Edisi I Pt. Rineka Cipta, Oktober 1992). h. 114

⁹Dapartemen Pendidikan nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cet.IV (Jakarta: PT. Gramedia Utama, 2012).h. 1223.

¹⁰Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, Edisi I (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 75

¹¹Deliarnov, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Edisi V (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 209

3. Definisi kualitas pelayanan menurut Parasuraman dkk. sebagaimana dikutip oleh Thomas Stefanus Kaihatu, mengatakan bahwa, memberikan batasan tentang pengertian :

(Service quality is the foundation for service marketing because the core product, the performance is what customer buy. A strong service concept gives the companies the opportunity to compete for customer, strategi confidence and reinforcing branding, advertising, selling and pricing. An inovator"s strategi of service quality is usually more difficult to imitate than it"s service concept. This is because quality service comes from inspired leadership thought out an organization, a customer-minded corporate culture, excellent service-system design, the effective use of information and technology, and other factors that develop in company)

Terjemahnya :

Kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas), dan kinerja yang dibeli oleh pelanggan, oleh karena itu kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, konsep pelayanan yang baik akan memberikan peluang bagi perusahaan untuk bersaing dalam merebut konsumen. Sedangkan kinerja yang baik (berkualitas) dari sebuah konsep pelayanan menimbulkan situasi yang kompetitif dimana hal tersebut dapat diimplementasikan melalui strategi untuk meyakinkan pelanggan, memperkuat image tentang merek, iklan, penjualan, dan penentuan harga. Strategi *innovator* terhadap kualitas layanan biasanya sulit ditiru dibandingkan dengan sekedar konsep layanan itu sendiri. Hal tersebut disebabkan karena kualitas layanan berasal dari kepemimpinan yang terinspirasi melalui

organisasi, budaya perusahaan yang berorientasi pada pelanggan, desain sistem layanan prima, penggunaan informasi, dan teknologi yang efektif, serta faktor-faktor lain yang dikembangkan oleh organisasi.¹²

Dari beberapa uraian di atas, dapat dipahami bahwa pelayanan adalah suatu tindakan yang diberikan kepada orang lain berupa jasa yang bertujuan memberikan kepuasan kepada orang lain, pelayanan juga merupakan rangkaian kegiatan dalam menarik konsumen, hal ini terdapat dalam manajemen pemasaran.

2.1.3 Teori Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ini dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan tamu atau konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan konsumen, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Sedangkan jenis kualitas pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang berada jauh di bawah standar atau tidak sesuai dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Adapun definisi kualitas pelayanan menurut para ahli yakni sebagai berikut :

1. Menurut Fitzsimmons, kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks, dan tamu akan menilai kualitas pelayanan melalui lima prinsip dimensi pelayanan (reliabilitas, *responsive*, kapasitas, empati, dan nyata).¹³

¹²Thomas Stefanus Kaihatu, "Analisis Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjangan Surabaya", (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 10, No. 1, 2008), h. 69.

¹³Hendrawan Supratikno, *Ekonomi Nurani vs Ekonomi Naluri*, Cet I (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2010), h. 227.

2. Menurut Fandy Tjiptono, kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.¹⁴
3. Kotler mengemukakan, salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai *personal*, nilai *image* atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga, dan biaya pikiran.¹⁵

Dari uraian pokok definisi di atas, dapat dipahami secara sederhana bahwa kualitas pelayanan adalah penilaian atas pelayanan dari konsumen yang merupakan pemakai pelayanan kepada pemberi pelayanan.

2.1.4 Pengertian Frontliner

Frontliner adalah sebuah kategori pekerjaan dalam suatu perusahaan biasanya dalam perbankan dan jasa lainnya, tugas seorang frontliner bank secara umum adalah memberikan informasi dengan jelas dan lengkap kepada nasabah maupun calon nasabah secara langsung.¹⁶ Seorang *frontliner* haruslah berpenampilan menarik dan

¹⁴Tjiptono Fandy. *Strategi Pemasaran*, Edisi I (Yogyakarta: Andi Offset, 2007). h. 112

¹⁵Philip Kotler, *Marketing Management*, Edisi Milenium (New Jersey: Prentice Hall Intl, 2000), h. 50.

¹⁶Ismail, *Manajemen Perbankan*, Cet I, (Kharisma Putra Utama, 2010). h 153

sopan, dikarenakan penampilannya itu merupakan cerminan dari citra perusahaan tempat dia bekerja.

2.1.5 *Teller*

Teller adalah petugas Bank yang pekerjaan sehari-harinya berhadapan dengan nasabah dan masyarakat umum. Bank harus menyeleksi petugas yang akan ditunjuk sebagai *teller* karena cara kerja, sikap dan tindak tanduk serta cara pelayanannya kepada nasabah dan masyarakat umum, secara tidak langsung mencerminkan keadaan dan reputasi bank.¹⁷ Adapun tugas seorang *teller* diantaranya:

1. Seorang *teller* yang baik harus datang tepat waktu sesuai jam masuk, memastikan semua perlengkapan berfungsi baik(alat penghitung uang, alat pengecek uang palsu bulpen, dan sebagainya).
2. Jika ada nasabah maka harus bersikap ramah, memberi greeting (selamat pagi/siang/sore, mengucapkan terima kasih jika sudah selesai), memberi senyum di awal dan akhir pertemuan.
3. Menjaga penampilan berbusana sesuai standar bank (meja kerja, baju rapi, rambut rapi, mengenakan *ID card*, dsb.)
4. Jika ada nasabah ingin setor/tarik tunai maka *teller* wajib menghitung uang, mengkonfirmasi jumlah uang kepada nasabah, melakukan perhitungan uang di depan nasabah
5. Melakukan pembayaran non tunai/tunai kepada nasabah yang bertransaksi non tunai/tunai di *counter* bank, dan melakukan update data transaksi di sistem komputer bank.

¹⁷Zulkifli Zaini & Ikatan Bankir Indonesia *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, Cet.I (Plaza Bapindo: Menara Mandiri, 2014), h 3

6. Setelah selesai proses setor/tarik tunai teller wajib memberikan slip kuitansi kepada nasabah yang dan menandatangani sebagai tanda tangan pengesahan.¹⁸

2.1.6 Customer Service

Customer Service merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang bertugas sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk produk bank sesuai dengan fungsinya. Adapun tugas dari seorang *customer service* dalam bank :

1. Memberikan penjelasan nasabah/calon nasabah atau investor mengenai produk-produk maupun syarat-syaratnya maupun tata cara prosedurnya.
2. Melayani pembukaan rekening giro dan tabungan sesuai dengan permohonan investor.
3. Melayani percetakan cek atau bilyet giro.
4. Melayani permintaan nasabah untuk melakukan memblokir, baik rekening giro maupun tabungan.
5. Melayani penutupan rekening giro atas permintan investor sendiri karena ketentuan bank (yang telah disepakati investor) maupun karena peraturan Bank Indonesia.
6. Melayani permohonan penerbitan dan pencairan deposito berjangka dari investor.
7. Melayani investor yang butuh informasi tentang saldo dan mutasi rekeningnya.¹⁹

¹⁸Sofyan Assauri, *Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction, Manajemen Usahawan Indonesia*, h. 28

¹⁹Roselyne Hutabarat, *Practical Bank Letter Writing (menulis surat perbankan praktis)*, Cet I, (PT Gelora Aksara Pratama, 2009), h. 163

2.1.7 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Untuk kepuasan nasabah terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan nasabah terhadap kualitas layanan dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan.²⁰

William B. Martin, pelayanan pelanggan bermutu hanya bisa dipahami dari sudut pandang pelanggan. Kita harus merumuskan pelayanan bermutu melalui mata pelanggan.

Tjiptono, kepuasan nasabah merupakan evaluasi pembeli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sam dengan harapan pelanggan. Ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan nasabah.²¹

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis pelayanan mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan yakni:

1. *Reliability*, yang mencakup konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya.

²⁰Rachmad Hidayat, *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 2009- ced.petra.ac.id 9/04/2018

²¹Oka A, Yoeti, *Customer Service Cara Efektif Memuaskan Pelanggan*, Cet I, (PT. Gelora Aksara, 2010). h 21-22

2. *Responsiveness*, yaitu kemauan untuk kesiapan para pegawai untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.
3. *Competence*, yaitu setiap pegawai perusahaan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk dapat memberikan pelayanan tertentu.
4. *Acces*, yaitu kemudahan untuk dihubungi atau ditemui, dan lokasi fasilitas pelayanan mudah dijangkau.
5. *Courtesy*, yaitu sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan dari para kontak personal perusahaan.
6. *Communication*, yaitu memberikan informasi yang dapat dipahami pelanggan.
7. *Credibility*, yaitu jujur dan dapat dipercaya
8. *Security*, yaitu aman (secara fisik, finansial, dan kerahasiaan) dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.
9. *Understanding/Knowing the Customer*, yaitu upaya untuk memahami kebutuhan pelanggan.
10. *Tangible*, yaitu segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, tampilan fisik dari pelayanan.

Pada perkembangan selanjutnya sampailah kepada kesimpulan dari sepuluh dimensi di rangkum menjadi lima dimensi yaitu:

1. *Tangibles* (bukti fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional.
2. *Reliability* (kepercayaan), merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang diajnjikan dengan segera dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat.

4. *Assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan.
5. *Emphaty* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.²²

2.1.8 Teori Manajemen Syariah

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Pengaturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen itu. Jadi, manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan.²³

Manajemen syariah adalah suatu pengelolaan untuk memperoleh hasil optimal yang bermuara pada pencarian keridhaan Allah. Oleh sebab itu maka segala sesuatu langkah yang diambil dalam menjalankan manajemen harus berdasarkan aturan-aturan Allah. Sehubungan dengan itu maka isi dari manajemen syariah adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan ilmu manajemen konvensional yang diwarnai dengan aturan Al-Qur'an dan hadist.²⁴

Dari definisi diatas, maka ruang lingkup manajemen syariah sangatlah luas. Antara lain mencakup tentang pemasaran, produksi, mutu, keuangan, sumber daya alam, sumber daya manusia, dan masih banyak hal lagi yang belum disebutkan.

²²Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa*, Cet I (Yogyakarta: Penerbit Andy, 1998), h. 68.

²³Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen (Dasar, Pengertian, Dan Masalah*, Cet VI (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 1.

²⁴Veithzal Rivai, Andria Permata Veithzal dan Ferry N. Idroes, *Bank and Financial Institution Management Convencional and Sharia System*, Cet I (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 732.

2.1.8.1 Konsep Manajemen Syariah

Konsep manajemen secara operasional menurut Nawawi adalah pekerjaan intelektual yang dilakukan orang dalam hubungannya dengan organisasi. Manajemen memerlukan koordinasi sumber daya dan material ke arah tercapainya tujuan.²⁵ Selanjutnya Nawawi mengemukakan pendapat Kast dan James E. Rosenzweig bahwa daripada memberikan sebuah definisi sederhana dalam satu kalimat mengenai manajemen, kami lebih suka memakai uraian yang lebih komprehensif dengan memadukan berbagai pandangan dalam suatu konteks sistem. Manajemen adalah pekerjaan mental (pikiran intuisi, perasaan) yang dilaksanakan oleh orang-orang dalam konteks organisasi.²⁶

2.1.8.2 Karakteristik Manajemen Syariah

Ilmu dan teknologi manajemen bersumber dari teori, kemudian ilmu dan teknologi manajemen melahirkan teori. Sedangkan teori lahir bersumber dari konsep, kemudian teori melahirkan konsep, dan seterusnya. Secara konseptual teori adalah seperangkat konsep, definisi, dan proposisi yang tersusun secara sistematis sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena. Teori menyatakan (1) konsep, asumsi, dan generalisasi yang logis, (2) fungsi untuk mengungkapkan, menjelaskan dan memprediksi perilaku yang memiliki keteraturan, dan (3) stimulan dari berbagai pandangan untuk mengembangkan pengetahuan.²⁷

²⁵Ismail Nawawi, *Manajemen Publik, Kajian Teori, Reformasi, Strategi dan Implementasi* (Surabaya: Putra Media Nusantara, 2007), h. 5.

²⁶Ismail Nawawi, *Manajemen Strategik Sektor Publik: Teori, Model dan Pengantar Praktik*, h. 6-7.

²⁷Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Manajemen Syariah Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer* (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), h. 95.

Sehubungan dengan teori manajemen syariah di antaranya yang membedakan teori manajemen syariah dan manajemen lainnya terfokus pada konsen teori islami terhadap segala variabel yang berpengaruh (influence) terhadap aktivitas manajemen dalam dan diluar organisasi baik swasta maupun dalam ranah negara, hubungannya dengan pelaku individu terhadap faktor-faktor sosial yang berpengaruh. Teori islami memberikan injeksi moral dalam manajemen, yakni mengatur bagaimana seharusnya individu berperilaku. Tidak ada manajemen dalam Islam yang tidak memuat tata nilai atau etika yang melingkupinya, sebagaimana tidak mungkin membangun masyarakat muslim tanpa didasari dengan akhlak. Manajemen syariah menurut Sinn memiliki karakteristik sebagai berikut:²⁸

1. Teori manajemen syariah merupakan teori yang konsen dan terkait dengan kemaslahatan masyarakat muslim dan hubungannya dengan akhlak atau etika sosial yang dipegang teguh oleh masyarakat muslim (variabel etika sosial)
2. Manajemen syariah konsen terhadap variabel ekonomi dan motif materi dan bekerja untuk memenuhi kebutuhan fisiologis individu (variabel ekonomi materi).
3. Memperhatikan nilai-nilai kemanusiaan spiritujal serta memuliakan manusia untuk berpartisipasi dalam aktivitas manajemen, memuliakan segala potensi intelektual, kompetensi demensi spiritual (variabel kemanusiaan)
4. Konsen terhadap sistem, menentukan tanggung jawab dan wewenang, menghormati kekuasaan dan organisasi resmi, menghormati struktur organisasi, dan menuntut kekuatan terhadap kebaikan (variabel perilaku dan sistem).

²⁸ Ahmad Ibrahim Abu Sinn, *Manajemen Syariah Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*, h. 235-236.

2.1.8.3 Prinsip Manajemen Syariah

Prinsip manajemen syariah merupakan landasan dalam melakukan aktifitas manajemen. Islam telah memberikan pelajaran yang sangat tentang manajemen. Rasulullah saw mengajarkan sifat-sifat kejujuran (*siddiq*), komunikatif (*tabligh*), terpercaya dan tanggungjawab (*amanah*) dan memiliki kecerdasan (*fathanah*) dengan uraian sebagai berikut :

1. Kejujuran

Kejujuran dan berlaku jujur adalah hal yang sangat penting dalam melakukan kegiatan. Islam memandang kejujuran bernilai ibadah karena kejujuran sebagai bentuk ketakwaan atau ketaatan manusia atas perintah Allah swt. dan ini dikemukakan sebagaimana firman Allah swt dan Quran Surah al-Lail/92: 5-6 yakni sebagai berikut :

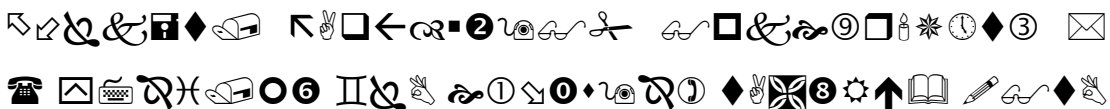


Terjemhanya :

Adapun orang yang memberikan (hartanya di jalan Allah) dan bertakwa, dan membenarkan adanya pahala yang terbaik (syurga).²⁹

2. Komunikatif

Ketepatan penyampaian komunikasi ini, selanjutnya disebut sebagai komunikatif. Berkaitan dengan komunikasi yang komunikatif ini dalam al-Qur'an dijelaskan dalam QS. Al-Maidah/5: 67 sebagai berikut :



²⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an per Kata Warna* (Bandung: Cordoba, 2015), h. 595.

³⁰Departemen Agama RI, *Al-Qur'an per Kata Warna*, h. 119.

pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.³¹

Ibn Kathir mengemukakan bahwa ayat ini menyatakan sifat-sifat utusan Tuhan, yaitu menyampaikan seruan Tuhan, memberi nasihat dan kepercayaan. Al-Maraghy mengklasifikasikan amanat terbagi atas: (a) tanggung jawab manusia kepada sesamanya, (b) tanggung jawab manusia kepada Tuhan, (c) tanggung jawab manusia kepada dirinya sendiri.

4. Profesionalisme

Dalam melakukan kegiatan manajerial, pihak-pihak yang terkait dalam pekerjaannya harus memiliki jiwa yang profesionalisme. Hal ini tertuang dalam Quran Surah Az- Zumar/39: 39 yakni sebagai berikut :



Terjemahnya :

Katakanlah: "Hai kaumku, bekerjalah sesuai dengan keadaanmu, Sesungguhnya aku akan bekerja (pula), maka kelak kamu akan mengetahui."³²

Selanjutnya dalam Quran Surah Al-Isro/17: 84 yakni sebagai berikut :



Terjemahnya :

Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalan-Nya."³³

³¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an per Kata Warna*, h. 87.

³²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an per Kata Warna*, h. 462.

³³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an per Kata Warna*, h. 329.

Ibadah terbagi atas 2 macam, yakni ibadah *mahdah* dan ibadah *ghairu mahdah*. Dalam hubungan antar sesama manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dikategorikan dalam ibadah *ghairu mahdah*, ini juga disebut sebagai muamalah. Kegiatan dalam muamalah jika dijalankan dengan baik, maka dapat bernilai ibadah di mata Allah swt.

2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu

1. Pada penelitian sebelumnya telah dilakukan oleh saudari Jumiaty³⁴ dari Program Studi Hukum Ekonomi Syariah 2017 dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Labelisasi Harga Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus di Alfa Midi Bau Massepe Parepare)” dengan hasil penelitian:

Berdasarkan pada perhitungan regresi linear, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk terhadap tingkat kepercayaan konsumen dianggap baik karena hasil menunjukkan variabel X_1 (Kualitas Produk) sebesar -0,017 tidak berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Y (Tingkat Kepercayaan Konsumen)

Dari hasil perhitungan regresi linier, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa labelisasi harga yakni X_2 sebesar 0,417 terhadap tingkat kepercayaan konsumen dalam hal ini dimana variabel Y (Tingkat Kepercayaan Konsumen) berpengaruh signifikan positif yang dianggap kurang baik.

Variabel yang paling berpengaruh atau dominan berpengaruh secara simultan terhadap kepercayaan konsumen diantara kualitas produk dan labelisasi harga dari hasil penelitian adalah Labelisasi Harga.

³⁴Jumiaty, “Pengaruh Kualitas Produk dan Labelisasi Harga Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus di Alfa Midi Bau Massepe Parepare)”(Skripsi Sarjana: Jurusan Syariah, Hukum Ekonomi Islam: Parepare 2017), h. 87.

Relevansi penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama meneliti keterkaitan atau hubungan antara variabel yang satu dengan yang lainnya, metode ini disebut metode kuantitatif. Dapat dilihat perbedaan signifikan terhadap fokus penelitian diantara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini. Penelitian terdahulu terfokus pada obyek penelitian Kualitas Produk (X1) dan Labelisasi Harga (X2) terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen (Y1), berbeda dengan penelitian saat ini yang mana menghubungkan variabel Teller (X1) dan CS (X2) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y1). Kemudian, studi kasusnya pun berbeda. Peneliti sebelumnya meneliti kasus di Alfa Midi Bau Massepe Parepare, sedangkan penelitian saat ini meneliti pada Bank BNI Kantor Cabang Parepare.

2. Peneliti kedua, oleh saudari Risdianti Harun³⁵ dari Program Studi Dakwah dan komunikasi dengan Judul “Pengaruh Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa”. Dengan hasil penelitian :

Pelayanan *Customer Service* yang diberikan oleh Bank BRI Syariah Cabang Sungguminasa sudah optimal. Berdasarkan olah data pelayanan *customer Service* dari 11 indikator mayoritas responden menyatakan puas dengan rata-rata tertinggi sebesar 4,37.

Kepuasan nasabah berdasarkan olah data Variabel kepuasan nasabah dari 3 variabel mayoritas responden menyatakan sangat puas terutama dalam hal kepuasan keseluruhan dengan memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,27.

³⁵Risdianti Harun, “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa”(Skripsi Sarjana: Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi: Makassar 2016), h. 91.

Pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah, kontribusi pengaruh variabel pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah sebesar 18%. Sedangkan sisanya 82% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Hasil penelitian membuktikan bahwa pengaruh pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan terhitung 4,144.

Relevansi penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama meneliti keterkaitan atau hubungan antara variabel yang satu dengan yang lainnya, metode ini disebut metode kuantitatif. Dapat dilihat perbedaan signifikan terhadap fokus penelitian diantara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini. Penelitian terdahulu terfokus pada obyek penelitian Pelayanan *Customer Service* (X1) dan terhadap Kepuasan Nasabah (Y1), berbeda dengan penelitian saat ini yang mana menghubungkan variabel Teller (X1) dan CS (X2) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y1). Kemudian, studi kasusnya pun berbeda. Peneliti sebelumnya meneliti kasus pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa, sedangkan penelitian saat ini meneliti pada Bank BNI Kantor Cabang Parepare. Perbedaan selanjutnya adalah peneliti sebelumnya menggunakan hanya 2 variabel yakni variabel X dan variabel Y, sedangkan penelitian saat ini menggunakan 3 variabel, yakni X1, X2 dan Y1.

3. Penelitian ketiga yang dilakukan oleh saudari Dian Novianti³⁶ dari Program Studi Perbankan Syariah dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk BTPN Wow! terhadap Minat Menabung (Studi PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare). Dengan hasil penelitian:

³⁶Dian Novianti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk BTPN Wow! Terhadap Minat Menabung (Studi PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare)”(Skripsi Sarjana: Jurusan Syariah, Perbankan Syariah: Parepare 2017)., h. 80.

Dari hasil perhitungan regresi linear, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan yakni variabel X_1 sebesar 0,542 terhadap minat menabung dalam hal ini dimana variabel Y (minat menabung) berpengaruh signifikan positif. Hal ini kualitas pelayanan yang diterapkan pada masing-masing karyawan maupun agen-agen BTPN Wow! Dapat menciptakan dan meningkatkan minat menabung nasabah.

Berdasarkan pada perhitungan regresi linear dengan hasil yang menunjukkan variabel X_2 (produk BTPN Wow!) sebesar 0,133 tidak berpengaruh signifikan positif terhadap variabel Y (minat menabung). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa produk BTPN Wow! terhadap minat menabung bukan menjadi pertimbangan utama bagi nasabah untuk menabung.

Faktor yang lebih dominan diantara kualitas pelayanan dan produk BTPN Wow! dari hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang sangat berpengaruh dominan terhadap minat menabung.

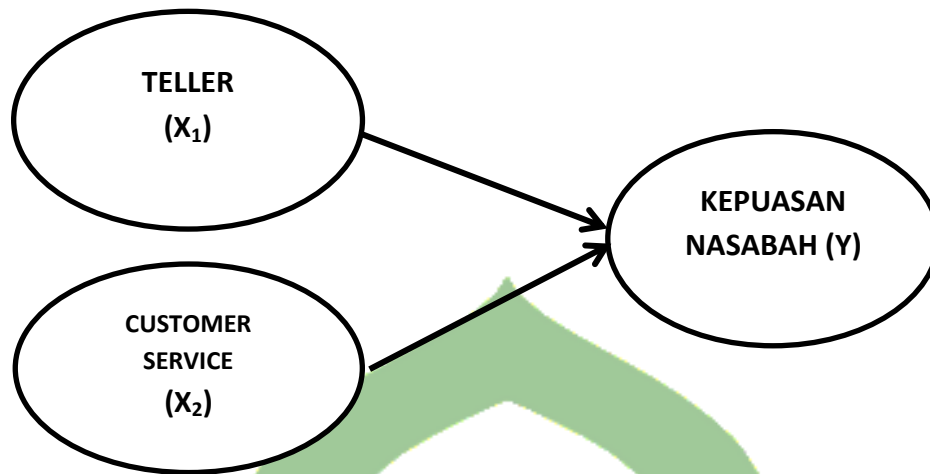
Relevansi penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah sama-sama meneliti keterkaitan atau hubungan antara variabel yang satu dengan yang lainnya, metode ini disebut metode kuantitatif. Dapat dilihat perbedaan signifikan terhadap fokus penelitian diantara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini. Penelitian terdahulu terfokus pada obyek penelitian Kualitas Produk (X_1) dan Produk BTPN Wow (X_2) terhadap Minat Menabung (Y_1), berbeda dengan penelitian saat ini yang mana menghubungkan variabel Teller (X_1) dan CS (X_2) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y_1). Kemudian, studi kasusnya pun berbeda. Peneliti sebelumnya meneliti kasus di PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare, sedangkan penelitian saat ini meneliti pada Bank BNI Kantor Cabang Parepare.

2.3 Bagan Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah penjelasan terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan kita. Kerangka berpikir disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian relevan. Kerangka berpikir merupakan arguentasi kita dalam merumuskan hipotesis, dengan memakai pengetahuan ilmiah sebagai premis-premis dasarnya. Kerangka berpikir adalah buatan kita sendiri (bukan buatan orang lain), yaitu cara kita dalam merumuskan hipotesis. Argumentasi itu harus analisis, sistematis, dan menggunakan teori yang relevan.³⁷



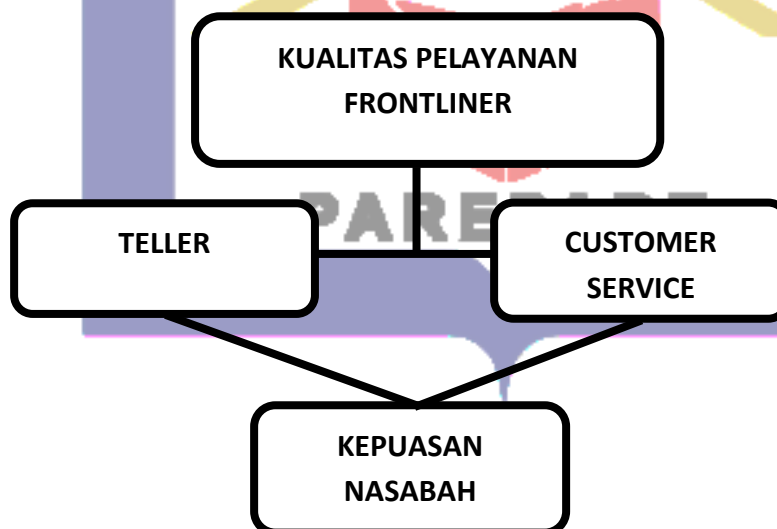
³⁷Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Cet I (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), h. 38



Gambar 1.1 Bagan Kerangka Konseptual

No	Variabel	Independen	Dependen
1	X ₁	Teller	
2	X ₂	Customer Service	
3	Y		Kepuasan nasabah

Tabel 1.1 Tabel Variabel



Gambar 1.2 Bagan Kerangka Pikir

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 H_1 : variabel kualitas pelayanan frontliner yaitu *Teller* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BNI parepare.

2.4.2 H_2 : variabel kualitas pelayanan frontliner yaitu *Customer Servis* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BNI parepare.

2.4.3 H_3 : variabel kualitas pelayanan Teller paling dominan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank BNI Parepare.

2.5 Definisi Operasional Antar Variabel

Kualitas pelayanan ini dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan tamu atau konsumen. Jenis kualitas pelayanan yang baik adalah jenis pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Namun jika pelayanan ini dapat melampaui harapan konsumen, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat berkualitas atau sangat memuaskan. Sedangkan jenis kualitas pelayanan yang buruk adalah jenis pelayanan yang berada jauh di bawah standar atau tidak sesuai dengan ekspekstasi pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

2.5.1 Teller (X_1)

Teller adalah petugas Bank yang pekerjaan sehari-harinya berhadapan dengan nasabah dan masyarakat umum. Bank harus menyeleksi petugas yang akan ditunjuk sebagai Teller karena cara kerja, sikap dan tindak tanduk serta cara pelayanannya kepada nasabah dan masyarakat umum, secara tidak langsung mencerminkan keadaan

dan reputasi Bank.³⁸ Adapun indikator yang harus dilakukan oleh seorang teller diantaranya:

1. Seorang Teller yang baik harus datang tepat waktu sesuai jam masuk, memastikan semua perlengkapan berfungsi baik (alat penghitung uang, alat pengecek uang palsu bulpen, dan sebagainya).
2. Jika ada nasabah maka harus bersikap ramah, memberi greeting (selamat pagi/siang/sore, mengucapkan terima kasih jika sudah selesai), memberi senyum di awal dan akhir pertemuan.
3. Menjaga penampilan berbusana sesuai standar bank (meja kerja, baju rapi, rambut rapi, mengenakan ID card, dsb.)
4. Jika ada nasabah ingin setor/tarik tunai maka teller wajib menghitung uang, mengkonfirmasi jumlah uang kepada nasabah, melakukan perhitungan uang di depan nasabah
5. Melakukan pembayaran non tunai/tunai kepada nasabah yang bertransaksi non tunai/tunai di counter bank, dan melakukan update data transaksi di sistem komputer bank.
6. Setelah selesai proses setor/tarik tunai teller wajib memberikan slip kuitansi kepada nasabah yang dan menandatangani sebagai tanda tangan pengesahan.³⁹

2.5.2 Customer service (X₂)

Customer Service merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang bertugas sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin

³⁸Zulkifli Zaini dan Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan*, h. 3.

³⁹Sofyan Assauri, *Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction*, h. 28.

mendapatkan jasa-jasa pelayanan maupun produk produk bank sesuai dengan fungsinya. Adapun tugas dari seorang customer service dalam bank :

1. Memberikan penjelasan nasabah/calon nasabah atau investor mengenai produk-produk maupun syarat-syaratnya maupun tata cara prosedurnya.
2. Melayani pembukaan rekening giro dan tabungan sesuai dengan permohonan investor.
3. Melayani percetakan cek atau bilyet giro.
4. Melayani permintaan nasabah untuk melakukan memblokir, baik rekening giro maupun tabungan.
5. Melayani penutupan rekening giro atas permintaan investor sendiri karena ketentuan bank (yang telah disepakati investor) maupun karena peraturan Bank Indonesia.
6. Melayani permohonan penerbitan dan pencairan deposito berjangka dari investor.
7. Melayani investor yang butuh informasi tentang saldo dan mutasi rekeningnya.⁴⁰

Adapun indikator pelayanan *Customer Service* yang digunakan dalam penelitian adalah

1. Tersedianya sarana yang lengkap

Nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah salah satu yang paling diperhatikan adalah sarana yang dimiliki Bank Negara Indonesia cabang Parepare. Sarana adalah perlengkapan alat-alat yang digunakan dalam menunjang pelayanan secara operasional seperti computer, meja dan, kursi.

2. Tersedianya personil yang baik

⁴⁰Roselyne Hutabarat, *Practical Bank Letter Writing (Menulis Surat Perbankan Praktis)*, h. 163.

Kenyamanan nasabah juga tergantung dari petugas *Customer Service* yang melayaninya. Petugas harus ramah, sopan, dan menarik. Petugas juga harus memikat dan mengambil hati nasabah, sehingga semakin tertarik. Jadi sebelum menjadi seorang *Customer Service* harus melalui pelatihan-pelatihan khusus.

3. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Cepat dalam artian layanan yang diberikan harus sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu. Kemudian tepat yaitu pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.

4. Mampu berkomunikasi dengan bahasa yang mudah dimengerti

Seorang *Customer Service* harus mampu berbicara kepada setiap nasabah dengan bahasa yang mudah dimengerti. Artinya tidak terlalu banyak menggunakan bahasa ilmiah.⁴¹

2.5.3 Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Untuk kepuasan nasabah terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan

⁴¹Ivonne Wood, *Layanan Pelanggan* (Jakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 6.

erat yaitu harapan nasabah terhadap kualitas layanan dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan.⁴²

Kualitas pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Namun tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, namun dapat dirasakan dan diingat. Dampaknya adalah konsumen dapat lebih aktif dalam proses mengkonsumsi produk dan jasa suatu perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas pelayanan.⁴³

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil.



⁴²Rachmad Hidayat, *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 2009- ced.petra.ac.id 9/04/2018 (11 November 2018).

⁴³Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi II (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011), h. 157.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian dan Desain Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan sumber data *field research* (penelitian lapangan). Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan deskriptif yaitu data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan. Dalam penelitian kuantitatif, penelitian berangkat dari teori menuju data, dan berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap teori yang digunakan.⁴⁴

Penelitian ini lebih ditekankan kepada penelitian lapangan dengan mengadakan di Parepare. Disamping sebagai karya ilmiah tidak terlepas mengadakan penelitian kepustakaan dengan cara melalui buku yang relevan dengan masalah yang diangkat.⁴⁵

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian penulis yaitu di Bank Negara Indonesia (BNI) Jl. Veteran No. 41 Parepare. Peneliti akan melakukan penelitian secara penuh dibagian *frontliner, customer service, teller*, dan nasabah bank. Penelitian ini menggunakan waktu ± 1 bulan.

3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksud untuk memberikan batasan hal-hal yang akan diteliti, dan juga berguna untuk memberikan arahan kepada peneliti untuk memilih data maupun teori yang sesuai dengan penelitian untuk menjawab rumusan masalah

⁴⁴Basrowi & Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Cet I (Jakarta: Rinneka Cipta, 2008), h. 122.

⁴⁵Sifuddinn Azwar, *Metodologi Penelitian*, Cet II (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000), h. 17.

yang ada. Maka fokus penelitian ini yaitu dibagian *frontliner*, *customer service*, *teller*, dan nasabah bank.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian adalah seluruh nasabah yang memiliki tabungan atau terdaftar dalam produk tabungan pada kantor Bank Negara Indonesia Kantor cabang Parepare. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel nasabah Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Parepare sebanyak 90 nasabah.

Dalam menentukan data yang akan diteliti teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non random sampling* yaitu pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik pengambilan dilapangan menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dilokasi penelitian yang menjadi nasabah di BNI Parepare. Rumus Regresi Linear Berganda $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$ dimana:

Y = Kepuasan Nasabah

X_1 = Teller

X_2 = Customer Service

α = Konstanta

β_1 dan β_2 = Regresi Linear

e = Standar error

3.5 Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek darimana data diperoleh. Dalam penelitian ini digunakan sumber data yang diperoleh dari data primer dan data sekunder.

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan yang bersumber langsung dari responden yang dikategorikan sebagai sampel penelitian yang merespon pertanyaan-pertanyaan dari peneliti.⁴⁶

Dalam penelitian yang dilakukan, sumber data utama peneliti adalah bersumber dari kumpulan data hasil wawancara yang dilakukan kepada nasabah Bank BNI Kantor Cabang Parepare yang menjadi responden/narasumber peneliti. Data hasil wawancara berupa jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tentang pelayanan *Teller* dan *Customer Service* serta kepuasan nasabah itu sendiri yang bertindak sebagai nasabah Bank BNI Kantor Cabang Parepare yang dituangkan oleh peneliti dalam angket wawancara merupakan data primer peneliti.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bersumber dari buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian, artikel, dan kepustakaan. Data sekunder dalam permasalahan ini diperoleh dari pengumpulan data melalui dokumentasi atau buku-buku ilmiah, dokumen-dokumen resmi.⁴⁷ Data sekunder memuat pembahasan penelitian terdahulu

⁴⁶Sugiyono, *Statistika Untuk Pelayanan* (Bandung: CV. Alfabeta, 2002).h 34

⁴⁷ Suharsimi Akurinto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi IV (Jakarta, PT. Rineka Cipta, 1998), h. 114.

dan referensi ilmiah yang terkait dengan penelitian yang dijelaskan oleh penulis dalam karya tersebut.⁴⁸

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini tentunya sebagai referensi teoritis, peneliti mengadopsi data dari beberapa buku yang berhubungan dengan teori kualitas pelayanan, pelayanan, manajemen syariah, perbankan, teori penelitian dan sebagainya sebagai sumber rujukan yang bersifat sekunder. Adapun yang akan menjadi penunjang dalam penyusunan hasil dalam penelitian ini yakni dari beberapa brosur, majalah kantor, catatan SOP Pelayanan BNI, ataupun hasil dokumentasi lainnya yang nantinya akan dilakukan dengan cara mengambil foto, video ataupun rekaman yang berhubungan dengan aktifitas CS, Teller maupun nasabahnya dalam wilayah pelayanan BNI Parepare.

3.6 Teknik Pengumpul Data

3.6.1 Observasi

Observasi yaitu peneliti melakukan pengamatan langsung pada masyarakat di lokasi penelitian tentang kontribusi pendapatan bagi hasil. Informasi yang didapat dalam observasi adalah pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian, atau peristiwa pada lokasi penelitian, observasi dilakukan untuk menyajikan gambaran realistik pelaku dan kejadian, menjawab pertanyaan, maupun membantu mengerti perilaku manusia.⁴⁹

⁴⁸ Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-aplikasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 191.

⁴⁹ Juliansyah Noor, *Metodologi penelitian*, Cet I, (Jakarta: Kencana, 2001). h. 140

3.6.2 Angket (*Kuesioner*)

Angket (*Kuesioner*) adalah tehnik pnengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden.⁵⁰

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mensistematisakan apa yang sedang diteliti dan mengatur hasil wawancara seperti apa yang dilakukan dan dipahami, supaya peneliti bisa menyajikan apa yang didapatkan dari informan. Pekerjaan analisis data dalam hal ini mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberikan kode dan mengategorikan data yang terkumpul baik dari catatan, lapangan, foto, atau dokumen berupa laporan.

Analisis data nantinya akan menarik kesimpulan yang bersifat khusus atau berangkat dari kebenaran yang bersifat umum mengenai suatu fenomena dan merealisasikan kebenaran tersebut pada suatu peristiwa atau data yang berisikan dengan fenomena yang bersangkutan. Pengelolaan data dalam penelitian lapangan berlangsung sejak proses pengumpulan data yang dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi data.⁵¹

3.7.1 Statistik Deskriptif

Statistic deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi seperti yang telah ada dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

⁵⁰Rachmat Kriyanto, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Cet II (Jakarta: Kencana, 2007).h 93

⁵¹Husain Usman & Purnomo setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, Cet VI, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h. 86

3.7.2 Analisis Korelasi Antar Variabel

Analisis korelasi dalam penelitian dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel. Selain itu, uji korelasi dilakukan jika peneliti mengambil populasi secara keseluruhan yang dijadikan sebagai sampel peneliti tanpa menggunakan ukuran besarnya sampel.

3.7.3 Kesimpulan Atau Verifikasi Data

Dari data yang dapat diperoleh, peneliti mencoba mengambil kesimpulan. Pada awalnya kesimpulan itu akan kabur, akan tetapi lama kelamaan semakin jelas karena data yang diperoleh semakin banyak dan mendukung. Verifikasi dapat dilakukan dengan singkat yaitu dengan cara mengumpulkan data baru.⁵²

Uji regresi linier berganda digunakan untuk pengujian terhadap ada tidaknya pengaruh atau hubungan atau variabel dalam penelitian ini. Model penelitian yang dikembangkan adalah $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$

Dimana :

Y : Kepuasan nasabah (variabel yang dependen atau nilai yang diprediksikan)

α : Konstanta (nilai yang tidak berubah)

X_1 : *Teller* (variabel independen atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen)

X_2 : *Costumer servis* (variabel independen atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen)

β_1 dan β_2 : Regresi Linear

e : Standar Error

⁵²Moh Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Cet II (Malang: UIN Maliki Press, 2010), h. 353

3.7.4 Uji T

Uji t adalah suatu tes statistic yang memungkinkan kita membandingkan dua skoe rata-rata, untuk menentukan propabilitas (peluang) bahwa perbedaan antara dua skor rata-rata merupakan perbedaan yang nyata bukan perbedaan yang terjadi secara kebetulan.⁵³ Pengujian variabel independen secara individu yang dilakukan untuk melihat signifikan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, maksudnya yakni apakah model regresi variabel independen (X_1 dan X_2) secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan hipotesis sebagai berikut:

$H_1 : \beta_1 \text{ dan } \beta_2 = 0$ atau koefisien β_1 dan β_2 tidak mempengaruhi Y

$H_2 : \beta_1 \text{ dan } \beta_2 \neq 0$ atau koefisien β_1 dan β_2 mempengaruhi Y

Dimana : P-Value < 0,05 maka H_0 diterima

P-Value > 0,05 maka H_0 ditolak

H_1 = Pelayanan Customer service dan Teller tidak mempengaruhi kepuasan nasabah

H_2 = Pelayanan Customer service dan Teller mempengaruhi kepuasan nasabah

3.7.5 Uji F

Uji F berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). serta untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Y) atau tidak.

⁵³Punaji Setyosari, *Metode Penelitian dan Pengembangan* (Jakarta : Kencana, Fajar Interpratama Offset,2010), h. 218.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Populasi dalam penelitian ini yakni nasabah Bank BNI Cabang Parepare dan metode yang digunakan adalah metode *Kuesioner* atau angket dengan memberikan kuesioner atau angket kepada nasabah.

Tabel 1.2
Sampel Data Nasabah

	Nama	Usia	Status	Alamat
	Muh. Yamin	40	Menikah	Alitta
	Rani	38	Menikah	Lembah Harapan
	Hasanuddin	34	Menikah	Alitta
	Rosheni	34	Menikah	Jl. Amal Bakti
	Hj. Mennung	50	Menikah	Alitta
	H. Bennung	51	Menikah	Alitta
	Kurnia Majid	29	Menikah	Cempae
	Nurwahyuni	37	Menikah	Cempae
	Nurlinda	27	Belum Menikah	Takkalao
	Darmawati	27	Belum Menikah	Jl. Amal Bakti
	Ahmad Gunawan	26	Belum Menikah	Pinrang
	Hj. Vivi Anggeryani	34	Menikah	Lapadde
	H. Unding	50	Menikah	Alitta
	Ramang	51	Menikah	Cempae
	Imudda	29	Menikah	Alitta

Nonneng	37	Menikah	Alitta
Indo Tang	40	Menikah	Alitta
Hj. Mindong	40	Menikah	Alitta
Hj. Fika	42	Menikah	Alitta
Hj. Neni	49	Menikah	Alitta
Rusman	46	Menikah	Pinrang
Hariswan	24	Belum Menikah	Pinrang
Patahuiddin	29	Belum Menikah	Pinrang
Kasni	31	Menikah	Kampung Baru
Mahmud Lomo	40	Menikah	Lapadde Mas
Puang Ratte	51	Menikah	Wekke'e
Ulla	29	Menikah	Wekke'e
Singkerru	37	Menikah	Wekke'e
Rusli	40	Menikah	Wekke'e
Sudi	40	Menikah	Wekke'e
Udis	26	Menikah	Wekke'e
Iskandar	49	Menikah	Wekke'e
Podding	46	Menikah	Wekke'e
Juse	37	Menikah	Wekke'e
Tambaba	29	Menikah	Wekke'e
Londongnge	37	Menikah	Wekke'e
Sarika	28	Menikah	Wekke'e
Utta	40	Menikah	Wekke'e
Mustakim	40	Menikah	Wekke'e

Basri	51	Menikah	Depan Lembaga
Rusli	29	Menikah	Wekke'e
Asibe	37	Menikah	Wekke'e
Aris	40	Menikah	Wekke'e
Ansar	40	Menikah	Wekke'e
Paming	42	Menikah	Lembah Harapan
Hj. Taria	49	Menikah	Lembah Harapan
Askin	46	Menikah	Depan Lembaga
Laco	37	Menikah	Wekke'e
Nawir	27	Belum Menikah	Wekke'e
Asi / H. Naga	37	Menikah	Wekke'e
Ari	26	Belum Menikah	Wekke'e
Tamrin	27	Belum Menikah	Wekke'e
Agussalim	25	Belum Menikah	Parepare
H. Sultan	49	Menikah	Jalur Dua
H. Made	46	Menikah	Blok A Perumnas
Simon, S.Pd	37	Menikah	Industri
Tamar / H. Sumpun	29	Menikah	Parepare
H. Marjang	37	Menikah	Bengkel Pare
Usman	24	Belum Menikah	Blok F Perumnas
Muh. Ali	25	Menikah	Blok H Perumnas
Safir	26	Belum Menikah	Perumahan PNS
Jumram	25	Belum Menikah	Wekke'e
Sangkui	25	Belum Menikah	Jl. Jendral Sudirman

Hj. Humaira	37	Menikah	Perumahan PNS
Awaluddin, S.E	40	Menikah	Blok H Perumnas
Namirah	24	Belum Menikah	Alitta
Hj. Annisa	49	Menikah	Lembah Harapan
Maemunah	46	Menikah	Alitta
Suyanto	26	Belum Menikah	Jl. Amal Bakti
Arman Maulana	29	Menikah	Jl. Jendral Sudirman
H. Baco	37	Menikah	Jl. Jendral Sudirman
Hj. Sanawati	40	Menikah	Jl. Jendral Sudirman
Abdur Rahman, S.Pdi	40	Menikah	Perumahan PNS
Abdul Muin	40	Menikah	Takkalao
Masita	24	Belum Menikah	Jl. Amal Bakti
Lukman Jayadi	42	Menikah	Pinrang
Abdul Kadir Syam	26	Menikah	Lapadde
Muhammad Syamsuddin, S.Pd	27	Belum Menikah	Perumahan PNS
Abd. Latif, S.Pdi	37	Menikah	Perumahan PNS
Sulfiani, S.E	29	Menikah	Wekke'e
Amiruddin, S.E	37	Menikah	Wekke'e
H. Muhamamd Amin, S.H	40	Menikah	Perumahan PNS
Nur Cahyani, S.E	40	Menikah	Blok H Perumnas
H. Laheng	40	Menikah	Lapadde
Miswar Dahlan	51	Menikah	Lembah Harapan
Ahmad Reza	29	Menikah	Lapadde
Gunawan	37	Menikah	Jl. Amal Bakti

Muh. Irhas Burhan	40	Menikah	Lapadde
Ahmad Helmi	27	Belum Menikah	Lapadde
Arham Saputra	26	Belum Menikah	Lapadde

4.1.1 Karakteristik Responden

Dari seluruh responden yang diteliti, maka responden-respon tersebut dapat dikategorikan karakteristiknya menurut kategori berikut :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	65	72.2	72.2	72.2
Perempuan	25	27.8	27.8	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Data di atas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 65 orang dengan persentase 72,2 % sedangkan perempuan berjumlah 25 orang dengan persentase 27,8% dan total keseluruhan responden sebanyak 90 orang.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 1.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Usia 20-30	28	31.1	31.1	31.1
Usia 30 ke atas	62	68.9	68.9	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Data di atas menunjukkan responden yang berusia 20-30 tahun sejumlah 28 orang dengan persentase 31,1% sedangkan responden yang berusia 30 tahun ke atas sejumlah 62 orang dengan persentase 68,9% dari total keseluruhan responden yakni 90 orang.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Tabel 1.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Menikah	75	83.3	83.3	83.3
Belum Menikah	15	16.7	16.7	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Data di atas menunjukkan bahwa dari 90 orang total responden, 75 orang di antaranya berstatus menikah dengan persentase 83,3% sedangkan 15 diantaranya dengan persentase 16,7% berstatus belum menikah.

4.2 Deskripsi Jawaban Responden

1. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Kualitas Pelayanan Teller (X1)

Tabel 1.6

Jawaban Responden Terkait Kualitas Pelayanan Teller (X1)

Kualitas Pelayanan Teller (X1)						
Responden	1	2	3	4	5	Total
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	5	5	22
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	4	20
6	5	4	4	5	5	23
7	5	5	5	4	4	23
8	5	5	5	5	5	25
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	3	3	18
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	4	4	20

14	3	3	3	4	4	17
15	4	4	5	4	4	21
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	3	3	3	17
18	4	4	5	5	5	23
19	4	4	4	4	4	20
20	4	3	3	4	4	18
21	4	4	4	5	5	22
22	4	4	4	5	5	22
23	4	5	5	5	5	24
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	5	5	5	23
26	4	4	4	5	5	22
27	4	4	4	4	4	20
28	4	3	3	3	3	16
29	4	4	4	4	4	20
30	4	5	5	5	5	24
31	4	4	4	4	4	20
32	5	5	5	5	5	25
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	3	3	3	17
35	4	4	4	4	5	21
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20

38	5	5	4	4	4	22
39	4	4	4	4	4	20
40	4	5	4	5	4	22
41	5	5	5	5	5	25
42	5	5	5	5	5	25
43	4	4	4	4	4	20
44	4	5	5	5	4	23
45	5	5	5	5	5	25
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	5	5	5	5	5	25
49	4	4	5	5	5	23
50	4	5	5	5	5	24
51	4	4	5	5	5	23
52	4	4	4	4	4	20
53	5	5	5	5	5	25
54	4	4	4	4	4	20
55	4	5	5	5	4	23
56	5	5	5	5	5	25
57	4	4	4	4	4	20
58	5	5	5	5	5	25
59	5	5	5	4	4	23
60	5	5	5	5	5	25
61	4	4	4	4	4	20

62	5	5	5	5	5	25
63	5	4	5	4	5	23
64	5	4	5	4	5	23
65	5	5	4	4	4	22
66	5	5	4	4	5	23
67	4	4	4	4	4	20
68	5	5	5	5	5	25
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	4	4	20
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	4	4	5	23
73	4	4	4	4	4	20
74	5	5	5	5	5	25
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20
77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	5	4	4	21
79	4	4	4	4	4	20
80	5	5	4	4	3	21
81	5	5	5	5	5	25
82	4	4	4	4	4	20
83	4	5	4	5	4	22
84	5	5	5	5	5	25
85	5	5	4	4	5	23

86	4	4	5	5	5	23
87	5	5	5	5	5	25
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	4	4	5	5	5	23

2. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Kualitas Pelayanan CS (X2)

Tabel 1.7

Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Kualitas Pelayanan CS (X2)

Kualitas Pelayanan CS (X2)						
Responden	1	2	3	4	5	Total
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	5	21
4	4	4	5	5	5	23
5	5	5	4	5	5	24
6	5	5	5	5	5	25
7	5	4	3	3	4	19
8	5	5	5	5	4	24
9	5	5	4	4	4	22
10	4	4	5	5	5	23
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	5	5	5	23
13	4	4	4	4	4	20

14	3	3	4	4	4	18
15	4	5	5	5	5	24
16	5	5	5	5	5	25
17	3	3	4	4	4	18
18	4	5	4	5	5	23
19	4	4	5	5	5	23
20	5	5	4	5	5	24
21	5	5	3	3	3	19
22	5	5	4	4	5	23
23	5	5	5	5	5	25
24	4	4	4	4	4	20
25	5	5	5	5	5	25
26	5	5	4	4	4	22
27	4	5	5	5	5	24
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	4	4	20
31	5	5	5	5	5	25
32	5	5	5	5	5	25
33	5	5	5	5	5	25
34	5	5	5	4	4	23
35	5	5	5	5	5	25
36	4	4	5	5	5	23
37	5	5	5	5	5	25

38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	4	20
40	5	5	4	4	4	22
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	5	5	5	5	5	25
44	4	4	5	5	5	23
45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	4	4	5	23
47	5	4	4	4	5	22
48	4	4	5	5	5	23
49	5	5	4	4	5	23
50	4	4	4	4	4	20
51	5	5	5	5	5	25
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	5	5	4	5	5	24
55	5	5	5	5	5	25
56	4	4	3	3	3	17
57	5	5	5	5	5	25
58	5	5	5	5	5	25
59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	3	3	3	17
61	4	4	4	4	4	20

62	5	5	5	5	5	25
63	4	5	5	5	5	24
64	4	5	4	5	4	22
65	5	5	5	4	4	23
66	4	5	4	4	4	21
67	4	4	4	4	4	20
68	5	5	5	5	5	25
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	4	4	20
72	5	4	5	4	4	22
73	4	4	4	4	4	20
74	5	5	4	4	4	22
75	4	4	4	4	4	20
76	3	3	4	4	4	18
77	5	5	4	5	5	24
78	4	4	4	4	4	20
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	5	25
82	4	4	4	4	4	20
83	5	5	5	5	5	25
84	4	4	4	4	4	20
85	4	5	5	5	5	24

86	5	5	5	5	5	25
87	4	4	5	5	5	23
88	4	4	4	4	4	20
89	5	5	5	5	5	25
90	5	5	4	4	4	22

3. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait Minat Menabung (Y)

Tabel 1.8

Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Terkait kepuasan Nasabah (Y)

Responden	1	2	3	4	5	Total
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	5	21
6	5	4	4	3	3	19
7	4	4	4	4	4	20
8	3	3	4	4	4	18
9	4	3	3	3	4	17
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25
13	4	4	4	4	4	20

14	4	3	3	4	4	18
15	3	3	4	3	3	16
16	4	4	3	3	3	17
17	4	4	4	4	4	20
18	3	3	4	4	4	18
19	4	4	4	4	4	20
20	4	3	3	3	3	16
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	3	3	3	3	3	15
24	4	4	4	4	4	20
25	3	3	4	4	4	18
26	3	3	3	3	3	15
27	4	4	4	4	4	20
28	3	3	3	3	3	15
29	3	4	4	4	4	19
30	3	3	3	3	3	15
31	4	4	3	3	3	17
32	3	3	4	4	4	18
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	4	20
35	3	4	4	3	3	17
36	3	3	3	3	3	15
37	3	3	3	3	3	15

38	3	3	3	3	3	15
39	4	4	4	4	4	20
40	4	3	3	3	3	16
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	3	3	3	3	3	15
44	3	3	3	3	3	15
45	4	4	3	3	3	17
46	4	3	4	4	3	18
47	4	3	3	3	4	17
48	3	3	4	4	4	18
49	4	4	3	3	3	17
50	3	3	4	4	4	18
51	4	4	3	3	3	17
52	3	3	3	3	3	15
53	4	4	4	3	3	18
54	4	4	4	3	3	18
55	4	3	3	3	4	17
56	4	3	3	3	3	16
57	3	4	3	4	4	18
58	4	4	4	4	4	20
59	3	3	3	3	3	15
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20

62	4	4	4	4	4	20
63	4	5	4	3	3	19
64	4	3	3	3	3	16
65	4	4	4	4	4	20
66	3	3	3	3	3	15
67	4	4	4	4	4	20
68	3	3	3	3	3	15
69	4	4	3	3	3	17
70	4	4	4	4	4	20
71	3	3	3	3	3	15
72	4	3	3	3	4	17
73	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	4	4	20
75	4	3	4	4	4	19
76	3	3	3	3	3	15
77	3	3	3	3	3	15
78	4	3	3	3	3	16
79	4	3	3	3	4	17
80	4	4	4	3	3	18
81	3	3	3	3	3	15
82	4	4	3	3	3	17
83	5	4	4	4	4	21
84	3	3	3	3	3	15
85	4	3	4	3	3	17

86	4	3	4	3	4	18
87	4	4	4	3	3	18
88	3	3	3	3	3	15
89	4	4	4	4	4	20
90	4	4	4	4	4	20

4.3 Pengujian Instrumen Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Adapun hasil uji validitas dari setiap item pernyataan variabel dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 8 yakni sebagai berikut :

Tabel 1.9
Hasil Uji Validitas
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pelayanan Teller	21.81	2.331	90
Pelayanan CS	22.30	2.334	90
Kepuasan Nasabah	18.04	2.346	90
TOTAL_JAWABAN	62.16	4.234	90

Tabel 1.10
Hasil Uji Validitas
Correlations

		Pelayanan Teller	Pelayanan CS	Kepuasan Nasabah	TOTAL_JA WABAN
Pelayanan Teller	Pearson Correlation	1	.114	-.021	.602**
	Sig. (2-tailed)		.286	.844	.000
	N	90	90	90	90
Pelayanan CS	Pearson Correlation	.114	1	.049	.641**
	Sig. (2-tailed)	.286		.648	.000
	N	90	90	90	90
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	-.021	.049	1	.569**
	Sig. (2-tailed)	.844	.648		.000
	N	90	90	90	90
TOTAL_JAWAB AN	Pearson Correlation	.602**	.641**	.569**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90

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

Dasar pengambilan keputusannya dalam uji validitas adalah :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = Tidak valid

Tabel *descriptive statistics* di atas dapat dianalisis bahwa yang menjadi sampel ada 90 orang. Rata-rata jawaban skor pernyataan X1 sebesar 21,81 ; pernyataan X2 sebesar 22,30 ; pernyataan Y sebesar 18,04 sehingga totalnya sebesar 62,16.

Hasil uji validitas dari kelima butir pernyataan variabel pelayanan Teller diperoleh *Corrected Item total correlation* r_{hitung} (0.602) > r_{table} (0,270). Hal ini

berarti setiap butir pernyataan dari variable kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah)

Hasil uji validitas dari kelima butir pernyataan variabel pelayanan CS diperoleh *Corrected Item total correlation* r hitung (0.641) > r table (0,270). Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variable kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah)

Hasil uji validitas dari kelima butir pernyataan variabel pelayanan Teller diperoleh *Corrected Item total correlation* r hitung (0.569) > r table (0,270). Hal ini berarti setiap butir pernyataan dari variable kualitas pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (sah)

4.3.2 Uji Reliabilitas

Instrumen dalam penelitian ini dikatakan *reliable* atau handal apabila dipergunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama sehingga menghasilkan data yang sama. Untuk melakukan uji reliabilitas terhadap instrument penelitian adalah dengan menggunakan alpha cronbach yang mengelompokkan item-item menjadi dua atau beberapa belahan. Jika r hitung > nilai Kritis r tabel product moment maka data penelitian dianggap reliabel atau handal untuk. Adapun hasil uji reliabilitas dari setiap item pernyataan variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 10 di bawah ini.

Tabel 1.11
Hasil Uji Reabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	6

Dasar pengambilan keputusannya dalam uji validitas adalah :

Jika $\alpha > r \text{ tabel}$ = konsisten (handal)

Jika $\alpha < r \text{ tabel}$ = tidak konsisten

Data pada tabel di atas menunjukkan hasil analisis uji reliabilitas, dimana nilai Cronbach's alpha ($r \text{ hitung}$) dari 15 pernyataan. Dimana nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ 0,270. Hal ini berarti setiap pernyataan dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *reliable* karena nilai α 0,813 $>$ 0,270 .

Selanjutnya nilai cronbach alpha dari keseluruhan butir pernyataan dalam instrument penelitian diperoleh sebesar 0.813 yang menunjukkan tingkat konsistensi (kehandalan) dari instrument penelitian yang digunakan adalah sebesar 81,3 %. Artinya apabila kuisioner dalam penelitian ini akan digunakan secara berulang-ulang pada populasi akan memberikan nilai objektivitas, stabilitas, akurasi dan konsistensi yang tinggi untuk mengukur pengaruh pelayanan frontliner terhadap kepuasan nasabah.

4.4 Hasil Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh-pengaruh antara variable-variabel tersebut dalam penelitian ini digunakan alat regresi. Regresi menunjukkan hubungan antara variable-variabel yang satu dengan variable yang lain dimana variable yang satu

mempengaruhi variable yang lain. Analisis regresi linear digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap kepuasan nasabah. Adapun analisis yang digunakan peneliti, yakni sebagai berikut :

4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi berganda adalah pengembangan dari regresi sederhana, yaitu sama-sama alat yang digunakan untuk memprediksi permintaan di masa yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap variabel tak bebas.⁵⁴ Adapun hasil pengolahan data regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS yakni sebagai berikut :

Tabel 1.12

Hasil Perhitungan Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17.473	3.192		5.475	.000
Pelayanan Teller	-.027	.108	-.027	-.250	.803
Pelayanan CS	.052	.108	.052	.482	.631

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil tersebut diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

⁵⁴Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Kencana, 2013), h. 301.

$$Y = 17.473 + -.027X_1 + .052X_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Pelayanan *Teller*

X_2 = Pelayanan *Custoer service*

Dari persamaan diatas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta (a)

Nilai konstanta (*Constant*) sebesar 17.473 berarti minat menabung sebesar 17.473 poin apabila variabel kualitas pelayanan Teller dan Pelayanan CS dengan nol atau tidak ada.

2. Kualitas *Pelayanan Teller*

Koefisien Regresi X_1 (β_1) sebesar -.027 merupakan penaksir parameter variabel kualitas pelayanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah. Nilai ini menunjukkan apabila kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah meningkat 1 point, maka minat menabung nasabah akan meningkat sebesar -.027 dengan catatan tidak ada faktor lain yang mempengaruhi atau variabel lain konstan.

3. Kualitas *Pelayanan Customer service*

Koefisien Regresi X_2 (β_2) sebesar 0,52 merupakan penaksir parameter variabel kualitas pelayanan CS terhadap kepuasan nasabah. Nilai ini menunjukkan apabila pengaruh kualitas pelayanan CS terhadap kepuasan nasabah meningkat 1 point, maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,52 dengan catatan tidak ada faktor lain yang mempengaruhi atau variabel lain konstan.

Hasil regresi di atas perlu diuji untuk mengetahui baik tidaknya model yang digunakan dalam penelitian. Kemudian untuk mengetahui signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan pengujian-pengujian sebagai berikut, yaitu :

1. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 \text{ dan } \beta_2 = 0$ atau koefisien β_1 dan β_2 tidak mempengaruhi Y

$H_1 : \beta_1 \text{ dan } \beta_2 \neq 0$ atau koefisien β_1 dan β_2 mempengaruhi Y

Dimana : $P\text{-Value} < 0,05$ maka H_0 Ditolak

H_1 Diterima

$P\text{-Value} > 0,05$ maka H_0 Diterima

H_1 Ditolak

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Pelayanan Customer service dan Teller terhadap kepuasan nasabah

H_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Pelayanan Customer service dan Teller terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 1.13
Hasil Perhitungan Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17.473	3.192		5.475	.000
Pelayanan Teller	-.027	.108	-.027	-.250	.803
Pelayanan CS	.052	.108	.052	.482	.631

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Hasil pengolahan data parsial di atas diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 5.475 dengan signifikansi sebesar 0,000, karena $P\text{-Value} > 0,05$ H_0 Diterima. . Dengan demikian, tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Pelayanan Customer service dan Teller terhadap kepuasan nasabah

2. Pengujian Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Uji F berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 dan X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Serta untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen (Y) atau tidak.

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Pelayanan Customer service dan Teller terhadap kepuasan nasabah

H_1 = Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Pelayanan Customer service dan Teller terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 1.14
Hasil Perhitungan Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.519	2	.760	.135	.874 ^b
	Residual	488.303	87	5.613		
	Total	489.822	89			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Pelayanan CS, Pelayanan Teller

Dari tabel perhitungan uji statistik perhitungan simultan yang dilakukan maka diperoleh nilai F-hitung sebesar .135 dengan tingkat signifikansi 874 Karena P-Value > 0,05 maka H_0 Diterima atau dengan kata lain koefisien β_1 dan β_2 tidak mempengaruhi Y secara bersama sama sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi tidak dapat dipakai atau digunakan untuk memprediksi kepuasan nasabah.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mencari seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan secara keseluruhan variasi variabel independen. Koefisien determinasi mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap naik turunnya variasi nilai variabel independen.

Tabel 1.15
Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.056 ^a	.003	-.020	2.369	.003	.135	2	87	.874	1.592

a. Predictors: (Constant), Pelayanan CS, Pelayanan Teller

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan analisis diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar .003 artinya bahwa 3%% kepuasan pelayanan dipengaruhi oleh faktor Kualitas Pelayanan Teller dan Pelayanan CS. Sedangkan sisanya 97% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4. Korelasi Ganda (R)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel independen (X1 dan X2) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

0,00 – 0,199 = sangat rendah

0,20 – 0,399 = rendah

0,40 – 0,599 = sedang

0,60 – 0,799 = kuat

0,80 – 1,000 = sangat kuat

Tabel 1.16
Hasil Perhitungan Korelasi Ganda
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.056 ^a	.003	-.020	2.369	.003	.135	2	87	.874	1.592

a. Predictors: (Constant), Pelayanan CS, Pelayanan Teller

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel hasil uji regresi angka R sebesar 0, .056 Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang “sedang” antara variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y).

4.5 Pembahasan

Hasil pengujian secara simultan menunjukkan variabel kualitas pelayanan Teller dan Kualitas pelayanan *Customer Service* tidak berpengaruh bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. Pelayanan *Customer service* dan Teller tidak mempengaruhi kepuasan nasabah secara signifikan. Adapun pembahasan mengenai pengaruh variabel kualitas pelayanan Teller dan Kualitas pelayanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah yakni sebagai berikut :

4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Teller terhadap Kepuasan Nasabah

Pelayanan merupakan unsur yang paling penting dalam manajemen pemasaran. Pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang baik terhadap perusahaan. Pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada nasabahnya sehingga ada kemungkinan nasabah akan loyal kepada perusahaan. Teller memiliki peran yang sangat penting. Dalam melayani nasabah, Teller melakukan transaksi tunai dengan nasabah dan berhadapan langsung dengan nasabah, sehingga pelayanan yang baik sangat dianjurkan oleh Teller untuk memberikan kepuasan kepada nasabah yang akan bertransaksi tunai. Transaksi yang dilakukan baik transfer uang, kliring, pencairan dan sebagainya, dan semua yang dilakukan oleh Teller harus dengan teliti dan menyenangkan bagi nasabah yang datang.

Hasil pengujian secara parsial ini menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Pelayanan Teller terhadap kepuasan nasabah. Dibuktikan dengan nilai $(sig) = 0,803$ lebih besar dari probabilitas yakni $0,05$ atau $0,803 > 0,05$ dengan nilai kontribusi $b1 = -0.027$ atau -0.27% . Selanjutnya hasil pengujian secara simultan (bersama-sama) menunjukkan Tidak terdapat pengaruh

yang signifikan secara simultan antara Pelayanan *Customer service* dan *Teller* terhadap kepuasan nasabah, dibuktikan dengan nilai $0,135 > 0,05$.

4.5.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Kepuasan Nasabah

Customer service adalah suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa – jasa pelayanan maupun produk – produk bank. Sarana komunikasi pemasaran bank ini akan membangun hubungan dengan calon nasabah ataupun nasabah dan menjaga hubungan itu tetap baik. Hal ini tentu harus dilakukan karena menjaga hubungan yang baik dengan nasabah juga berarti menjaga citra bank. Antara *customer service* dengan nasabah akan berkomunikasi langsung atau secara tatap muka. Disini terjadi saling tukar – menukar pesan antara *customer service*. *Customer service* harus mendengarkan dengan baik, sehingga terjalin hubungan yang sangat akrab. Pemasaran bank memerlukan komunikasi untuk mendukung transaksi dengan menginformasikan, membujuk, mengingatkan dan membedakan produk bank lainnya.⁵⁵

Hasil pengujian secara parsial ini menunjukkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara Pelayanan CS terhadap kepuasan nasabah. Dibuktikan dengan nilai $(sig) = 0,631$ lebih besar dari probabilitas yakni $0,05$ atau $0,631 > 0,05$ dengan nilai kontribusi $b1 = 0,052$ atau 52% . Selanjutnya hasil pengujian secara simultan (bersama-sama) menunjukkan Tidak terdapat pengaruh yang signifikan

⁵⁵Yuniarta H. Hutabalian dan Johnny Samuel Kalangi, Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Di Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Politeknik, e-journal “Acta Diurna” Volume IV. No.3. Tahun 2015, <https://media.neliti.com/media/publications/90521-ID-none.pdf> (5 Janusari 2019)

secara simultan antara Pelayanan Customer service dan Teller terhadap kepuasan nasabah, dibuktikan dengan nilai $0,135 > 0,05$.

Sebagaimana yang telah dibahas sebelumnya mengenai kualitas pelayanan Teller dan kualitas pelayanan CS terhadap kepuasan nasabah dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel pelayanan Teller dan pelayanan CS terhadap kepuasan nasabah serta untuk mengetahui variabel manakah antara pelayanan Teller dan Pelayanan CS yang lebih dominan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian dengan pengujian keseluruhan jawaban atas responden yang diberikan kepada peneliti melalui angket menunjukkan bahwa kualitas pelayanan CS lebih dominan daripada kualitas pelayanan *Teller*. Setiap lembaga bank memiliki standar pelayanan yang baku, namun secara personaliti tidak semua karyawan mampu memenuhi kebutuhan nasabah. Teller ditekankan harus teliti berdasarkan SOP (Standar Operasional Perusahaan) sehingga dengan ketelitian Teller, maka tentunya membutuhkan waktu yang lama, terlebih lagi apabila nasabah bertransaksi dengan uang tunai dalam kuantitas yang besar, sebab merupakan tanggung jawab pribadi seorang Teller jika terdapat kesalahan penginputan jumlah nominal uang.

Customer Service memiliki tanggung jawab yang berbeda. CS tidak berhubungan langsung dengan uang/dana tunai, hal inilah yang membuat tugas dan tanggung jawab antara *Teller* dan CS berbeda, sehingga dalam pelayanannya CS cenderung tidak terlalu mementingkan ketelitian hanya saja memerlukan etika dalam berbicara yang lebih baik daripada *Teller*, sebab CS berhubungan langsung dengan nasabah seperti nasabah complain, dan menawarkan produk-produk kepada nasabah.

Perbedaan tugas dan wewenang antara Teller dan CS sehingga mendapatkan penilaian yang berbeda dari konsumen. Hasil penelitian di atas bahkan menunjukkan

bahwa pelayanan *Teller* dan CS tidak terjadi pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah, sehingga menurut peneliti bahwa ada factor lain yang menjadi penyebab kepuasan nasabah Bank BNI Cabang Parepare.

4.6 Analisis Manajemen Syariah

Manajemen syariah merupakan suatu pengelolaan sistem manajemen dengan menggunakan prinsip syariah. Adapun hasil penelitian yang telah dilakukan pada Bank BNI Cabang Parepare terhadap manajemen syariah yakni sebagai berikut :

1. Kejujuran

Jujur merupakan sikap yang ada pada diri manusia. Akan tetapi kebanyakan manusia sulit menerapkan sikap jujur pada dirinya, serta saat ini jarang sekali orang yang benar-benar jujur. Sikap jujur harus ditanamkan pada diri sendiri, dan harus mulai diterapkan pada usia dini. Menerapkan sikap jujur pada anak di usia dini sangatlah penting, karena dengan menerapkan kejujuran pada anak, akan membiasakan anak untuk berkata dan bersikap jujur.

Sikap jujur atau amanah merupakan salah satu sikap yang ada dan dimiliki nabi Muhammad SAW, nabi sendiri menerapkan kejujuran sejak beliau masih kecil. Bahkan pada saat nabi berdagang, beliau lebih mementingkan kejujuran di bandingkan dengan keuntungan. Bahkan dengan kejujuran nabi selalu mendapatkan keberkahan dan keuntungan yang tak terhingga. Karena dengan kejujuran pasti akan membuahkan hasil yang baik. Maka dari itu nabi selalu mencontohkan dan mengajarkan pada umatnya agar bersikap jujur dalam segala hal, baik dalam

perkataan atau pun perbuatan. Dalam islam sikap jujur sangat di anjurkan serta di utamakan. Karena kejujuran merupakan tolak ukur umat yang bertaqwa.⁵⁶

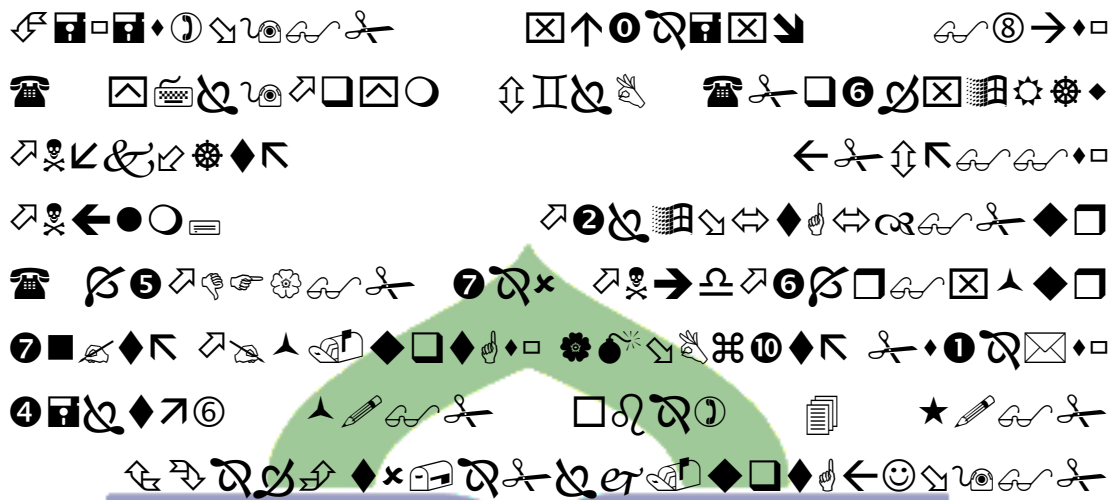
Hasil pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa sikap amanah dan tanggung jawab masih dipegang teguh oleh pihak Bank BNI Cabang Parepare, hal ini terbukti dengan adanya spanduk yang menempel di dinding yang menerangkan larangan tindakan *fraud*. *Fraud* adalah tindakan yang tidak bertanggung jawab atau dapat pula dikatakan sebagai tindakan yang seseorang yang suka meminta imbalan dari apa yang telah dilakukan terhadap seseorang, sehingga tindakan ini hampir mirip dengan sogok menyogok yang memanfaatkan kesenangan nasabah untuk mendapatkan keuntungan. Di sisi lain, nasabah yang merasa diberikan pelayanan yang baik dan dimudahkan urusannya oleh karyawan sehingga dengan perasaan senangnya ia akan menuruti keinginan karyawan, termasuk memberikan imbalan atas pekerjaannya.

Kejujuran menjadi sangat penting, apalagi dalam ajaran Islam sangat menganjurkan untuk setiap orang berlaku jujur, sebagaimana dalam Q.S Al-Maidah/5 : 8 yang berbunyi :



⁵⁶Nidaul Hasanah, Pentingnya Kejujuran, Blog

<https://www.kompasiana.com/nidaulhasanah/54f7c607a33311661b8b490b/pentingnya-kejujuran> (5 Januari 2019)



Terjemahnya :

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 ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.⁵⁸

Dalam pengamatan yang telah dilakukan peneliti, Bank BNI memiliki SOP (standar operasional perusahaan) dalam melayani setiap nasabah. Peneliti mengamati bahwa disetiap nasabah yang datang menghadap kepada Teller dan CS untuk mengajukan beberapa kebutuhan nasabah telah dilayani dengan baik dan penuh perhatian. Teller dan CS melayani nasabah dengan ramah sekaligus responsive, sehingga menurut peneliti, Bank BNI Cabang Parepare telah menerapkan manajemen berbasis syariah.

⁵⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an per Kata Warna* (Bandung: Cordoba, 2015)

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam Bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pada perhitungan regresi linear dengan hasil yang menunjukkan variabel Pelayanan *Teller* (X_1) sebesar -0,27 tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah, maka dapat ditarik kesimpulan pelayanan *Teller* bukan menjadi pertimbangan utama bagi kepuasan nasabah.
2. Berdasarkan pada perhitungan regresi linear dengan hasil yang menunjukkan variabel variabel Pelayanan *Customer service* (X_2) sebesar 0,052 tidak berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah, maka dapat ditarik kesimpulan pelayanan *Customer service* bukan menjadi pertimbangan utama bagi kepuasan nasabah.
3. Faktor yang lebih dominan diantara kualitas pelayanan *Teller* dan kualitas pelayanan *Customer Service* dari hasil penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan *Customer service* yang sangat berpengaruh dominan terhadap terhadap kepuasan nasabah.
4. Bank BNI telah menerapkan pelayanan yang komunikatif dan adil.

5.2 Saran

Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk meneliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- A Oka, Yoeti 2010, *Customer Sevice Cara Efektif Memuaskan Palanggan*, PT. Gelora Aksara.
- A. Usmara. 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Book.
- Arikunto Suharsimi 1998, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi IV. Cet II, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Assauri Sofyan 2003, *Customer Service Yang Baik, Landasan Pencapaian Customer Satisfaction*, Manajemen Usahawan Indonesia.
- Azwar Sifuddin. 2000. *Metodologi Penelitian Cet II*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basrowi & Suwandi 2008, *Memahami Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Cet I, Jakarta: Rinneka Cipta.
- D Dharmayanti-Jurnal Manajemen Pemasaran, 2006-Jurnalpemasaran.petra.ac.id
- Darmawan Indra. 1992, *Pengantar Uang dan Perbankan*, Edisi I Pt. Rineka Cipta.
- Deliarnov 2007, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Edisi V PT. Raja Grafindo Persada.
- Dendawijaya Lukman, *Manajemen Perbankan*, Cet II (Jl. Rancamaya, Ghalia Indonesia).
- Departemen Agama RI. 2015. *Al-Qur'an per Kata Warna*. Bandung: Cordoba.
- Departemen Pendidikan Nasional 2012, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cet.IV PT. Gramedia Utama.
- Harun Risdianti 2016, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah KCP Sungguminasa*" (Skripsi Sarjana: Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi: Makassar).
- Ikatan Bankir Indonesia 2014, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, Edisi I PT. Gramedia Pustaka utama.
- Ismail 2014, *Manajemen Perbankan*, Cet I, Kharisma P¹Zulkifli Zaini & Ikatan Bankir Indonesia *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, Cet.I Plaza Bapindo, Menara Mandiri.
- Jumiati 2017, "*Pengaruh Kualitas Produk dan Labelisasi Harga Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus di Alfa Midi Bau Massepe Parepare)*" (Skripsi Sarjana: Jurusan Syariah, Hukum Ekonomi Islam: Parepare)
- Kadir, Muhammad Abdul. 1986. *Hukum Perjanjian*. Bandung: Citra Aditya Bakri.
- Kadir, Muhammad Abdul. 1986. *Hukum Perjanjian*. Bandung: Citra Aditya Bakri.
- Kaihatu, Thomas Stefanus. 2008. "Analisis Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjangan Surabaya", Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 10, No. 1, Maret.

- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management*. Edisi Milenium. New Jersey: Prentice Hall Intl.
- Kriyanto Rachmat 2007, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Cet II (Jakarta: Kencana.
- Malayu S.P. Hasibuan 2007, *Manajemen (Dasar, Pengertian, Dan Masalah*.Cet VI Jakarta, Bumi Aksara.
- Moh Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Cet II Malang: UIN Maliki Press.
- Nawawi, Ismail. 2010. *Manajemen Strategik Sektor Publik: Teori, Model dan Pengantar Praktik*. Surabaya: Putra Media Nusantara.
- Noor Juliansyah 2001, *Metodologi penelitian*,Cet I, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Novianti Dian 2017, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk BTPN Wow! Terhadap Minat Menabung (Studi PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Parepare)*”(Skripsi Sarjana: Jurusan Syariah, Perbankan Syariah: Parepare)
- Prof. Dr. Hendrawan Supratikno 2010, *Ekonomi Nurani vs Ekonomi Naluri*,Cet I Yayasan Pustaka Obor Indonesia Jakarta.
- Rachmad Hidayat, *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*,2009- ced.petra.ac.id 9/04/2018
- Rivai Veithzal, Andria Permata Veithzal & Ferry N. Idroes 2007, *Bank and Financial Institution Management Convencional and Sharia System* Cet I, PT. Raja Grafindo Persada.
- Sagir Soeharsono 2009, *Ekonomi Indonesia Kapita Selekt*a, Cet I Kencana Prenada Media Group.
- Sinn, Ahmad Ibrahim Abu. 2006. *Manajemen Syariah Sebuah Kajian Historis dan Kontemporer*. Jakarta: RajaGrafindo..
- Sugiyono 2002, *Statistika Untuk Pelayanan*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Teuku Aliansyah, dkk. 2012. “*Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh*”. Jurnal Manajemen, Vol. 1, No. 1, November,
- Tjiptono Fandy 1998, *Manajemen Jasa*,Cet I Penerbit Andy, Yogyakarta.
- _____. 2007. *Strategi Pemasaran*, Edisi I Andi Offset Yogyakarta.
- _____. 2011, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi II, CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Usman Husain & Purnomo setiady Akbar 2006, *Metodologi Penelitian Sosial* Cet VI, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Zuriah Nurul 2007, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-aplikasi*, Jakarta: Bumi Aksara

LAMPIRAN





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE PAREPARE**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang Kota Parepare 91132 ☎ (0421)21307
Po Box : Website : www.iainparepare.ac.id Email: info.iainparepare.ac.id

Nomor : B 3330 /In.39/PP.00.9/12/2018

Lampiran : -

H a l : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.

Kepala Daerah KOTA PAREPARE

Cq. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah

di

KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE :

Nama	: TRY RAMDHANI
Tempat/Tgl. Lahir	: PAREPARE, 12 Januari 1997
NIM	: 14.2300.050
Jurusan / Program Studi	: Syariah dan Ekonomi Islam / Perbankan Syariah
Semester	: IX (Sembilan)
Alamat	: JL. AMAL BHAKTI, KEL. BUKIT HARAPAN, KEC. SOREANG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KOTA PAREPARE** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

" PENGARUH KUALITAS PELAYANAN FRONTLINER TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK. CABANG PAREPARE (ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **Desember** sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

03 Desember 2018

A.n Rektor

Wakil Rektor Bidang Akademik dan
Pembangunan Lembaga (APL)



Mary Djunaidix



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
Jln. Jend. Sudirman Nomor 76, Telp. (0421) 25250, Fax (0421) 26111, Kode Pos 91122
Email : bappeda@pareparokota.go.id; Website : www.bappeda.pareparekota.go.id
PAREPARE

Nomor : 050/1034/Bappeda
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Parepare, 13 Desember 2018
Yth. Pimpinan PT. Bank Negara
Indonesia (Persero) Tbk. Cabang
Parepare

Di -
Parepare

DASAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah Kota Parepare No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
5. Surat Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Nomor : B 3330/In.39/PP.00.9/12/2018 tanggal 3 Desember 2018 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka pada prinsipnya Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah kota Parepare) dapat memberikan Izin Penelitian kepada :

Nama : Try ramdhani
Tempat/Tgl. Lahir : Parepare / 01-12-1997
Jenis Kelamin : WANITA
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Amal Bakti, Kec. Soreang, Kota Parepare

Bermaksud untuk melakukan Penelitian/Wawancara di Kota Parepare dengan judul :
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN FRONTLINER TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK NEGARA
INDONESIA (PERSERO) TBK.CABANG PAREPARE

Selama : TMT 13-12-2018 S/D 18-01-2019
Pengikut/Peserta : Tidak Ada

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Instansi / Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan Data/ Penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan ilmiah.
3. Mentaati ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasilnya kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare)
5. Menyerahkan 1 (satu) berkas Foto Copy hasil "Penelitian" kepada Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare).
6. Kepada Instansi yang dihubungi mohon memberikan bantuan.
7. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian izin penelitian ini diberikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.



TEMBUSAN : Kepada Yth.
1 Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan Cq. Kepala BKB Sulsel di Makassar
2 Walikota Parepare di Parepare
3 Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare di Parepare
4 Saudara Try ramdhani
5 Arsip.

BNI

**BANK BNI
KANTOR CABANG PAREPARE**
Jl. Veteran, No 41 Parepare

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor :

Yang bertanda tangan di bawah ini Pimpinan Bank BNI Kantor Cabang Parepare,
menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Try Ramdhani
NIM : 14.2300.050
Jenis kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Lembah harapan, Soreang, Kota Parepare

Yang bersangkutan tersebut di atas benar telah mengadakan penelitian di Bank BNI
Cabang Parepare dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "PENGARUH KUALITAS
PELAYANAN *FRONTLINER* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK NEGARA
INDONESIA (PERSERO) TBK. CABANG PAREPARE".

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya dengan mengingat sumpah
jabatan dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.



Parepare, 16 Januari 2019

(*[Signature]*)
Pimpinan BNI Parepare

KUESIONER

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FRONTLINER* TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PT BANK NEGARA INDONESIA
(PERSERO) TBK. CABANG PAREPARE
(ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH)

Kepada Yth.

Responden

Saya Try Ramdhani Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Parepare, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam. Dengan ini melakukan penelitian dengan judul PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *FRONTLINER* TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK. CABANG PAREPARE (ANALISIS MANAJEMEN SYARIAH). Saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan tepat dan benar. Atas kesediaan dan partisipasinya, saya ucapkan banyak terimah kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

NAMA	
ALAMAT	
NO HP	

Variabel Customer Service (X₁)

No	Variabel Customer Service	SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan BNI (CS) menjelaskan tentang produk-produk maupun tata cara prosedurnya					
2	Karyawan BNI (CS) melayani pembukaan rekening giro dan tabungan sesuai dengan permohonan investor					
3	Karyawan BNI (CS) melayani percetakan cek atau bilyet giro					
4	Karyawan BNI (CS) melayani permintaan nasabah untuk melakukan pemblokiran, baik rekening giro maupun tabungan					
5	Karyawan BNI (CS) melayani penutupan rekening giro atas permintaan investor					

Variabel Teller (X₂)

No	Variabel Teller	SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan BNI (Teller) datang tepat waktu sesuai jam masuk dan memastikan semua perlengkapan berfungsi (alat penhitung uang, alat pengecek uang palsu, dsb)					
2	Karyawan BNI (Teller) jika ada nasabah bersikap ramah, memberi greeting (selamat pagi, siang, sore,					

	mengucapkan terimah kasih jika sudah selesai), memberi senyum diawal dan akhir pertemuan					
3	Karyawan BNI (Teller) menjaga penampilan berbusana sesuai standard Bank (rambut rapi, baju rapi, dan mengenakan ID card					
4	Karyawan BNI (Teller) jika ada setor/ tarik tunai menhitung uang dan mengkonfirmasi jumlah uang, dan melakukan perhitungan di depan nasabah					
5	Karyawan BNI (Teller) melakukan pembayaran non tunai/tunai kepada nasabah yang bertransaksi di counter Bank, dan melakukan update data transaksi di sistem computer Bank					

Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No	Variabel Kepuasan Nasabah	SS	S	N	TS	STS
1	Nasabah mempertimbangkan Bank BNI sebagai pilihan pertama dalam melakukan transaksi perbankan					
2	Nasabah menyampaikan informasi yang diketahui tentang Bank BNI kepada orang terdekat					
3	Nasabah merekomendasikan kepada pihak lain untuk menggunakan jasa Bank BNI untuk transaksi perbankan					
4	Nasabah mengatakan hal-hal positif kepada orang					

	lain tentang Bank kepada teman, kerabat, dan rekan bisnis					
5	Nasabah tetap melakukan kegiatan transaksi (menabung, menarik uang , dan pembayaran)					



Your temporary usage period for IBM SPSS Statistics will expire in 10 days.

GET

Your license will expire in 10 days.

FILE='D:\SKRIPSI\TRI RAMDANI\Untitled1 DATA TABULASI.sav'.

DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.

FREQUENCIES VARIABLES=Jenis_Kelamin Usia Status_Pernikahan
/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

[DataSet1] D:\SKRIPSI\TRI RAMDANI\Untitled1 DATA TABULASI.sav

Statistics

		Jenis_Kelamin	Usia	Status_Pernikahan
N	Valid	90	90	90
	Missing	0	0	0

Frequency Table

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	65	72.2	72.2	72.2
	Perempuan	25	27.8	27.8	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Usia 20-30	28	31.1	31.1	31.1
	Usia 30 ke atas	62	68.9	68.9	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

Status_Pernikahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menikah	75	83.3	83.3	83.3
	Belum Menikah	15	16.7	16.7	100.0
	Total	90	100.0	100.0	

CORRELATIONS
 /VARIABLES=X1 X2 Y TOTAL_JAWABAN
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /STATISTICS DESCRIPTIVES
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Pelayanan Teller	21.81	2.331	90
Pelayanan CS	22.30	2.334	90
Kepuasan Nasabah	18.04	2.346	90
TOTAL_JAWABA	62.16	4.234	90
N			

Correlations

		Pelayanan Teller	Pelayanan CS	Kepuasan Nasabah	TOTAL_JAW ABAN
Pelayanan Teller	Pearson Correlation	1	.114	-.021	.602**
	Sig. (2-tailed)		.286	.844	.000
	N	90	90	90	90
Pelayanan CS	Pearson Correlation	.114	1	.049	.641**
	Sig. (2-tailed)	.286		.648	.000
	N	90	90	90	90
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	-.021	.049	1	.569**
	Sig. (2-tailed)	.844	.648		.000
	N	90	90	90	90
TOTAL_JAWABA N	Pearson Correlation	.602**	.641**	.569**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90

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

RELIABILITY

```

/VARIABLES=X1 X2 Y TOTAL_JAWABAN
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	90	100.0

Excluded ^a	0	.0
Total	90	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.695	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Pelayanan Teller	21.81	2.331	90
Pelayanan CS	22.30	2.334	90
Kepuasan Nasabah	18.04	2.346	90
TOTAL_JAWABA	62.16	4.234	90

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
124.31	71.722	8.469	4

REGRESSION

```

/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA CHANGE
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2
/SCATTERPLOT=(*ZPRED ,Y)
/RESIDUALS DURBIN

```

/CASEWISE PLOT(ZRESID) OUTLIERS(3).

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan Nasabah	18.04	2.346	90
Pelayanan Teller	21.81	2.331	90
Pelayanan CS	22.30	2.334	90

Correlations

		Kepuasan Nasabah	Pelayanan Teller	Pelayanan CS
Pearson Correlation	Kepuasan Nasabah	1.000	-.021	.049
	Pelayanan Teller	-.021	1.000	.114
	Pelayanan CS	.049	.114	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan Nasabah	.	.422	.324
	Pelayanan Teller	.422	.	.143
	Pelayanan CS	.324	.143	.
N	Kepuasan Nasabah	90	90	90
	Pelayanan Teller	90	90	90
	Pelayanan CS	90	90	90

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
-------	-------------------	-------------------	--------

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of	Change Statistics
-------	---	----------	------------	---------------	-------------------

			Square	the Estimate	R Square	F Change	df1	df2	S
1	.056 ^a	.003	-.020	2.369	.003	.135	2	87	.8

a. Predictors: (Constant), Pelayanan CS, Pelayanan Teller

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.519	2	.760	.135	.874 ^b
	Residual	488.303	87	5.613		
	Total	489.822	89			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Pelayanan CS, Pelayanan Teller

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.473	3.192		5.475	.000
	Pelayanan Teller	-.027	.108	-.027	-.250	.803
	Pelayanan CS	.052	.108	.052	.482	.631

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

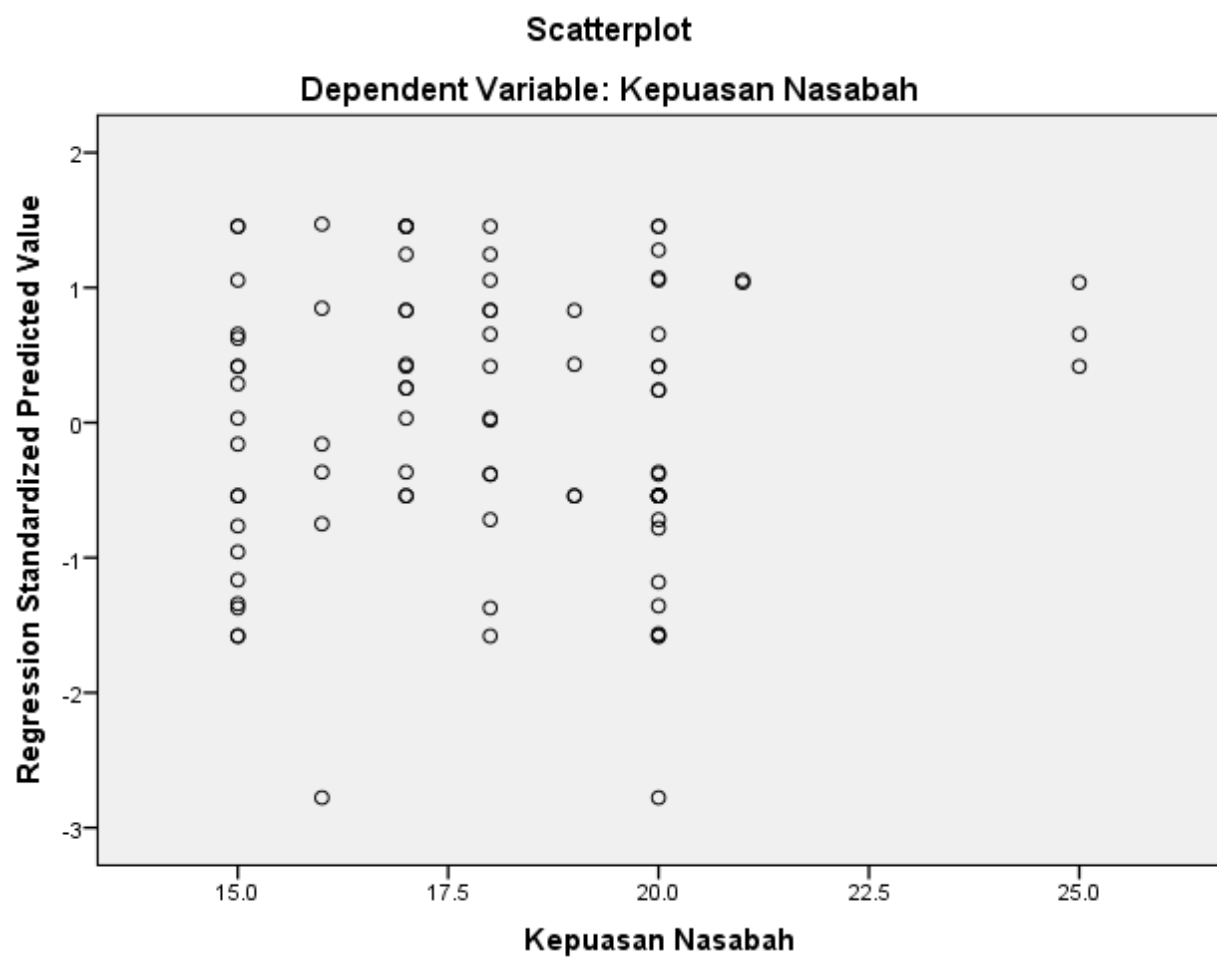
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	17.68	18.24	18.04	.131	90
Residual	-3.234	6.901	.000	2.342	90
Std. Predicted Value	-2.778	1.470	.000	1.000	90
Std. Residual	-1.365	2.913	.000	.989	90

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah



Charts





RIWAYAT HIDUP PENULIS



Try Ramdhani Rachmat, lahir di Parepare tanggal 12 Januari 1997, anak pertama dari 2 bersaudara. Anak dari pasangan Bapak Alm. Rachmat Razak dan Ibu Rosneni. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Kini penulis beralamat di jln.Amal bakti, Kecamatan Soreang, Kota Parepare, Provinsi Sulawesi Selatan.

Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2002 lulus dari TK Soreang Indah, tahun 2008 lulus dari SDN 82 Parepare, tahun 2011 lulus dari SMPN 2 Parepare. Kemudian pada tahun 2014 menyelesaikan pendidikan di SMAN 3 Parepare.

Selama di bangku sekolah, penulis pernah mengikuti beberapa organisasi diantaranya SD mengikuti organisasi pramuka, SMP mengikuti ekstrakurikuler seni, SMA pernah mengikuti organisasi Paskibraka sekolah. Selanjutnya penulis melanjutkan studi pada tingkat perguruan tinggi di IAIN Parepare pada tahun 2014. Di IAIN Parepare penulis pernah mengikuti organisasi ANIMASI (Aliansi Mahasiswa Seni). Dan pada semester akhir tahun 2018 penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Frontliner* Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.CabangParepare (Analisis Manajemen Syariah).