



**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
NASABAH PADA PT. BPRS AMANAH UMMAH LEUWILIANG
BOGOR**

Skripsi

Dibuat Oleh :

Dede Sulaeman

0211 12 331

FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR

2017

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
NASABAH PADA PT. BPRS AMANAH UMMAH LEUWILIANG
BOGOR**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Mencapai Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi,

(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA)

Ketua Program Studi,

(Herdiyana, SE., MM)

**HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN
NASABAH PADA PT. BPRS AMANAH UMMAH LEUWILLANG
BOGOR**

SKRIPSI

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari: Rabu Tanggal: 07 / Februari / 2018

Dede Sulaeman
021112331

Menyetujui,

Dosen Penguji




(Oktor Kiswati Zaini, MM., SE.)

Ketua Komisi Pembimbing.



(Hj. Dra. Sri Hartini, M.M)

Anggota Komisi Pembimbing.



(Yuany Farradia, Ir., M.Sc)

ABSTRAK

DEDE SULAEMAN, NPM 021112331, Program Studi Manajemen, Konsentrasi Pemasaran, Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah Pada PT. BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor. Ketua Komisi Pembimbing SRI HARTINI dan Anggota Komisi Pembimbing YUARY FARRADIA, Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

PT. BPRS Amanah Ummah adalah salah satu perbankan syariah di Indonesia yang resmi beroperasi sejak bulan Agustus 1992. Seperti perusahaan lain pada umumnya yang selalu berusaha mempertahankan keunggulan bersaingnya. PT. BPRS Amanah Ummah memberikan biaya administrasi yang terjangkau, menyediakan produk dan jasa syariah yang saling menguntungkan dengan nasabahnya. Pada dasarnya jika kualitas pelayanan baik maka nasabah akan merasa puas. Nasabah puas ditinjau oleh banyaknya jumlah nasabah dan ditinjau dari semakin berkurangnya keluhan nasabah. Faktanya pada PT. BPRS Amanah Ummah mengalami penurunan jumlah nasabah pada tahun 2016 serta meningkatnya jumlah keluhan pada tahun 2016. Itu diduga karena adanya penurunan kualitas pelayanan yang mengakibatkan nasabah tidak merasa puas.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan PT. BPRS Amanah Ummah, untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah pada PT. BPRS Amanah Ummah, untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) dengan kepuasan nasabah pada PT. BPRS Amanah Ummah. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan yang di berikan dan diharapkan dapat mengidentifikasi berbagai faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPRS Amanah Ummah, sehingga dapat menerapkan strategi yang tepat untuk semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan data Primer dan Sekunder. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara, Metode pengolahan atau analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, tanggapan total responden, rank spearman, dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS 24.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 nasabah PT. BPRS Amanah Ummah, secara keseluruhan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada setiap indikator sudah dilaksanakan dengan baik. Dengan hasil sebesar 60,8% menjawab baik terhadap kualitas pelayanan dan 60,59% menjawab puas terhadap kepuasan nasabah. Terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah terbukti dari nilai $r = 0,889$ yang menandakan hubungan yang tinggi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Nilai Koefisien Determinasi sebesar 79,03% yang berarti kontribusi variabel kualitas pelayanan atau sumbangan variabel hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah cukup kuat.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah.

KATA PENGANTAR

Bismilahirrohmanirrohim

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Berkat rahmat karunia serta taufiq dan hidayahnya yang telah dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulisan skripsi ini dapat terwujud. Shalawat beserta salam kita panjatkan semoga senantiasa terlimpah curahan kepada Nabi Muhammad SAW kepada keluarganya, sahabatnya, dan kita selaku umatnya mudah-mudahan mendapatkan syafa'at nanti di akhir jaman. Amin.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan keberhasilan saya semoga mereka menjadi orang tua yang disayangi Allah SWT.

Penulis meminta maaf apabila isinya kurang sempurna. Hal ini disebabkan karena adanya keterbatasan pada diri penulis. Dengan demikian penulis mengharapkan adanya kritikan dari semua pihak, tetapi kritikan tersebut yang sifatnya membangun demi terwujudnya suatu kesempurnaan pada skripsi ini.

Adapun judul dari skripsi ini adalah "Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah Pada PT. BPRS Amanah Ummah". Penulis berkeyakinan bahwa skripsi ini tidak mungkin diselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak dalam proses penyusunannya.

Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan Terima Kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr.H. Bibin Rubini, M.Pd selaku Rektor Universitas Pakuan.
2. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan semangat dan motivasi sehingga selesai skripsi ini.
3. Bapak Herdiyana SE., MM selaku ketua jurusan ekonomi manajemen, yang telah memberikan kemudahan sehingga selesainya skripsi ini.
4. Ibu Hj. Dra. Sri Hartini. MLM selaku Dosen Pembimbing satu, yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan dengan penuh perhatian serta kesabaran, sehingga skripsi ini dapat terwujud sesuai dengan waktu yang telah direncanakan.
5. Ibu Yuany Farradia, Ir., M.Sos selaku dosen pembimbing dua, yang telah berjasa kepada penulis sehingga skripsi ini selesai.
6. Teman-teman Fakultas Ekonomi Khususnya Jurusan Manajemen Kelas II Tahun 2012 Serta Teman-Teman Konsentrasi Manajemen Pemasaran 2012, atas dukungan dan kebersamaanya saya ucapkan terimakasih.
7. Seluruh Dosen, Staff dan Karyawan Jurusan Ekonomi Universitas Pakuan, atas segala litu, bantuan dan bimbingannya sampai penulis selesai menyusun tugas akhir ini.

8. Kepada adik-adik saya Siti Amanah dan Muhammad Fazri yang selalu mendoakan dan memotivasi bagi penulis dalam proses pembuatan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
9. Kepada sahabat terdekat saya Puji Hariadi, S.E. yang telah memberikan semangat dan dukungannya dalam penyusunan skripsi ini.
10. Kepada teman kosan Alif dan Syarip yang selalu memotivasi dan mendoakan dalam penyusunan skripsi ini
11. Kepada Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Kepada semuanya itu kiranya bisa mengucapkan dan memohon agar Allah SWT membalas amal dan kebijakan yang telah diberikan dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi segenap pembaca khususnya keluarga besar Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

Bogor, April 2017

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	4
1.2.1. Identifikasi Masalah	4
1.2.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1. Maksud Penelitian	5
1.3.2. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian	5
1.4.1. Kegunaan Teoritis	5
1.4.2. Kegunaan Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran Jasa	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran Jasa	7
2.1.2. Karakteristik Jasa	7
2.1.3. Strategi Pemasaran	9
2.2. Kualitas Pelayanan	9
2.2.1. Pengertian Pelayanan	9
2.2.2. Pengertian Kualitas Pelayanan	10
2.2.3. Dimensi Kualitas Pelayanan	11
2.2.4. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan	17
2.2.5. Model Kualitas Pelayanan	19
2.2.6. Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan	20
2.3. Kepuasan Konsumen	21
2.3.1. Pengertian Kepuasan	21
2.3.2. Faktor Ketidak Puasan Pelanggan	22
2.3.3. Faktor Yang Menentukan Tingkat Kepuasan	23
2.3.4. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	25
2.3.5. Model Kepuasan Konsumen	27

2.3.6. Strategi Kepuasan Konsumen	28
2.4. Penelitian Sebelumnya	30
2.5. Kerangka Pemikiran	32
2.6. Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	35
3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	35
3.2.1. Objek Penelitian	35
3.2.2. Unit Analisis	35
3.2.3. Lokasi Penelitian	35
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian	35
3.4. Operasionalisasi Variabel	36
3.5. Metode Penarikan Sampel	37
3.6. Metode Pengumpulan Data	37
3.7. Metode Pengolahan dan Analisis Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	41
4.1.1. Sejarah Bank PT. BPRS Amanah Ummah	41
4.1.2. Lokasi Penelitian	42
4.1.3. Struktur Organisasi	42
4.2. Karakteristik Responden	45
4.3. Pembahasan	48
4.3.1. Kualitas Pelayanan PT. BPRS Amanah Ummah	48
4.3.2. Kepuasan Nasabah PT. BPRS Amanah Ummah	70
4.3.3. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan	92
4.4. Interpretasi Hasil Penelitian	93
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	94
5.2. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	
JADWAL PENELITIAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1. Data Perkembangan Jumlah Nasabah PT BPRS Amanah Ummah	2
Tabel 2. Data Jumlah Keluhan Nasabah PT BPRS Amanah Ummah	3
Tabel 3. Penelitian Sebelumnya.....	30
Tabel 4. Operasional Variabel	36
Tabel 5. Skala Linkert Pelayanan	37
Tabel 6. Skala Linkert Kepuasan	38
Tabel 7. Uji validitas	39
Tabel 8. Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 9. Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 10. Umur Responden	46
Tabel 11. Pendidikan Terakhir Responden.....	47
Tabel 12. Pekerjaan Responden.....	48
Tabel 53. Hasil Rata-Rata Kualitas Pelayanan	69
Tabel 94. Hasil Rata-Rata Kepuasan Nasabah	90
Tabel 96. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah	92

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1. Model Konseptual SERVQUAL.....	14
Gambar 2. Konstelasi Pemikiran	34
Gambar 3. Struktur Organisasi PT. BPRS Amanah Ummah.....	42
Gambar 4. Jenis Kelamin Responden.....	45
Gambar 5. Umur Responden.....	46
Gambar 6. Pendidikan Terakhir Responden	47
Gambar 7. Pekerjaan Responden.....	48

DAFTAR LAMPIRAN

**Lampiran 1. Kuesioner Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah
Pada PT. BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor.**

Lampiran 2. Jawaban Responden

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Jasa perbankan yang mempunyai fungsi sebagai *Intermediary Service* adalah sangat penting dalam pembangunan ekonomi suatu Negara. Jasa perbankan memiliki dua tujuan yaitu sebagai penyedia mekanisme dan alat pembayaran yang efisien bagi nasabah serta sebagai fasilitas untuk meningkatkan arus dana untuk investasi dan pemanfaatan yang lebih produktif. Perkembangan dunia perbankan di Indonesia telah menimbulkan persaingan yang sehat diantara bank pemerintah, swasta maupun asing dalam hal menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat.

Pelayanan kepada nasabah dalam dunia jasa perbankan menjadi suatu hal yang vital. Hal ini mengingat sifat jasa yang salah satunya adalah tidak berwujud (*intangible*) dan memerlukan umpan balik (*feed back*) untuk menilai kualitas pelayanannya. Umumnya para nasabah bersifat terbuka dan ada kecenderungan untuk meminta dilayani dengan ramah, tepat pada sasaran dan cepat. Oleh karena itu kepuasan dari pelayanan yang berkualitas merupakan suatu syarat yang penting yang harus dimiliki suatu bank dalam mencari dan mempertahankan kepuasan dan loyalitas nasabahnya. Pihak bank harus memperkenalkan berbagai macam produk dan jasa baru kepada nasabah atau calon nasabah dengan disertai keanekaragaman keunggulan berikut fasilitas produk dan jasanya, seperti tabungan berhadiah, kartu ATM, *mobile banking*, *internet banking*, *sms banking* dan lain sebagainya. Tampaknya pihak bank juga semakin menyadari bahwa produk dan jasa baru harus ditunjang dengan pemberian suatu tingkat layanan prima, dimana kesemua itu semata-mata dilakukan untuk memenuhi kebutuhan nasabah (Kasmir, 2008:54).

Pujawan (2010:97) mendefinisikan kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja actual pelayanan yang terdapat 2 aktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima).

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. (Tjiptono, 2007:81). Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan dan inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk (Tjiptono, 2007:68).

Menurut Kotler (2012:499) untuk menentukan penentu mutu jasa itu ada 5 dimensi/atribut *super quality*. Kelimanya disajikan secara berurut berdasarkan tingkat kepentingannya, diantaranya : *Tangible* (bukti nyata) yang meliputi fisik, perlengkapan, pegawai, dan saran komunikasi. *Empathy* (empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. *Reliability* (keandalan) meliputi kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. *Responsiveness* (daya tanggap) meliputi kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan dengan tanggap. *Assurance* (jaminan) meliputi kemampuan dan keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan dan keamanan.

Kualitas pelayanan dalam dunia perbankan menjadi satu hal yang harus diperhatikan, termasuk oleh bank syariah yang saat ini sedang berkembang pesat. Berdasarkan data Bank Indonesia, statistik perbankan syariah sampai dengan bulan oktober 2016 industri perbankan syariah telah mempunyai jaringan sebanyak 13 Bank Umum Syariah (BUS), 21 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 164 BPRS, dengan total jaringan kantor mencapai 1.885 kantor yang tersebar di hampir seluruh penjuru nusantara. Total aset perbankan syariah mencapai Rp331.005 triliun (BUS & UUS Rp241.629 triliun dan BPRS Rp3,7 triliun) atau tumbuh sebesar 20% dari posisi tahun sebelumnya.

Semakin berkembangnya perbankan syariah di Indonesia melahirkan banyak BUS, UUS maupun BPRS untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Salah satunya ialah PT BPRS Amanah Ummah yang bertempat di Leuwiliang Bogor yang resmi beroperasi sejak bulan agustus 1992. Seperti perusahaan lain pada umumnya yang selalu berusaha mempertahankan keunggulan bersaingnya, PT BPRSyariah Amanah Ummah memberikan biaya administrasi yang terjangkau, menyediakan produk dan jasa syariah yang saling menguntungkan dengan nasabahnya. Berikut data perkembangan jumlah nasabah yang masih aktif periode 2013-2016.

Table 1
Data Perkembangan Jumlah Nasabah Aktif PT. BPRS Amanah Ummah
Periode 2013-2016

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Rekening
1	2013	2.154 Nasabah	2.177 Rekening
2	2014	2.750 Nasabah	2.793 Rekening
3	2015	4.106 Nasabah	4.158 Rekening
4	2016	3.816 Nasabah	3.835 Rekening

Sumber : PT. BPRS Amanah Ummah, 2017

Dari data tabel 1, diatas diketahui pada tahun 2013-2014 mengalami kenaikan jumlah nasabah yang aktif sebesar 596 dan jumlah rekening 616 rekening dan pada tahun 2014-2015 mengalami kenaikan jumlah nasabah aktif sebesar 1.356 nasabah dan jumlah rekening sebesar 1.365 rekening. Sedangkan pada tahun 2015-2016 mengalami penurunan jumlah nasabah yang aktif sebesar 290 nasabah dan jumlah rekening 305 rekening. Dengan demikian hal tersebut diduga adanya penurunan kualitas pelayanan yang di tandai adanya keluhan-keluhan nasabahnya. Adapun keluhannya dapat dilihat ditabel 2.

Berikut adalah data jumlah keluhan nasabah pada PT. BPRS Amanah Ummah pada periode 2015-2016.

Tabel 2
Data Jumlah Keluhan Nasabah PT. BPRS Amanah Ummah
Periode 2015-2016

No	Bulan	Tahun 2016	Tahun 2015
1	Januari	23 Keluhan	14 Keluhan
2	Februari	21 Keluhan	16 Keluhan
3	Maret	17 Keluhan	11 Keluhan
4	April	17 Keluhan	14 Keluhan
5	Mei	14 Keluhan	18 Keluhan
6	Juni	21 Keluhan	14 Keluhan
7	Juli	18 Keluhan	11 Keluhan
8	Agustus	23 Keluhan	17 Keluhan
9	September	19 Keluhan	21 Keluhan
10	Oktober	27 Keluhan	18 Keluhan
11	November	20 Keluhan	12 Keluhan
12	Desember	16 Keluhan	10 Keluhan
Total		213 Keluhan	176 Keluhan

Sumber : PT. BPRS Amanah Ummah,2017

Dari data tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa terjadi kenaikan jumlah keluhan pada tahun 2016. Sehingga menunjukkan kemungkinan adanya penurunan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Selain itu, semakin banyaknya persaingan dalam industry jasa perbankan memaksa PT. BPRS Amanah Ummah untuk mencari strategi yang paling tepat guna memenangkan persaingan. Salah satu strategi untuk meraih kesuksesan dalam industry jasa perbankan adalah dengan cara menciptakan kepuasan nasabah oleh

karena itu PT. BPRS Amanah Ummah sangat d kualitas produk dengan memberikan pelayanan dan fasilitas-fasilitas unggulan yang tidak di miliki oleh pesaing yang tentunya akan berakibat pada kepuasan yang diperoleh nasabah.

Penelitian ini di rancang untuk menguji tingkat pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berupa wujud fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*empathy*) berhubungan pada kepuasan nasabah. Dalam industri jasa pelanggan berharap untuk mendapatkan pelayanan yang baik, sementara itu di pihak lain pemberi jasa juga mempunyai standar kualitas dalam memberikan jasanya. Demikian juga dalam dunia perbankan yang merupakan industry jasa, nasabah sebagai pelanggan pasti mempunyai harapan terhadap kualitas jasa tertentu yang mungkin berbeda dengan pemberi pelayanan.

Penelitian sebelumnya yang di lakukan Aprilia Fitriani (2014) : Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Rawamangun bertujuan Untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan yang mencakup Frontliner serta fasilitas yang di berikan terhadap kepuasan yang diterima oleh nasabah PT. BRISyariah KCP Rawamangun. Metode yang di gunakan adalah metode analisis spearman. Dan hasil dari analisis spearman yaitu kelima variable (*tangible, responsiveness, assurance, reliability* dan *emphatic*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel *tangible* paling berpengaruh yaitu dengan nilai korelasi terbesar. Hasil uji hipotesis menggunakan *spearman* <0.05 (lebih kecil) sehingga hipotesis H_0 ditolak.

Secara teori jika kualitas pelayanan baik maka nasabah akan puas. Nasabah puas ditinjau oleh banyaknya jumlah nasabah. Faktanya pada PT BPRS Amanah umah mengalami penurunan jumlah nasabah. Diduga karena adanya penurunan kualitas pelayanan yang mengakibatkan nasabah tidak merasa puas. Maka penulis mengambil judul : "HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN KEPUASAN NASABAH PADA PT. BPRS AMANAH UMMAH LEUWILIANG BOGOR".

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Dari penjabaran diatas, diketahui bahwa adanya dugaan penurunan kualitas pelayanan yang ditandai dengan:

1. Menurunnya jumlah nasabah yang aktif pada tahun 2016.
2. Meningkatnya jumlah keluhan yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

1.2.2. Perumusan Masalah

Dari Identifikasi masalah di atas, maka muncul pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan PT. BPRS Amanah Ummah?
2. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah PT. BPRS Amanah Ummah?
3. Bagaimana hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada PT. BPRS Amanah Ummah?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis keterkaitan diantara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah PT. BPRS Amanah Ummah, untuk menyimpulkan hasil penelitian, serta memberikan saran yang dapat menghilangkan penyebab timbulnya permasalahan.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan PT. BPRS Amanah Ummah.
2. Untuk menganalisis tingkat kepuasan nasabah pada PT. BPRS Amanah Ummah.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada PT. BPRS Amanah Ummah.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dalam bidang perbankan , hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk menarumbuh teori mengenai dimensi kualitas pelayanan (*service quality*), dan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan mutu produk-produk yang ditawarkan oleh bank. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan juga dapat berkontribusi sebagai literatur untuk penelitian selanjutnya mengenai kepuasan nasabah.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat untuk perusahaan perbankan, khususnya PT. BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor untuk mengembangkan inovasi baru dimasayang akan datang, yang nyaman, aman, dan memiliki fitur yang menarik, sehingga nasabah PT. BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor dapat selalu setia.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran Jasa

2.1.1. Pengertian Pemasaran Jasa

Menurut Lupiyoadi (2006:5), pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

Pendapat dari Umar (2003:76), pemasaran jasa adalah pemasaran yang bersifat *intangible* dan *immaterial* dan dilakukan pada saat konsumen berhadapan dengan produsen.

Dikatakan oleh Kotler dan Armstrong (2003) adalah sebuah aktivitas keuntungan, ataupun kepuasan yang ditawarkan untuk diperjual-belikan yang memiliki nilai *intangible* dan tidak menghasilkan suatu barang atau bentuk yang nyata.

Dari definisi-definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa pemasaran jasa merupakan suatu tindakan yang ditawarkan pihak produsen kepada konsumen dan dimana pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Cepat atau lambatnya pertumbuhan jasa sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja atau pelayanan yang ditawarkan.

2.1.2. Karakteristik Jasa

Menurut Lovelock dan Gummesson (2004) dikutip dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005:22):

1. *Intangibility*

Artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Seorang pengguna jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa yang ditawarkan sebelum ia mengkonsumsi atau merasakannya sendiri. Artinya apabila pelanggan membeli jasa tertentu maka ia hanya menggunakan, memanfaatkan atau menyewa jasa tersebut, namun tidak memiliki jasa yang dibelinya.

2. *Heterogeneity*

Jasa bersifat *Heterogeneity* karena merupakan *non-standardized* output artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi.

3. *Inseparability*

Memiliki arti jasa dijual terlebih dahulu kemudian baru diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Berbeda dengan produk yang biasanya diproduksi terlebih dahulu baru dapat dikonsumsi.

4. *Perishability*

Jasa bersifat *Perishability* artinya jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu yang akan datang, dijual kembali atau dikembalikan.

Sedangkan menurut Griffin dalam Lupiyoadi (2001) menyebutkan karakteristik jasa, yaitu:

1. *Intangibility*

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman.

2. *Unstorability*

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga tidak dapat (*inseparability*) dipisahkan mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersama.

3. *Customization*

Jasa juga sering kali di desain khusus untuk kebutuhan pelanggan, sebagaimana pada jasa asuransi dan kesehatan.

Empat karakteristik yang paling sering ditemui dalam pelayanan dan membedakan barang secara umum (Payne, 2001: 9) :

1. Tidak Berwujud

Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud, berarti bahwa layanan tidak dapat dilihat, dirasakan, terasa atau menyentuh seperti dapat dilihat dari item.

2. *Heterogenitas*

Jasa adalah variabel non-standar dan sangat bervariasi. Artinya, karena jasa dalam bentuk kinerja, maka tidak ada manfaat hasil yang sama bahkan jika dilakukan oleh satu orang. Hal ini disebabkan interaksi manusia (karyawan dan pelanggan) dengan semua harapan yang berbeda dan persepsi yang menyertai interaksi tersebut.

3. Tidak dapat Dipisahkan

Jasa umum diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang sama, dengan partisipasi konsumen dalam proses. Artinya, konsumen harus berada di tempat jasa yang diminta, sehingga konsumen melihat dan bahkan mengambil bagian dalam proses produksi.

4. Tidak Tahan Lama

Jasa mungkin tidak disimpan dalam persediaan. Ini berarti bahwa layanan tidak dapat disimpan, dijual kembali kepada orang lain, atau dikembalikan ke produsen layanan yang ia membeli jasa.

Berdasarkan definisi karakteristik jasa dari para ahli, dapat disimpulkan bahwa pelayanan atau jasa merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memberikan layanan kepada pihak lain yang mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dipisahkan, bervariasi, dan tidak tahan lama, sehingga pelayanan hanya dapat dirasakan setelah orang tersebut menerima pelayanan.

2.1.3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2012:72) adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi *customer* dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan.

Strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Perusahaan dapat menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, sebab setiap jenis program seperti periklanan, promosi penjualan, personal selling, layanan pelanggan, atau pengembangan produk memiliki produk yang berbeda-beda terhadap permintaan. Oleh karena itu dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program pemasaran agar program-program itu sejalan dan terintegrasi dengan sinergistik. Mekanisme ini disebut sebagai strategi pemasaran. Umumnya peluang pemasaran terbaik diperoleh dari upaya memperluas permintaan primer, sedangkan peluang pertumbuhan terbaik berasal dari upaya memperluas permintaan selektif. Menurut Kotler dan Armstrong (2012:193).

Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh perusahaan. Definisi strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dengan harapan agar unit bisnis dapat mencapai tujuan perusahaan (Kotler,2001:76)

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran adalah suatu tindakan yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan nilai bagi konsumen dan mencapai hubungan yang baik dengan konsumen sehingga dapat mendapatkan tujuan perusahaan.

2.2. Kualitas Pelayanan

2.2.1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan faktor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dimana hal ini fisik produk biasanya ditunjang dengan berbagai macam inistal produk, adapun inti produk yang dimaksud biasanya merupakan jasa tertentu. Menurut J.Supranto (2006:226).

Menurut Philip Kotler (2002:83) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.Pelayanan

merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering.

Parasuraman dalam Kheng *et al.* (2010) menyebutkan bahwa pelayanan berarti derajat perbedaan yang timbul dari proses pelayanan dan interaksi antara penyedia layanan dengan konsumen.

Maka dapat ditarik kesimpulan dari definisi-definisi di atas bahwa pelayanan merupakan segala bentuk usaha atas kegiatan yang dilakukan seseorang atau kelompok orang dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan orang lain.

2.2.2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima. Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2005), kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan.

Hal ini jelas tampak dalam definisi yang dirumuskan oleh Goeth dan Davis yang dikutip Fandy Tjiptono (2012:51) bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Sedangkan menurut Tjiptono (2001), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Kotler (2008:129), adalah keseluruhan fitur dan karakteristik produk/jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Banyak pendapat mengenai kualitas pelayanan, karena kualitas memiliki ukuran yang relatif mengenai suatu barang atau jasa yang dinilai melalui atribut, desain, dan kesesuaian dari pembeli. Sebaliknya, definisi kualitas yang bervariasi dari yang kontroversial hingga kepada yang lebih strategis. Pelanggan menilai kualitas pelayanan berdasarkan persepsi mereka dari hasil teknis yang diberikan yang merupakan proses dimana hasil disampaikan.

(Lovelock dan Wright, 2007:97). Hal ini teridentifikasi dalam lima gap (Kotler dan Keller, 2007:55), antara lain:

1. Kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi manajemen.
Yaitu perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi manajemen mengenai harapan konsumen. Manajemen tidak selalu memahami dengan tepat apa yang diinginkan pelanggan.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dengan spesifikasi mutu jasa.
Yaitu perbedaan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa. Manajemen mungkin memahami dengan tepat keinginan-keinginan pelanggan, tetapi tidak dapat menetapkan standar kinerja.
3. Kesenjangan antara spesifikasi mutu jasa dengan penyerahan jasa.
Yaitu perbedaan antara spesifikasi kualitas jasa dengan jasa yang secara aktual disampaikan. Karyawan mungkin kurang terlatih, tidak mampu atau tidak mau mematuhi standar.
4. Kesenjangan antara penyerahan jasa dengan komunikasi eksternal pada konsumen.
Yaitu perbedaan antara minat penyampaian jasa dan apa yang dikomunikasikan tentang jasa kepada pelanggan. Harapan-harapan pelanggan dipengaruhi oleh pernyataan-pernyataan yang dikeluarkan oleh perwakilan serta iklan yang dikeluarkan oleh perusahaan.
5. Kesenjangan antara persepsi jasa dan jasa yang diharapkan.
Yaitu perbedaan antara kinerja aktual dan persepsi pelanggan terhadap jasa. Kesenjangan ini terjadi apabila pelanggan tersebut memiliki persepsi yang keliru tentang mutu jasa tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa bagaimana suatu perusahaan mampu menciptakan jasa yang baik untuk konsumen walaupun tidak sempurna seperti yang diinginkan tetapi setidaknya mendekati dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Disitu pula perusahaan harus lebih teliti dalam mengeluarkan produk jasa yang akan mereka tawarkan kepada konsumen. Agar yang mereka ciptakan sesuai dengan keinginan dari konsumen itu sendiri.

2.2.3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Melalui serangkaian penelitian terhadap berbagai macam industri jasa, Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) berhasil mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas pelayanan, yaitu :

1. Reliabilitas, meliputi dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan jasanya secara benar sejak awal, memenuhi janjinya secara akurat dan andal, menyimpan data secara tepat, dan mengirimkan tagihan yang akurat.
2. Responsivitas atau daya tanggap, yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara

cepat. Beberapa contoh diantaranya: ketepatan waktu layanan, pengiriman slip transaksi secepatnya, kecepatan menghubungi kembali pelanggan, dan penyampaian layanan secara cepat.

3. Kompetensi, yaitu penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Termasuk didalamnya adalah pengetahuan dan keterampilan karyawan, dan kapabilitas riset organisasi.
4. Akses, meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui (*approachability*) dan kemudahan kontak. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa mudah dijangkau, waktu mengantri atau menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi dan jam operasional yang nyaman.
5. Kesopanan (*courtesy*), meliputi sikap santun, respek, atensi, dan keramahan para karyawan kontak (seperti resepsionis, teller bank, bell person dan lain-lain).
6. Komunikasi, artinya menyampaikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. Termasuk di dalamnya adalah penjelasan mengenai jasa/layanan yang ditawarkan, biaya jasa, trade-off antara jasa dan biaya, serta proses penanganan masalah potensial yang mungkin timbul.
7. Kredibilitas, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan, dan interaksi dengan pelanggan.
8. Keamanan (*security*), yaitu bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Termasuk di dalamnya adalah keamanan secara fisik, keamanan secara financial, privasi dan kerahasiaan.
9. Kemampuan memahami pelanggan, yaitu berupaya memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, dan mengenal pelanggan regular.
10. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan (seperti kartu bisnis, kop surat, dan lain-lain).

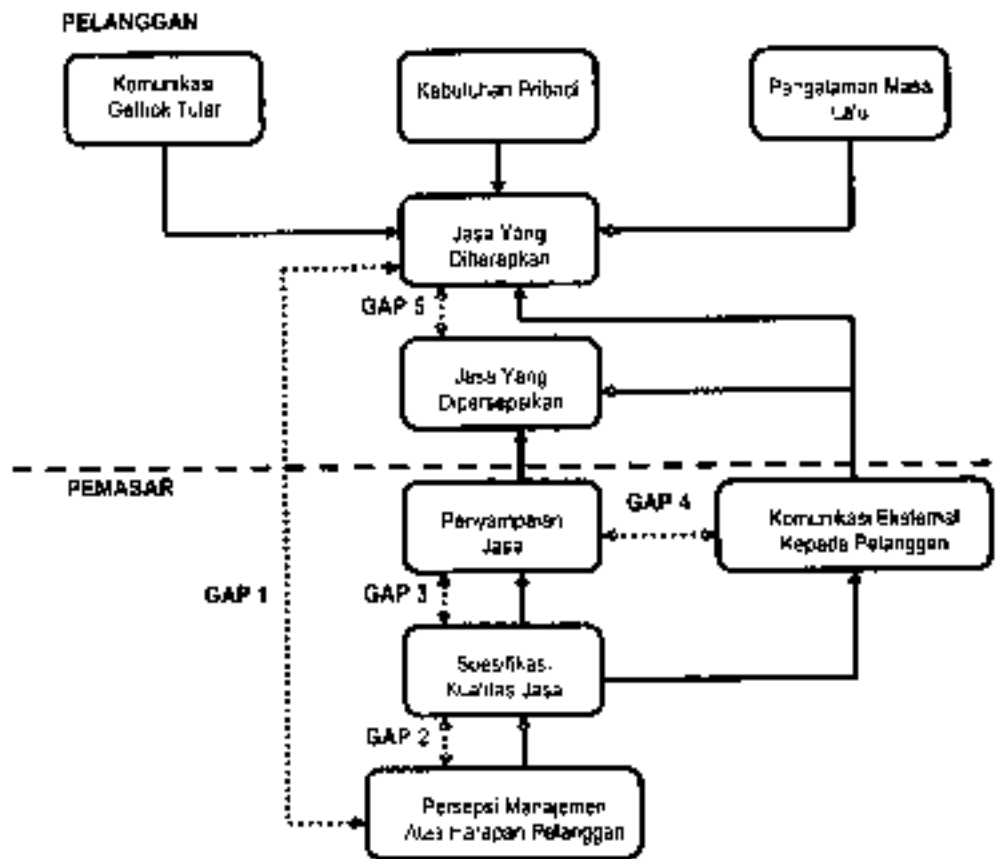
Dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012:174), menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry yang terdapat lima dimensi pokok untuk mengukur kualitas layanan, antara lain:

1. Realibilitas (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan layanan yang disajikan secara akurat dan memuaskan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

3. Jaminan (*Assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*).
4. Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan tersebut.
5. Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut saat ini dikenal dengan sebutan SERVQUAL atau singkatan dari *Service Quality*. Meskipun telah banyak peneliti yang mencoba untuk menambahkan dimensi kualitas pelayanan yang lain, namun model SERVQUAL masih menjadi model kualitas pelayanan/jasa yang paling populer dan valid, maka hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa.

Model SERVQUAL ini dikembangkan dengan maksud untuk membantu para manajer dalam menganalisis sumber masalah kualitas dan memahami cara-cara memperbaiki kualitas jasa. Model ini di ilustrasikan pada gambar 2. Garis putus-putus horizontal memisahkan dua fenomena utama: bagian atas merupakan fenomena yang berkaitan dengan pelanggan dan bagian bawah mengacu pada fenomena perusahaan atau penyedia jasa. Selain dipengaruhi pengalaman masa lalu, kebutuhan pribadi pelanggan dan komunikasi gethok tular, jasa yang diharapkan (*expected service*) juga dipengaruhi aktivitas komunikasi pemasaran perusahaan. Sementara itu, jasa yang dipersepsikan pelanggan (*perceived service*) merupakan hasil dari serangkaian keputusan dan aktivitas internal perusahaan. Persepsi manajemen terhadap ekspektasi pelanggan memandu keputusan menyangkut spesifikasi kualitas jasa yang harus diikuti perusahaan dan diimplementasikan dalam penyampaian jasa kepada para pelanggan. Pelanggan mengalami proses produksi dan penyampaian jasa sebagai komponen kualitas berkaitan dengan proses (*process-related quality*) dan solusi teknis yang diterima melalui proses tersebut sebagai komponen kualitas berkaitan dengan hasil (*outcome-related quality*). Sebagaimana ditunjukkan dalam gambar 1 komunikasi pemasaran bisa mempengaruhi *perceived service* dan *expected service*.



Gambar 1
Model Konseptual SERVQUAL

Lima gap utama yang terangkum dalam gambar 1 meliputi :

1. Gap antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen (*knowledge gap*). Gap ini berarti bahwa pihak manajemen mempersiapkan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas jasa secara tidak akurat. Beberapa kemungkinan penyebabnya antara lain: informasi yang didapatkan dari riset pasar dan analisis permintaan kurang akurat; interpretasi yang kurang akurat atas informasi mengenai ekspektasi pelanggan; tidak adanya analisis permintaan; buruknya atau tidak adanya aliran informasi ke atas (*upward information*) dari staf kontak pelanggan ke pihak manajemen; dan terlalu banyak jejaring manajerial yang menghambat atau mengubah informasi yang disampaikan dari karyawan kontak pelanggan ke pihak manajemen.
2. Gap antara persepsi manajemen terhadap konsumen dan spesifikasi kualitas jasa (*standards gap*). Gap ini berarti bahwa spesifikasi kualitas jasa tidak konsisten dengan persepsi manajemen terhadap ekspektasi kualitas. Penyebabnya antara lain: tidak adanya standar kinerja yang jelas; kesalahan perencanaan atau prosedur perencanaan yang kurang memadai; manajemen

perencanaan yang buruk; kurangnya penetapan tujuan yang jelas dalam organisasi; kurangnya dukungan manajemen puncak terhadap perencanaan kualitas jasa; kekurangan sumber daya; dan situasi permintaan berlebih.

3. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*delivery gap*). Gap ini berarti bahwa spesifikasi kualitas tidak terpenuhi oleh kinerja dalam proses produksi dan penyampaian jasa. Sejumlah penyebabnya antara lain: spesifikasi kualitas terlalu rumit dan terlalu kaku; manajemen operasional jasa yang buruk; kurang memadainya aktifitas internal marketing; serta teknologi dan sistem yang ada tidak memfasilitasi kinerja sesuai dengan spesifikasi. Kurang terlatihnya karyawan, beban kerja terlampau berlebihan, dan standar kinerja tidak dapat dipenuhi karyawan (terlalu tinggi atau tidak realistis) juga bisa menyebabkan terjadinya gap ini.
4. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal (*communications gap*). Gap ini berarti bahwa janji-janji yang disampaikan melalui aktifitas komunikasi pemasaran tidak konsisten dengan jasa yang disampaikan kepada para pelanggan. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya: perencanaan komunikasi pemasaran tidak terintegrasi dengan operasi jasa; kurangnya koordinasi antara aktivitas pemasaran eksternal dan operasi jasa; organisasi gagal memenuhi spesifikasi yang ditetapkannya, sementara kampanye komunikasi pemasaran sesuai dengan spesifikasi tersebut; dan kecenderungan *overpromise-under deliver*.
5. Gap antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan (*service gap*). Gap ini berarti bahwa jasa yang dipersepsikan tidak konsisten dengan jasa yang diharapkan. Gap ini bisa menimbulkan sejumlah konsekuensi negative, seperti kualitas buruk dan masalah kualitas; komunikasi gethok ular yang negative; dampak negative terhadap citra korporat atau citra local; dan kehilangan pelanggan. Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja/prestasi perusahaan berdasarkan criteria yang berbeda, atau bisa juga mereka keliru menginterpretasikan kualitas jasa yang bersangkutan.

Untuk mempermudah penilaian dan pengukuran kualitas pelayanan dikembangkan suatu alat ukur kualitas layanan yang disebut SERVQUAL (*Service Quality*). Zeithalm et al dalam Wahyuni Ariani (2009:180) menyederhanakan sepuluh dimensi menjadi lima dimensi pokok yang terdiri dari:

1. *Tangibles* (bukti langsung)
Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan.
2. *Reliability* (kehandatan)
Merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan

yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Yaitu kemampuan maskapai penerbangan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4. *Assurance* (jaminan)

Adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelayanan perusahaan yang memiliki beberapa komponen antara lain:

a. *Communication*

Komunikasi yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti di samping itu perusahaan hendaknya dapat secara cepat dan tanggap dalam menyikapi keluhan dan komplain yang dilakukan oleh pelanggan.

b. *Credibility*

Kredibilitas pertunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, *believability* atau sifat kejujuran. Menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.

c. *Security*

Keamanan adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan memberikan suatu jaminan kepercayaan yang maksimal.

d. *Competence*

Kompetensi yaitu ketrampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal.

e. *Courtesy*

Sopan santun dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopan santunan yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.

5. *Empathy* (empati)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada parapelanggan dengan berupaya memahami keinginan

konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Dari beberapa pendapat para ahli tentang dimensi kualitas pelayanan, dapat disimpulkan beberapa dimensi yaitu dengan memenuhi syarat agar sebuah pelayanan memungkinkan untuk menimbulkan kepuasan pelanggan. Adapun dimensi-dimensi tersebut yaitu: *Tangibles* atau bukti fisik, *Reliability* atau keandalan *Responsiveness* atau ketanggapan, *Assurance* atau jaminan, *Empathy* atau kepedulian. Hal tersebut untuk dijadikan keperluan perusahaan dalam peningkatan kualitas pelayanan. Dari dimensi kualitas pelayanan tersebut, kepuasan pelanggan dapat diukur dan dipahami.

2.2.4. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Prinsip sangat penting bagi sebuah perusahaan, ini sangat bermanfaat untuk membentuk lingkungan yang baik guna melaksanakan kualitas pelayanan kepada konsumen. Menurut wolkins, dikutip dalam Saleh (2010:105), prinsip-prinsip kualitas pelayanan antara lain:

1. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil.

2. Pendidikan

Semua karyawan perusahaan, mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut antara lain konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat, teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3. Perencanaan Strategik

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

4. Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus-menerus terhadap upaya mewujudkan sasaran-sasaran kualitas.

5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan, maupun dengan stakeholder lainnya.

6. *Total Human Reward*

Reward dan recognition merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya harus diakui. Dengan cara seperti ini, motivasi, semangat kerja, rasa bangga dan rasa memiliki (*sense of belonging*) setiap anggota organisasi dapat meningkat, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan produktifitas dan profitabilitas bagi perusahaan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Berikut pendapat mengenai prinsip-prinsip kualitas pelayanan menurut (Tjiptono, 2001:75-76) tersebut meliputi:

1. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa ada kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

2. Pendidikan

Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas. Pendidikan ini diperlukan untuk semua personil perusahaan.

3. Perencanaan

Proses perencanaan strategis harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

4. *Review*

Proses *review* merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan dan terus-menerus untuk mencapai tujuan kualitas.

5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum dan lain-lain.

6. Penghargaan dan Pengakuan (*Total Human Reward*)

Dalam upaya untuk meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani, maka setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan dihargai atas prestasinya tersebut.

Artinya didalam melakukan pelayanan dari sebuah organisasi membutuhkan kerja sama antar lini (*team work*) guna untuk menunjang hasil yang

diharapkan dari sebuah kualitas layanan yang baik. Bagian-bagian di ataslah yang menjadi pedoman bagi perusahaan untuk selalu mementingkan kepuasan dari pelayanan yang diberikan kepada para pengguna jasa perusahaan itu sendiri.

2.2.5. Model Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil sintesis terhadap berbagai riset yang telah dilakukan, Grongoos yang dikutip dalam Fandy Tjiptono (2005:261) mengemukakan enam kriteria kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik, yakni sebagai berikut:

1. *Professionalism and Skills*
Pelanggan mendapati bahwa penyedia jasa, karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara profesional (*outcomerelated criteria*).
2. *Attitudes and Behavior*
Pelanggan merasa bahwa karyawan jasa (*customer contact personel*) menaruh perhatian besar pada mereka dan berusaha membantu memecahkan masalah mereka secara spontan dan ramah.
3. *Accessibility and Flexibility*
Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam operasi, karyawan dan sistem operasionalnya, dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah. Selain itu, juga dirancang dengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan secara baik.
4. *Reliability and Trustworthiness*
Pelanggan memahami bahwa apapun yang terjadi atau telah disepakati, mereka bisa mengandalkan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam menentukan janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamakan kepentingan pelanggan.
5. *Recovery*
Pelanggan menyadari bahwa bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak diharapkan dan tidak diprediksi, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat.
6. *Reputation and Credibility*
Pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai atau imbalan yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan.

Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan organisasi pemberi layanan. Dalam jangka panjang

ikatan seperti ini memungkinkan organisasi pemberi layanan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

2.2.6. Unsur – Unsur Kualitas pelayanan

Berikut menurut Akhmad Muwafik Saleh (2010:106) unsur-unsur dari kualitas pelayanan, antara lain:

1. **Penampilan**
Personal dari pelaku pelayanan dan fisik sebagaimana. Seperti berpenampilan menarik, tutur bahasa menarik, berperilaku baik, dan penuh percaya diri.
2. **Tepat Waktu dan Janji**
Selalu memenuhi janji, artinya secara utuh dan prima petugas pelayanan dalam menyampaikan perlu diperhitungkan janji yang disampaikan kepada pelanggan bukan sebaliknya selalu ingkar janji. Demikian juga waktu jika mengutarakan dua hari selesai harus betul-betul dapat memenuhinya.
3. **Kesediaan Melayani**
Sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada para pelanggan, konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani kepada para pelanggan.
4. **Pengetahuan dan Keahlian**
Sebagai syarat untuk melayani dengan baik, petugas harus mempunyai pengetahuan dan keahlian. Di sini petugas pelayanan harus memiliki tingkat pendidikan tertentu dan pelatihan tertentu yang diisyaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman yang luas dibidangnya. Petugas harus mempunyai pengetahuan dan keahlian dibidang tersebut.
5. **Kesopanan dan Ramah Tamah**
Mempunyai karakter yang dihuntut adanya keramah tamahan yang standar dalam melayani, sabar, tidak egois dan santun dalam bertutur kepada pelanggan dengan tidak membedakan kelas sosial para pelanggan.
6. **Kejujuran dan Kepercayaan**
Pelayanan ini oleh pengguna jasa dapat dipergunakan berbagai aspek, maka dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran, jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktunya. Dari aspek kejujuran ini petugas pelayanan tersebut dapat dikategorikan sebagai pelayan yang dipercaya dari segi sikapnya, dapat dipercaya dari tutur katanya, dapat dipercayakan dalam menyelesaikan akhir pelayanan sehingga otomatis pelanggan merasa puas.
7. **Kepastian Hukum**
Secara sadar bahwa hasil pelayanan terhadap masyarakat yang berupa surat keputusan, harus mempunyai legitimasi atau mempunyai kepastian hukum. Bila

setiap hasil yang tidak mempunyai kepastian hukum jelas akan mempengaruhi sikap masyarakat, misalnya pengurusan KTP, KK dan lain-lain bila ditemukan cacat hukum akan mempengaruhi kredibilitas instansi yang mengeluarkan surat legitimasi tersebut.

8. Keterbukaan

Secara pasti bahwa setiap urusan atau kegiatan yang memperlakukan ijin, maka ketentuan keterbukaan perlu ditegakkan. Keterbukaan itu akan mempengaruhi unsur-unsur kesederhanaan dan kejelasan informasi kepada masyarakat.

9. Efisien

Efisiensi dan efektifitas dari berbagai aspek sumber daya sehingga menghasilkan biaya yang murah, waktu yang singkat dan tepat serta kualitas yang tinggi. Dengan demikian efisiensi dan efektifitas merupakan tuntutan yang harus diwujudkan serta perlu diperhatikan secara serius.

10. Biaya

Pengurusan dalam pelayanan diperlukan kewajaran dalam penentuan pembiayaan, pembiayaan harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat dan pengeluaran biaya harus transparan dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

11. Tidak Rasial

Pengurusan pelayanan dilarang membeda-bedakan kesukuan, agama, afiran dan politik dengan demikian segala urusan harus memenuhi jangkauan yang luas dan merata.

12. Kesederhanaan

Prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudahan, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan.

Hal yang telah dijelaskan mengenai unsur-unsur pelayanan diatas menjadikan penilain yang baik dari suatu proses pelayanan. Karena dengan mengetahui unsur yang diperlukan oleh pelaku pelayanan, maka diharapkan terdapat kualitas yang lebih dari pelayanan itu sendiri, dan diharapkan pengguna jasa tersebut akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

2.3. Kepuasan Konsumen

2.3.1. Pengertian Kepuasan

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, konsumeris, dan peneliti perilaku konsumen.

Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relation release*. Dengan ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing. dalam Fandy Tjiptono (2008:24).

Kepuasan adalah perasaan yang bersifat positif seperti senang dan bahagia atau bersifat negatif seperti kecewa yang muncul dalam membandingkan antara kinerja suatu produk atau jasa yang dirasakan dengan yang diharapkan. Apabila kinerja tidak sesuai dengan keinginan, maka pelanggan akan menunjukkan kekecewaan atau sikap negatif terhadap produk dan jasa yang ditawarkan, dan sebaliknya apabila sesuai atau melebihi harapan maka akan timbul kepuasan (Kotler dan Keller, 2009).

Selanjutnya menurut Tse & Wilton (dalam Tjiptono, 2012) kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengonsumsi produk bersangkutan.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perbandingan perolehan/keuntungan yang didapatkan dari pertukaran sosial. Bila perolehan tersebut tidak sama, maka pihak yang dirugikan akan tidak puas.

2.3.2. Faktor Ketidak Puasan Pelanggan

Penyebab timbulnya rasa tidak puas pelanggan terhadap pelayanan dapat disebabkan oleh beberapa hal yaitu (Alma, 2005:286):

1. Ketidaksesuaian harapan dengan kenyataan.
Dalam hal ini pengguna jasa mempunyai ekspektasi terhadap jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, akan tetapi ketika proses dan penggunaan jasa tersebut tidak sesuai dengan apa yang diinginkannya.
2. Layanan selama proses penyampaian jasa tidak memuaskan.
Faktor ini biasanya terdapat pada proses pemberian jasa yang ditawarkan, dimana faktor kinerja pelayanan yang tidak sesuai dengan kemauan pelanggan.
3. Perilaku personil kurang memuaskan.
Kurang adanya kredibilitas, keamanan, dan kompeten dari beberapa personil akan sangat berpengaruh dalam melakukan pelayanan yang prima untuk bisa memuaskan para pelanggan. Seperti kurang optimalnya pemberian pelayanan yang diberikan.

4. Suasana dan kondisi fisik tidak menunjang.
Kemampuan dan penampilan dari sebuah perusahaan dalam bentuk bukti fisik yang buruk berakibat pada rasa kurang puas dari konsumen.
5. Biaya terlalu tinggi, jarak terlalu jauh sehingga banyak waktu terbuang.
Konsumen akan merasa puas ketika pelayanan dari sebuah perusahaan baik. Akan tetapi untuk menambah poin lebih dari sebuah perusahaan perlu adanya strategi mengenai waktu dan biaya yang diperlukan dari konsumen. Apabila konsumen merasa nyaman dengan apa yang diberikan oleh perusahaan, tetapi biaya dan waktu tempuh menjadi beban tersendiri bagi konsumen. Mereka akan mencari perusahaan yang lain dengan biaya sedikit dan membutuhkan waktu yang tidak terlalu lama dengan kualitas tidak jauh berbeda.
6. Promosi atau iklan terlalu berlebihan dan tidak sesuai dengan kenyataan yang ada.
Harapan konsumen selalu tinggi terhadap pelayanan yang diperlihatkan sebelum mereka mencobanya. Ketika proses pelayanan dilakukan dan hasilnya buruk maka konsumen akan sangat kecewa dengan pelayanan yang diberikan karena tidak sebanding dengan harapan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Dapat disimpulkan bahwa memberikan pelayanan perlu adanya ketelitian khusus. Dimana aspek-aspek kecil dan besar sangat berpengaruh pada tingkat pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Kepuasan konsumen cenderung diukur pada suatu titik tertentu yang terlihat seakan hal itu statis, namun kepuasan merupakan hal yang dinamis, target bergerak dan berkembang dari waktu ke waktu, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor keberhasilan kritis yang mempengaruhi daya saing suatu organisasi.

2.3.3. Faktor-Faktor yang Menentukan Tingkat Kepuasan

Menurut Kuswadi (2004:17) Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa, yaitu :

1. Mutu produk atau jasa
Yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya.
2. Mutu pelayanan
Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu.
3. Harga
Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.

4. Waktu penyerahan

Maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

5. Keamanan

Pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.

Manurut Lupiyoadi (2001), terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh. Bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merk tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5. Biaya

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

Dari pendapat tersebut, untuk menentukan tingkat kepuasan dari konsumen perlu adanya faktor pendorong yang berguna bagi kualitas pelayanan yang diberikan. Dimana ketika hal tersebut dilakukan oleh sebuah perusahaan diharapkan konsumen sebagai pengguna hasil output perusahaan akan merasa puas dan mau menggunakan

produk atau jasa tersebut lagi secara berulang-ulang. Faktor tersebut juga menjadi indikator bagi perusahaan dalam melakukan pekerjaannya dengan baik.

2.3.4. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2012) prinsip dasar yang melandasi pentingnya pengukuran kepuasan pelanggan adalah *doing best what matter most to customers* (melakukan yang terbaik aspek-aspek terpenting bagi pelanggan).

Secara garis besar ada empat metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan yakni:

1. Sistem keluhan dan saran
Memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggan menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran, komentar, saluran telepon khusus bebas pulsa dan lain-lain.
2. *Ghost Shopping*
Salah satu metode untuk mengetahui gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing.
3. *Last Customer Analysis*
Perusahaan semestinya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat Mengambil kebijakan perbaikan dan penyempurnaan selanjutnya.
4. Survei kepuasan pelanggan
Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survey baik via pos, telepon, e-mail maupun wawancara langsung.

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya. Fornell, dalam Tjiptono (2007:366) menunjukkan enam konsep inti dalam mengukur kepuasan pelanggan pada bidang jasa, yaitu terdiri atas:

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overall customer satisfaction*)
Cara yang paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka terhadap jasa. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa perusahaan bersangkutan dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap jasa para pesaing.
2. Dimensi kepuasan pelanggan
Umumnya proses ini terdiri atas empat langkah, yaitu mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kualitas pelayanan, meminta pelanggan menilai jasa

perusahaan berdasarkan item-item spesifik, meminta pelanggan menilai jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama, dan menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

3. **Konfirmasi harapan (*Confirmation of expectation*)**
 Dalam konsep ini kepuasan tidak diukur langsung, namun dijelaskan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.
4. **Minat pembelian ulang (*Repurchase intent*)**
 Kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan kembali.
5. **Kesediaan untuk merekomendasikan (*Willingness to recommend*)**
 Dalam kasus jasa yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian, kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan jasa kepada teman atau keluarga menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.
6. **Ketidakpuasan pelanggan (*Customer dissatisfaction*)**
 Beberapa aspek untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan, yaitu: keluhan, retur atau pengembalian produk, biaya garansi, penarikan kembali produk dari pasar, dan konsumen beralih ke pesaing.

Menurut Kotler, (2004), untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan ada empat metode pengukuran yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

1. **Sistem keluhan dan saran pelanggan**
 Setiap perusahaan yang berorientasi terhadap pelanggan memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan. Adapun metode yang digunakan bisa berupa kotak saran ataupun dengan menyediakan saluran telepon khusus.
2. **Survei kepuasan pelanggan**
 Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuesioner oleh karyawan perusahaan kepada para konsumen, melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.
3. **Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun dengan wawancara langsung. Untuk mengukur kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara:**
 - a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan.

- b. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
 - c. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mengharapkan atribut tertentu dan seberapa besar mereka rasakan.
 - d. Responden dapat merangking berbagai elemen dan penawaran berdasarkan derajat penting setiap elemen seberapabaik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.
4. *Ghost shopping*
Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (ghost shopping) berperan sebagai pembeli yang memanfaatkan produk atau jasa perusahaan dan pesaing, sehingga dapat diprediksi tingkat kepuasan pelanggan atas produk tersebut.
5. *Lost customer analysis*
Dalam metode ini perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah beralih ke perusahaan lain. Hal ini ditujukan untuk memperoleh informasi penyebab terjadinya peralihan pelanggan kepada perusahaan lain, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi selanjutnya.

Ada beberapa metode yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya. Mengukur kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan pengguna akhir, serta menemukan bagaimana yang membutuhkan peningkatan. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa banyak metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan, dengan cara-cara itu pula perusahaan bisa tahu apa yang dikeluhkan dan diinginkan oleh pelanggannya. Bukan hanya itu perusahaan disini bisa mengetahui seberapa besar kepuasan yang telah dicapai atas produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan.

2.3.5. Model Kepuasan Konsumen

Model kepuasan konsumen menurut Fandi Tjiptono (2002:147) yaitu:

1. Model Kognitif

Penilaian pelanggan berdasarkan pada perbedaan antara suatu kumpulan dari kombinasi atribut yang dipandang ideal untuk individu dan persepsinya tentang kombinasi dari atribut yang sebenarnya. Dengan kata lain penilaian berdasarkan perbedaan yang ideal dengan yang aktual. Apabila yang ideal sama dengan persepsinya maka pelanggan akan puas, sebaliknya apabila perbedaan antara yang ideal dan yang aktual semakin besar maka konsumen semakin tidak puas.

Berdasarkan model ini maka kepuasan pelanggan dengan 2 cara yang utama, antara lain:

- a. Mengubah penawaran perusahaan sehingga sesuai dengan yang ideal.
- b. Meyakinkan konsumen bahwa yang ideal tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

2. Model Afektif

Penilaian pelanggan individual terhadap suatu produk tidak semata-mata berdasarkan perhitungan rasional saja tetapi juga berdasarkan pada tingkat aspirasi, perilaku belajar (*learning behaviour*), emosi perasaan spesifik (kepuasan dan keengganan), suasana hati (*mood*) dan lain-lain. Istilah afeksi dalam kepuasan konsumen mengacu pada tingkat kepuasan yang dipengaruhi oleh perasaan positif dan negatif yang dihubungkan dengan produk atau jasa. Afeksi dapat didefinisikan sebagai fenomena kelas mental yang secara unik dikarakteristikan oleh pengalaman yang disadari, yaitu keadaan perasaan subjektif yang muncul bersama-sama dengan emosi dan suasana hati.

2.3.6. Strategi Kepuasan Konsumen

Usaha mewujudkan kepuasan pelanggan memang amat sangat tidak mudah. Tetapi usaha untuk senantiasa memperbaiki kepuasan pelanggan dapat dilaksanakan dengan berbagai strategi. Maka performa suatu perusahaan transportasi berpengaruh besar untuk dapat menarik minat pelanggan, sehingga diperlukan suatu strategi yang jitu untuk melakukan hal tersebut.

Berikut ini strategi kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono(2000:176) :

1. *Relationship Marketing*
Strategi dimana pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah transaksi usai.
2. *Superior Customer Service*
Strategi yang menawarkan pelayanan lebih baik daripada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang lebih besar, kemampuan sumber daya manusia dan usaha yang gigih agar tercipta suatu pelayanan yang superior.
 - a. *Unconditional Guarantees*
Strategi yang berisikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada konsumen yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan.
 - b. Strategi Penanganan Keluhan yang Efisien
Strategi yang menangani keluhan untuk memberikan peluang mengubah konsumen yang tidak puas menjadi konsumen perusahaan yang puas atau bahkan menjadikonsumen abadi.
 - c. Strategi Peningkatan Kinerja Perusahaan
Strategi yang meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan atau pengukuran kepuasan konsumen secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan komunikasi, salesmanship dan public relation kepada pihak manajemen dan karyawan.

3. *Strategi Quality Function Deployment*

Praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan konsumen. Artinya suatu metodologi terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengevaluasi secara sistematis kapabilitas suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa untuk mendapatkan hati dari konsumen dan untuk mengalahkan para pesaing perlu adanya strategi yang jitu. Mulai dari hubungan setelah pembelian, pemberian pelayanan yang amat baik, dan mengikutsertakan konsumen dalam membentuk pelayanan yang baik dari saran konsumen itu sendiri.

2.4. Penelitian Sebelumnya

Tabel 3
 Penelitian Sebelumnya

Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Lokasi Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Anjas Hendrawan : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (2014)	Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh yang signifikan mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dengan menganalisis enam variable yang diujikan yakni variable <i>compliance</i> , <i>tangibles</i> , <i>empathy</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> dan <i>assurance</i> yang sama diujikan kepada kepuasan nasabah pada Bank BPRS Formes Sleman Yogyakarta	BPRS Formes Sleman Yogyakarta	Menggunakan Metode Analisis Regresi Berganda pengujian melalui Uji T dan Uji F	Hasil dari analisis regresi berganda yaitu dalam (Uji F) ke enam variable tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun dalam (Uji T) dari enam variable ada tiga variable yang tidak mempengaruhi kepuasan yaitu variable <i>compliance</i> , <i>tangibles</i> dan <i>assurance</i> .
Aprilia Fitriani : Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (2014)	Untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan yang mencakup <i>Frontliner</i> serta fasilitas yang di berikan terhadap kepuasan yang diterima oleh nasabah PT. BRI Syariah KCP Rawamangun	PT. Bank BRI Syariah KCP Rawamangun	Menggunakan metode analisis spearman	Hasil dari analisis spearman yaitu kelima variable (<i>tangible</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , <i>reability</i> dan <i>emphatic</i>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel <i>tangible</i> paling berpengaruh yaitu dengan nilai korelasi terbesar. Hasil uji hipotesis menggunakan spearman < 0.05 (lebih kecil) sehingga hipotesis H_0 ditolak.

Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Lokasi Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Christiana Okky Augusta Lovenia : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (2012)	Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank jateng cabang utama semarang.	Bank Jateng Cabang Utama Semarang	Mengggunakan analisis regresi berganda, pengujian melalui uji T dan uji F	pengujian hipotesis melalui uji T bahwa kelima variabel independen terbukti berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen kepuasan nasabah, kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa kelima variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen kepuasan nasabah
Lufhi Tian Wibrianto : Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (2008)	Untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap seberapa besar loyalitas nasabah pada BPRS Risalah Ummat	BPRS Risalah Ummat	Mengggunakan analisis korelasi kanonikal	Dari analisis korelasi kanonikal yaitu pertanyaan tentang pengguna lebih dari satu produk atau jasa mempunyai korelasi lebih besar dibanding dengan pertanyaan mengajak orang lain untuk menabung dan komitmen nasabah dalam menabung, hasil hipotesis dengan menggunakan uji Wilk's hasilnya tidak signifikan.

Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Lokasi Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Siti Mukholifah : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (2015)	Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta.	BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta	Menggunakan metode analisis regresi berganda dan uji hipotesis secara simultan dan parsial	Dari hasil metode analisis berganda yaitu ketika variabel berupa <i>tangible</i> , <i>assurance</i> , <i>responsiveness</i> , <i>reabilitly</i> , dan <i>emphatic</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan yang paling berpengaruh adalah variabel <i>assurance</i> .
Nurmalia : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (2016)	Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan yang diterapkan oleh PT. Bank BRI Unit Baraka Enrekang terhadap peningkatan kepuasan nasabah.	PT. Bank BRI Unit Baraka Enrekang Makasar	Menggunakan metode analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari <i>tangible</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , dan <i>empathy</i> secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif, dan hanya variabel <i>reliability</i> yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2.5. Kerangka Pemikiran

Pelanggan merupakan fokus utama dalam bisnis, karena tanpa pelanggan perusahaan tidak bisa memperoleh profit untuk menjalankan usahanya. Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan adalah hal penting untuk perusahaan. Disini pelanggan menjadi faktor penentu dari hasil sebuah pelayanan. Pelanggan dikatakan puas apabila terdapat kesesuaian antara harapan pelanggan setelah mengevaluasi suatu produk dengan pelayanan yang diterimanya. Ketidakpuasan akan timbul jika harapan dan keinginan konsumen tidak sesuai dengan kualifikasi pelayanan yang diterimanya. Disitu pula perasaan senang atau tidak akan muncul sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan.

Pelayanan sendiri adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya

interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan. Dalam hal ini perusahaan sebagai pemberi layanan diharapkan mampu memberikan jasa yang baik bagi konsumen. Sehingga pelayanan yang dimaksud dapat memberi kepuasan bagi para penggunanya. Hasil dari output perusahaan akan dirasakan oleh konsumen, sekaligus akan dinilai tingkat baik buruknya pelayanan yang diberikan. Konsumen yang puas atau senang merupakan aset yang sangat berharga, karena apabila konsumen merasa senang mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya, tetapi jika konsumen tidak merasa puas mereka akan memberitahukan dua kali lebih hebat tentang pengalaman buruknya.

Kepuasan adalah suatu rasa yang dirasakan yang sesuai dengan harapan atas kinerja yang di berikan kepada pelanggannya. Jika pelayanan yang baik maka pelanggan akan puas dan begitu sebaliknya. Oleh karena itu, hal utama yang harus dilakukan adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga tercipta kepuasan dari para konsumen. Layanan yang berkualitas adalah layanan yang secara ekonomis menguntungkan dan secara prosedural mudah serta menyenangkan sehingga dapat menciptakan kepuasan. Pelayanan dikatakan berkualitas apabila pelanggan merasa puas, baik pada saat terjadinya kontak pelayanan pada situasi tertentu maupun di saat pasca pembelian.

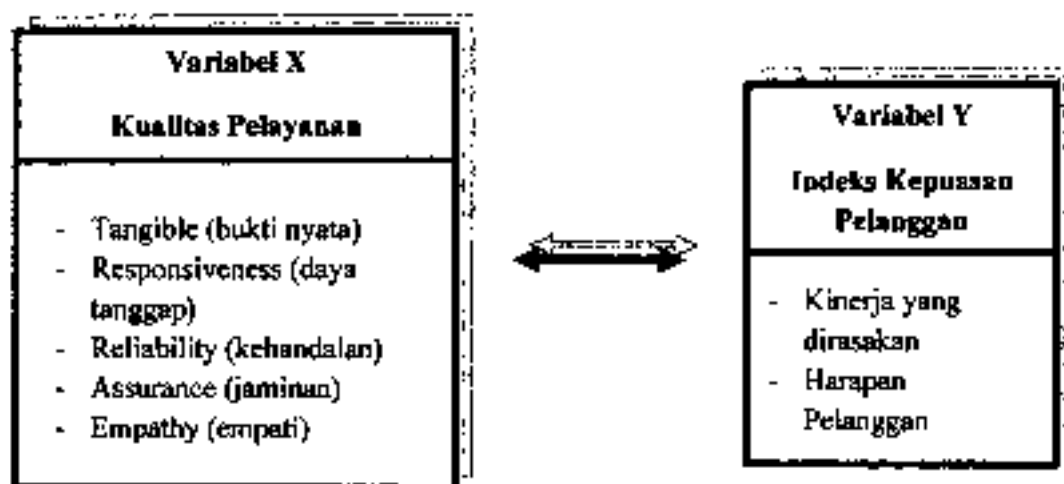
Pelayanan yang baik berbanding lurus dengan tingkat kepuasan pelanggan yang maksimal. Belum ada standar baku tentang pelayanan yang dapat dijadikan pedoman dalam memuaskan pelanggan, selain karena kepuasan itu sifatnya relatif, harapan dan interpretasi pelanggan berbeda-beda pula. Tetapi secara empirik menurut Parasuraman *et al.* (dalam Lupiyoadi, 2001:148) terdapat 5 (Lima) dimensi untuk menentukan kualitas pelayanan yang baik yaitu; bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), daya tanggap (*responsiveness*), dan empati (*emphaty*). Jika perusahaan mampu menjabarkan dan nantinya menjalankan kelima dimensi tersebut dalam suatu mekanisme pelayanan, maka pelayanan yang mengacu pada kepuasan pelanggan lebih mudah diwujudkan atau dengan kata lain harapan pelanggan untuk merasa puas dengan pelayanan akan lebih mendekati kenyataan.

Kotler (2007 : 177) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Dari penelitian terdahulu yang di lakukan Aprilia Fitriani (2014) : Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Rawamangun bertujuan Untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan yang mencakup Frontliner serta fasilitas yang di berikan terhadap kepuasan yang diterima oleh nasabah PT. BRI Syariah KCP Rawamangun. Metode yang di gunakan adalah

metode analisis spearman. Dan hasil dari analisis spearman yaitu kelima variable (*tangible, responsiveness, assurance, reliability* dan *emphatic*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel *tangible* paling berpengaruh yaitu dengan nilai korelasi terbesar. Hasil uji hipotesis menggunakan *spearman* <0.05 (lebih kecil) sehingga hipotesis H_0 ditolak.

Berdasarkan uraian diatas jelas bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan kepuasan konsumen sebagai penerima jasa layanan, jika dapat dilaksanakan dan dapat diterapkan dengan baik maka akan berdampak baik dalam perkembangan perusahaan. Selain itu diharapkan akan berdampak baik pula terhadap kelanjutan dari perusahaan tersebut kepada para konsumennya.



Gambar 2
Konstelasi Pemikiran

2.6. Hipotesis Penelitian

1. Kualitas Pelayanan yang dilakukan PT. BPRS Amanah Ummah kurang baik.
2. Tingkat kepuasan konsumen pada PT. BPRS Amanah Ummah kurang baik.
3. Terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada PT. BPRS Amanah Ummah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah korelasional yaitu mencari hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada PT. BPRS Amanah Ummah

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

3.2.1. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan dengan indikator *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* serta variabel kepuasan nasabah PT. BPRS Amanah Ummah.

3.2.2. Unit Analisis

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dyads yaitu nasabah PT. BPRS Amanah Ummah dan PT. BPRS Amanah Ummah.

3.2.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada PT. BPRS Amanah Ummah. Yang merupakan salah satu bank perkreditan rakyat yang berbasis syariah yang berlokasi/tempat di Jalan Raya Leuwiliang No.1 Kabupaten Bogor.

3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian korelasional yaitu mencari hubungan antara dua variabel yaitu kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, meliputi :

1. Data kualitatif yaitu data yang diperoleh dari hasil, wawancara dan menyebar kuesioner untuk memperoleh tanggapan atau persepsi dari Nasabah PT. BPRS Amanah Ummah.
2. Data kuantitatif yaitu data yang diperoleh dari hasil menyebar kuesioner sehingga dapat diperoleh data kualitatif yang berupa angka-angka.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, yaitu:

1. Data primer
Data primer merupakan data hasil kuesioner responden dan hasil wawancara.
2. Data sekunder
Data sekunde merupakan bersumber dari dokumen laporan, peraturan-peraturan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan hasil wawancara.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Tabel 4
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan	Berwujud (<i>Tangible</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi bank yang strategis - Fasilitas transaksi perbankan yang nyaman. - Daya tarik visual. 	Ordinal
	Keandalan (<i>Reliability</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan. - Kesiapan untuk merespon permintaan nasabah. - Sikap karyawan yang ramah. 	Ordinal
	Daya Tangkap (<i>Responsiveness</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Kesiediaan untuk membantu nasabah. - Karyawan tanggap dalam keluhan nasabah - Proses pelayanan yang cepat 	Ordinal
	Jaminan (<i>Assurance</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat nasabah merasa nyaman dalam bertransaksi. - Membuat nasabah merasa aman dalam bertansaksi. - Karyawan bersikap sopan. 	Ordinal
	Empati (<i>Emphaty</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan perhatian kepada nasabah. - Membantu nasabah dengan tulus. - Karyawan memahami kebutuhan nasabah. 	Ordinal
Kepuasan	Kinerja Harapan	<ul style="list-style-type: none"> - Indeks kepuasan konsumen 	Ordinal

3.5. Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang masih aktif pada PT. BPRS Amanah Ummah pertahun 2016. Dalam penentuan ukuran sampel dari populasi digunakan rumus Slovin, yaitu:

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

Artinya:

n: Ukuran sampel.

N: Ukuran populasi.

e : Error atau nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan, atau % tingkat kesalahan atau error yang masih dapat ditolerir (=1%,5%,10%).

Presisi yang digunakan peneliti adalah sebesar 10%. Jumlah nasabah yang masih aktif di PT. BPRS Amanah Ummah periode 2016 yaitu 3.186 nasabah. Berdasarkan rumus tersebut jumlah sampel yang diperoleh dalam penelitian ini dengan nilai presisi yang di tetapkan sebesar 10% adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{3816}{1 + (3816)(0.10)^2}$$

$$n = 97.446$$

Maka sampel di bulatkan menjadi 100. Dengan demikian peneliti membutuhkan sebanyak 100 orang nasabah sebagai sampel.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Data Primer yaitu bahan yang meliputi :

a. Wawancara

Wawancara yang dilakukan terhadap pihak-pihak yang berwenang dan berkepentingan.

b. Kuisioner

Kuisioner yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan data atau informasi mengenai kualitas pelayanan.

Tabel 5
Skala Likert Pelayanan

Pilihan	Inisial	Skala
Sangat Baik	SB	4
Baik	B	3
Tidak Baik	TB	2
Sangat Tidak Baik	STB	1

Tabel 6
Skala Likert Kepuasan

Pirhan	Inisial	Skala
Sangat Puas	SP	4
Puas	P	3
Tidak Puas	TP	2
Sangat Tidak Puas	STP	1

Total dari nilai jawaban setiap butir pertanyaan kemudian dibulatkan rentang skala untuk mengetahui tanggapan total respon.

2. Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder yang dilakukan secara manual dengan memfotocopy buku atau literature atau laporan dari perusahaan dan mengumpulkan data dengan mengunduh (mendownload) media online internet berupa data dari media massa cetak atau resmi perusahaan.

3.7. Metode Pengolahan dan Analisis Data

1. Uji Validitas

Pengujian validitas instrument menggunakan *Analyst Correlate Bivariate* untuk mencari *correlation coefficient* dari *correlation rank spearman* dengan SPSS. Kemudian dibandingkan dengan nilai r table untuk 10% atau $\alpha = 0,10$ dengan derajat kebebasan ($df/dk = n - 2$) sehingga didapat r tabel. Untuk pernyataan dengan koefisien korelasi r hitung $>$ r table maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Jumlah responden yang digunakan untuk uji validitas sebanyak 30 orang, maka nilai r table dapat ditentukan dari: $df/dk = n - 2 = 30 - 2 = 28$

Nilai r table dengan $df/dk = 28$ adalah 0,306. Jadi, jika r hitung $>$ 0,306 maka item pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 7
Uji Validitas

No	INDIKATOR	Corrected item. Total correlation	
	Nilai yang diharapkan (r tabel)	>0.306	
TANGIBLE (BUKTI NYATA)			
1	Penampilan karyawan yang bersih, rapih dan tidak berlebihan	0.840	Valid
2	Kebersihan dan kenyamanan ruangan transaksi perbankan	0.840	Valid
3	Tersedia lahan parkir yang memadai	0.698	Valid
4	Logo/papan nama PT. BPRS Amanah Ummah dapat dilihat dengan jelas	0.686	Valid

RELIABILITY (KEHANDALAN)			
5	Kesediaan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah	0.517	Valid
6	Prosedur perbankan yang tidak berbelit-belit	0.490	Valid
7	Taller dan customer service melayani nasabah sesuai dengan nomor urut antrian	0.525	Valid
8	Kemudahan nasabah dalam mendapatkan informasi perbankan	0.712	Valid
RESPONSIVENESS (KETANGGAPAN)			
9	Nasabah tidak perlu lama untuk mendapatkan pelayanan	0.638	Valid
10	Tersedianya saluran telepon (<i>call center</i>) untuk melayani nasabah	0.539	Valid
11	Taller melakukan transaksi dalam waktu 1-5 menit	0.476	Valid
12	Pelayanan tepat waktu	0.624	Valid
ASSURANCE (JAMINAN)			
13	Tingkat bunga di PT. BPRS Amanah Ummah lebih rendah dari bank lain	0.514	Valid
14	Nasabah mendapat jaminan BPRS oleh LPS	0.660	Valid
15	Nasabah merasa aman/nyaman saat bertransaksi	0.539	Valid
16	Bank memiliki telepon layanan nasabah untuk 24 jam	0.402	Valid
EMPATHY (EMPATI)			
17	Karyawan memahami apa yang menjadi kebutuhan nasabah	0.387	Valid
18	Jika ada nasabah yang ulang tahun karyawan memberikan ucapan selamat	0.465	Valid
19	Karyawan bersikap sopan dan adil	0.652	Valid
20	Karyawan memberikan senyuman dan salam kepada nasabah	0.396	Valid

Sumber : hasil data diolah (2017)

Berdasarkan pada tabel 7 dapat diketahui bahwa pernyataan dalam setiap variable dengan nilai r hitung $> 0,306$ nilai r tabel, maka pertanyaan yang diajukan peneliti pada indikator variabel yang diuji kepada 30 responden dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan untuk menguji seberapa konsisten satu atau seperangkat pengukuran mengukur suatu konsep yang diukur. Reliabilitas instrument dilihat dari *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$.

Tabel 8
Uji Reabilitas Variabel Penelitian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.773	20

Sumber : hasil data diolah (2017)

Metode analisis yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam dan obyektif mengenai kualitas pelayanan PT. BPRS Amanah Ummah terhadap kepuasan nasabah.
2. Metode analisis Tanggapan Total Responden dengan rumus :

Tanggapan Total Responden

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100 \%$$

Yang bertujuan untuk mengetahui nilai tanggapan responden, setelah itu menghitung rata-rata indeks variabel bebas dan tidak bebas untuk mengetahui bagaimana keadaan variabelnya.

3. Kolerasi Rank Spearman yang bertujuan untuk menganalisis ada tidaknya hubungan antara variabel. Serta untuk mengetahui keeratan atau derajat hubungan antara kualitas pelayanan (variabel X) dengan kepuasan konsumen (variabel Y), dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Dimana :

r_s = koefisien korelasi Spearman

Σ = notasi jumlah

d_i = perbedaan ranking antara pasangan data

n = banyaknya pasangan data

4. Uji Hipotesis dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis, yaitu menentukan ada tidaknya hubungan kualitas pelayanan (terikat) dengan kepuasan konsumen (bebas). Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, berdasarkan perumusan hipotesis yaitu :

H_0 : Tidak ada hubungan antara kualitas pelayan terhadap kepuasan konsumen.

H_1 : Ada hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1. Sejarah Bank PT. BPRS Amanah Ummah

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Amanah Ummah atau disingkat dengan BPR Syariah Amanah Ummah adalah salah satu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang tumbuh di Indonesia khususnya wilayah Bogor Barat yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam yang bertujuan diantaranya menumbuhkan ekonomi masyarakat atas dasar syariah Islam sebagaimana telah diatur dalam Undang-undang nomor 10 tahun 1998.

Sebagai bangsa yang mayoritas penduduknya beragama Islam, maka kehadiran Bank Syariah di Indonesia yang diyakini prinsip-prinsip dan operasionalnya sesuai dengan syariah Islamiyah adalah suatu kebutuhan sekaligus suatu keharusan. Hal ini didasarkan pada suatu keyakinan ummat yang kuat bahwa ajaran Islam adalah ajaran yang tidak hanya mengatur masalah aqidah dan akhlak juga mengatur ibadah dan muamalah dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk kehidupan sosial-ekonomi. Akan tetapi dilihat dari realitas kehidupan masyarakatnya yang serba tertinggal, baik dilihat dari sisi ekonomi maupun yang lainnya tidak mencerminkan nilai-nilai syariah.

Pada awal Februari 1991 dibentuk tim untuk menyusun proposal pendirian Bank Syariah, pada bulan Juli 1991 proposal diajukan ke Departemen Keuangan Republik Indonesia, Alhamdulillah pada tanggal 16 Desember 1991 terbit izin prinsip dari Departemen Keuangan Republik Indonesia, dan pada tanggal 18 Mei 1992 bertepatan dengan tanggal 02 Muharram 1413 H terbit izin operasional usaha Bank, akhirnya pada tanggal 11 Juli 1992 diadakan soft opening sekaligus mulai melakukan operasionalnya. Sedangkan peresmianya dilaksanakan pada tanggal 8 Agustus 1992 oleh Bapak Bupati Kepala Daerah Tingkat II Kabupaten Bogor, yang saat itu dijabat oleh bapak Eddi Yoso Martadipura. Dengan demikian BPR Syariah Amanah Ummah lahir dan beroperasi dengan semangat (ghirah) keagamaan dan keinginan yang kuat untuk memperbaiki kehidupan ekonomi ummat Islam.

Visi

Menjadi BPR Syariah Pilihan Ummat, Menjadi BPR Syariah yang Amanah dan Profesional

Misi

Membangun Kualitas Kehidupan Ummat Melalui Perbankan Syariah

Moto Kerja

Meraih Laba, Menepis Riba, Mengundang Berkah

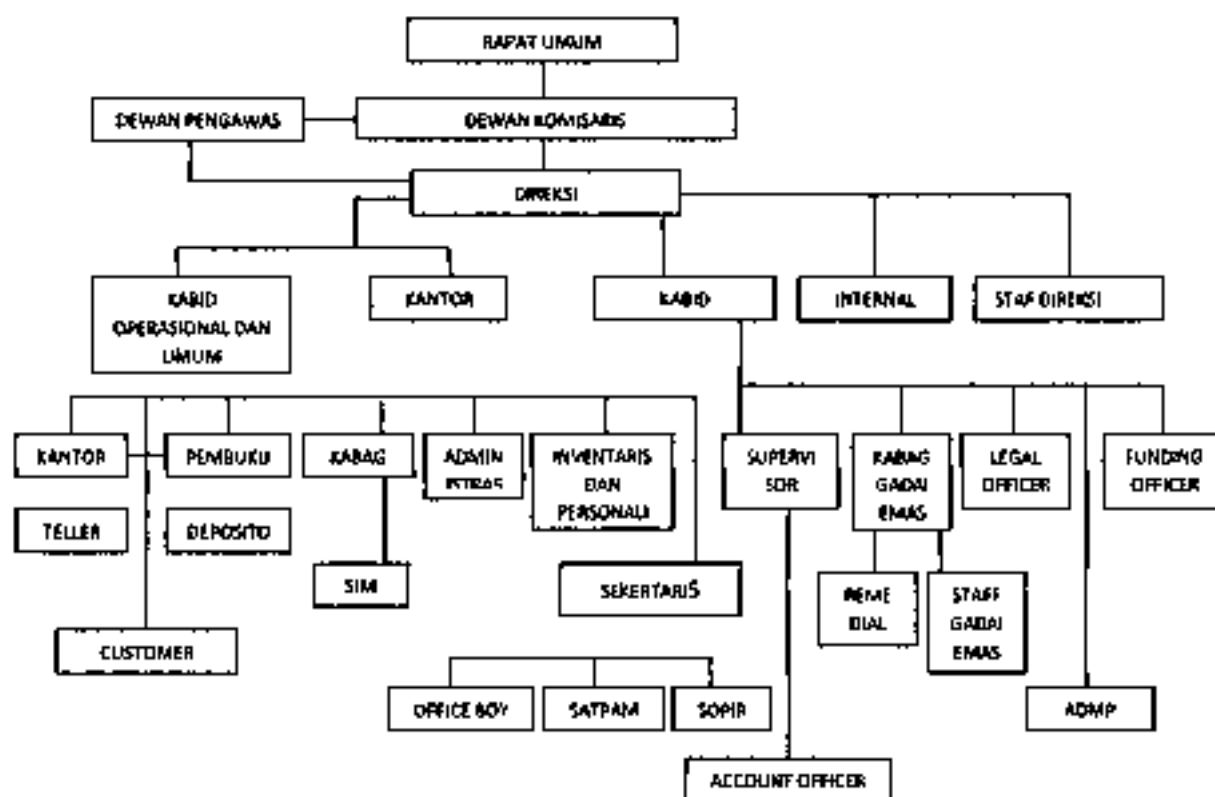
4.1.2. Lokasi Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini, maka penulis melakukan penelitian pada PT. BPRS Amanah Ummah. Yang merupakan salah satu bank perkreditan rakyat yang berbasis syariah yang berlokasi/tempat di Jalan Raya Leuwiliang No.1 Kabupaten Bogor.

4.1.3. Straktar Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu hubungan dan susunan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi ataupun perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan tertentu. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi. Semua perusahaan memiliki hirarki yang jelas mengenai pembagian tugas dan tanggung jawab dalam menjalankan perusahaan.

Berikut adalah gambar struktur organisasi PT. BPRS Amanah Ummah pada gambar 3.



Gambar 3
Struktur Organisasi BPRS Amanah Ummah
Sumber : PT. BPRS Amanah Ummah 2017

1. Dewan Komisaris

- Melakukan pengawasan terhadap pengurusan operasional bank yang dilakukan direksi serta member nasihat kepada Direksi termasuk mengenai rencana kerja.
- Meneliti dan menelaah laporan tahunan yang disiapkan Direksi serta menandatangani laporan tahunan tersebut.
- Memonitor perkembangan kegiatan Bank.
- Melakukan kajian dan memberikan pendapat tentang strategi usaha yang diterapkan Bank.
- Melakukan penitaaian, memberikan pendapat serta nasihat atas rancangan Bussines Plan dan penjabarannya kedalam Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan Bank (RKAT)
- Menyyclnggarkan rapat umum luar biasa para pemegang saham dalam hal pembebasan tugas dan kewajiban direksi

2. Direksi

- Merumuskan dan mengusulkan kebijaksanaan umum bank syariah untuk masa yang akan datang yang disetujui oleh Dewan Komisaris serta disahkan dalam RUPS, agar tercapai tujuan serta kontinuitas operasional perusahaan.
- Melaksanakan prinsip-prinsip *Good Corporate governance* dalam setiap usaha kegiatan bank pada seluruh tingkatan atau jenjang organisasi.
- Menindaklanjuti temuan audit dan rekomendasi dari satuan kerja audit intern bank, auditor eksternal, hasil pengawasan otoritas jasa keuangan dan hasil pengawasan otoritas lain.
- Mengungkapkan kepada pegawai kebijakan bank yang bersifat strategis dibidang kepegawaian.
- Menyediakan data dan informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu kepada Dewan Komisaris.
- Menyusun rencana bisnis secara realistis dengan memperhatikan faktor eksternal dan internal yang mempengaruhi kelangsungan usaha bank serta tetap memperhatikan prinsip kehati-hatian dan azas perbankan yang sehat. Rencana bisnis tersebut telah mendapat persetujuan dari komisaris.

3. Kabid Operasional dan Umum

a. Kabid Operasional

- Melaksanakan supervisi terhadap setiap pelayanan dan pengamanan jasa-jasa perbankan dari setiap unit/bagian yang berada di bawah tanggung jawabnya.
- Melakukan monitoring, evaluasi, review dan kondisi terhadap pelaksanaan tugas-tugas pelayanan di bidang operasional.

- Membantu pelayanan secara aktif atas tugas-tugas harian setiap unit/bagian yang berada di bawah tanggung jawabnya.
 - Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh direksi sepanjang tugas-tugas tersebut masih dalam ruang lingkup dan fungsi Kepala Bidang Operasional.
- b. Kabid Umum**
- Menginventarisasikan kebutuhan-kebutuhan karyawan dan/atau perusahaan dan kemudian menyediakannya sepanjang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
 - Melakukan pengadaan/pembelian serta pembukuan dan melakukan penyusunan atas setiap harta/inventaris kantor sesuai dengan ketentuan yang berlaku tentang penyusunan tersebut serta dengan memertatkan pengendalian biaya.
 - Memberikan saran, pendapat, atau opini terhadap setiap masalah yang timbul dalam ruang lingkup tugas dengan baik.
 - Memelihara/ menjaga harta inventaris kantor agar tetap dalam kondisi yang baik, dan bertanggung jawab atas keamanan harta/peralatan tersebut
 - Menyiapkan, melakukan pembayaran gaji karyawan sesuai dengan ketentuan direksi.
- 4. Kabid Supervisor**
- Mengatur kerjanya para bawahannya (staf).
 - Membuat Job Descriptions untuk Staf Bawahannya.
 - Bertanggung jawab atas hasil kerja Staf.
 - Memberi motivasi kerja kepada Staf Bawahannya.
 - Membuat Jadwal Kegiatan Kerja untuk karyawan.
- 5. Legal Officer**
- Sebagai konsultan hukum perusahaan, yaitu memberikan nasihat atau opini hukum kepada pemimpin perusahaan.
 - Sebagai advokat perusahaan, yaitu mewakili perusahaan jika terjadi masalah di pengadilan.
 - Sebagai pelaksana perusahaan, yaitu menyiapkan dan mengurus perizinan.
- 6. ADM (Administrasi) Perkantoran**
- Melakukan pembuatan dan penyimpanan file-file administrasi baik berupa soft file maupun dalam bentuk berkas.
 - Menggolongkan atau mengklasifikasikan dokumen secara sistematis.
 - Menerima surat masuk dari dalam maupun luar dan mengantarkannya kepada pihak yang lebih berwenang.
 - Menerima disposisi dari surat sekaligus menindaklanjutinya.

7. *Funding Officer*

- Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan menawarkan produk yang sesuai, serta melakukan penetrasi (pengendalian) pasar.
- Mengelola account nasabah sesuai dengan service standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan
- Melakukan pencegahan dan diteksi dini terhadap proses kredit, agar berjalan sesuai ketentuan.
- Melakukan pendekatan secara rutin terhadap nasabah ataupun pihak ketiga, sehingga membuat mereka loyal terhadap perusahaan dimana seorang *Funding Officer* bekerja.

4.2. Karakteristik Responden

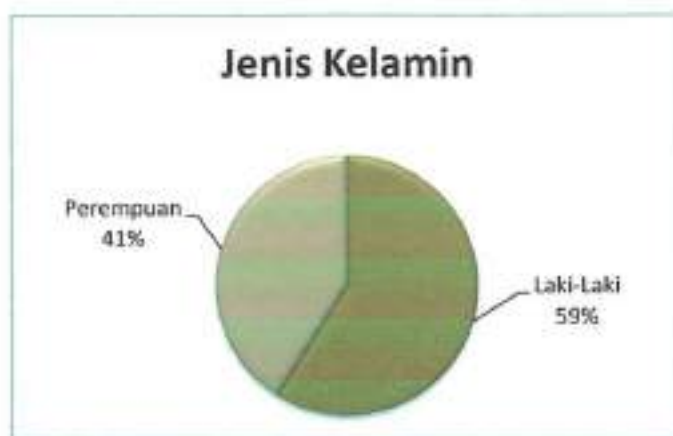
Karakteristik responden yang diteliti mencakup jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Berikut hasil data karakteristik responden yang merupakan nasabah dari PT. BPRS Amanah Ummah sebanyak 100 responden.

1. Jenis Klamim Responden

Tabel 9
Jenis kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Peresente (%)
1	Laki-Laki	59	59
2	Perempuan	41	41
Jumlah		100	100

Sumber : Data olahan tahun 2018



Gambar 4
Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa responden Laki-Laki sebanyak 59 orang (59%), sedangkan responden Perempuan sebanyak 41 (41%). Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas nasabah PT. BPRS Amanah Ummah adalah Laki-laki.

2. Umur Responden

Tabel 10
Umur Responden

No	Umur Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	<20 Tahun	5	5
2	21 - 30 Tahun	27	27
3	31 - 40 Tahun	34	34
4	41 - 50 Tahun	20	20
5	>50 Tahun	14	14
Jumlah		100	100

Sumber : Data olahan 2018



Gambar 5
Umur Responden

Berdasarkan data diatas dapat diketahui jumlah usia responden terbesar yaitu 31-40 tahun sebanyak 34 orang (34%), selanjutnya kedua adalah responden berusia 21-30 tahun sebanyak 27 orang (27%), ketiga adalah responden berusia 41-50 tahun sebanyak 20 orang (20%), keempat adalah responden berusia >50 tahun sebanyak 14 orang (14%), dan yang terakhir adalah responden berusia <20 tahun sebanyak 5 orang (5%).

3. Pendidikan Terakhir

Tabel 11
Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	SD / sederajat	16	16
2	SLTP / sederajat	19	19
3	SLTA / sederajat	34	34
4	Diploma(D1 – D3)	8	8
5	Sarjana (S1)	23	23
Jumlah		100	100

Sumber : Data olahan 2018



Gambar 6
Pendidikan Terakhir Responden

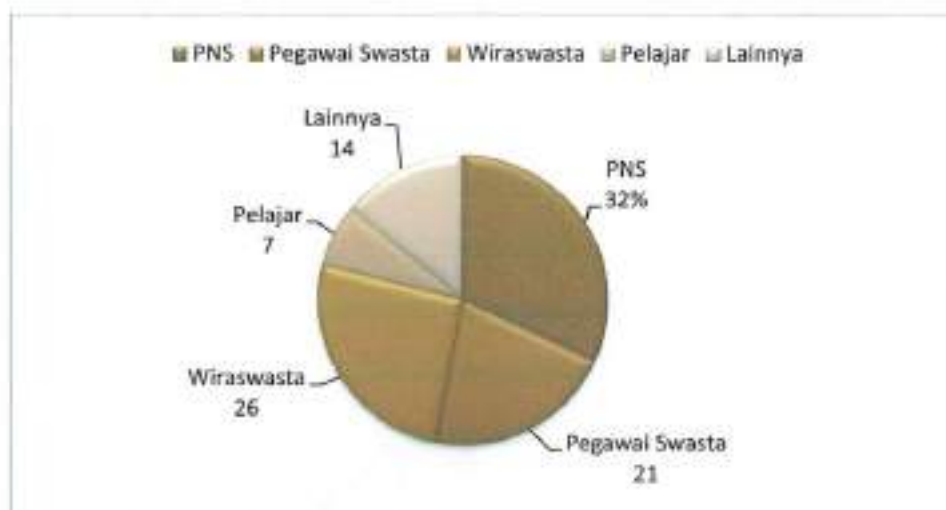
Berdasarkan data diatas dapat diketahui jumlah pendidikan terakhir responden terbesar pertama adalah SLTA sebanyak 34 orang (34%), kedua adalah responden Sarjana sebanyak 23 orang (23%), ketiga adalah SLTP sebanyak 19 orang (19%), dan yang keempat adalah SD sebanyak 16 orang (16%) serta yang terakhir adalah Diploma sebanyak 8 orang (8%).

4. Pekerjaan

Tabel 12

No	Pekerjaan Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Pegawai Negri	32	32
2	Pegawai Swasta	21	21
3	Wiraswasta	26	26
4	Pelajar	7	7
5	Lainnya	14	14
Jumlah		100	100

Sumber: Data olahan 2018



Gambar 7
Pekerjaan Responden

Berdasarkan hasil data diatas dapat disimpulkan bahwa pekerjaan responden terbanyak adalah responden Pegawai Negri sebanyak 32 orang (32%), selanjutnya kedua adalah Wiraswasta sebanyak 26 orang (26%), yang ketiga adalah Pegawai Swasta sebanyak 21 orang (21%), berikutnya adalah Lainnya sebanyak 14 orang (14%), selanjutnya yang kelima adalah Pelajar sebanyak 7 orang (7%).

4.3. Pembahasan

4.3.1. Kualitas Pelayanan PT. BPRS Amanah Ummah

Berikut ini merupakan tanggapan responden mengenai pernyataan variabel Kualitas Pelayanan pada PT. BPRS Amanah Ummah

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

a. Penampilan Karyawan yang Bersih dan Tidak Berlebihan

Tabel 13
Persepsi Responden Mengenai Bukti Fisik (*Tangibles*)
Penampilan Karyawan Yang Bersih Dan Tidak Berlebihan

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	12	48	12
Baik	3	48	144	48
Tidak Baik	2	32	64	32
Sangat Tidak Baik	1	8	8	8
Jumlah		100	264	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa penampilan karyawan yang bersih dan tidak berlebihan, dibuktikan dengan 12% menyatakan sangat baik, 48% menyatakan baik, serta 32% menyatakan tidak baik, dan 8% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan penampilan karyawan yang bersih dan tidak berlebihan.

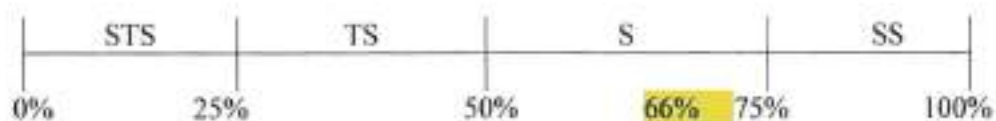
Jumlah skor total adalah 264 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "penampilan karyawan yang bersih dan tidak berlebihan" adalah :

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{264}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 66\%$$



Tabel 14
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74	66	Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa penampilan karyawan yang bersih dan tidak berlebihan sebesar

66% menyatakan setuju terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan hasil responden tersebut dapat dikatakan baik.

b. Kebersihan dan Kenyamanan Ruang Transaksi Perbankan

Tabel 15
Persepsi Responden Mengenai Bukti Fisik (*Tangibles*)
Kebersihan Dan Kenyamanan Ruang Transaksi Perbankan

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	9	36	9
Baik	3	32	96	32
Tidak Baik	2	45	90	45
Sangat Tidak Baik	1	14	14	14
Jumlah		100	236	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa kebersihan dan kenyamanan ruangan transaksi perbankan, dibuktikan dengan 9% menyatakan sangat baik, 32% menyatakan baik, serta 45% menyatakan tidak baik, dan 14% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan penampilan karyawan yang bersih dan tidak berlebihan.

Jumlah skor total adalah 236 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "kebersihan dan kenyamanan ruangan transaksi perbankan" adalah :
Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{236}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 59\%$$



Tabel 16
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74	59	Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa kebersihan dan kenyamanan ruangan transaksi perbankan sebesar

59% menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan hasil responden tersebut dapat dikatakan baik.

c. Tersedia Lahan Parkir Yang Memadai

Tabel 17
Persepsi Responden Mengenai Bukti Fisik (*Tangibles*)
Tersedia Lahan Parkir Yang Memadai

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	3	12	3
Baik	3	24	72	24
Tidak Baik	2	39	78	39
Sangat Tidak Baik	1	34	34	34
Jumlah		100	196	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa tersedia lahan parkir yang memadai, dibuktikan dengan 3% menyatakan sangat baik, 24% menyatakan baik, serta 39% menyatakan tidak baik, dan 34% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan lahan parkir yang memadai.

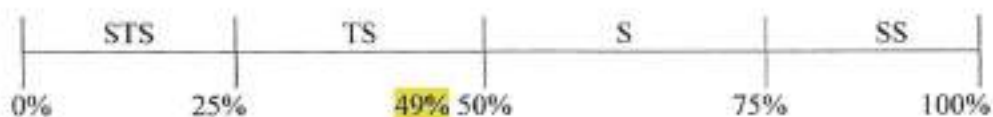
Jumlah skor total adalah 196 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "tersedia lahan parkir yang memadai" adalah :

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{196}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 49\%$$



Tabel 18
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74		Baik
25 – 49	49	Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa lahan parkir yang memadai sebesar 49% menyatakan baik

terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan kurang baik.

d. Logo/Papan Nama PT. BPRS Amanah Ummah Dapat Dilihat Dengan Jelas

Tabel 19
Persepsi Responden Mengenai Bukti Fisik (*Tangibles*)
Logo/Papan Nama PT. BPRS Amanah Ummah Dapat Dilihat Dengan Jelas

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	2	8	2
Baik	3	21	63	21
Tidak Baik	2	51	102	51
Sangat Tidak Baik	1	26	26	26
Jumlah		100	199	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa logo/papan nama pt. bprs amanah ummah dapat dilihat dengan jelas, dibuktikan dengan 2% menyatakan sangat baik, 21% menyatakan baik, serta 51% menyatakan tidak baik, dan 26% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan logo/papan nama pt. bprs amanah ummah dapat dilihat dengan jelas.

Jumlah skor total adalah 199 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "logo/papan nama pt. bprs amanah ummah dapat dilihat dengan jelas" adalah :

$$\text{Tanggapan Total Responden:} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{199}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 49,75\%$$



Tabel 20
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74		Baik
25 – 49	49,75	Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa /papan nama pt. bprs amanah ummah dapat dilihat dengan jelas

sebesar 49,75% menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan kurang baik.

2. **Kehandalan (*Reliability*)**

a. **Kesediaan Karyawan Untuk Berkomunikasi Dengan Nasabah**

Tabel 21
Persepsi Responden Mengenai Kehandalan (*Reliability*)
Kesediaan Karyawan Untuk Berkomunikasi Dengan Nasabah

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	7	28	7
Baik	3	43	129	43
Tidak Baik	2	35	70	35
Sangat Tidak Baik	1	15	15	15
Jumlah		100	242	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa kesediaan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah, dibuktikan dengan 7% menyatakan sangat baik, 43% menyatakan baik, serta 35% menyatakan tidak baik, dan 15% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan kesediaan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah.

Jumlah skor total adalah 242 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "Kesediaan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah" adalah :

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{242}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 60,5\%$$



Tabel 22
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74	60,5	Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa kesediaan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah sebesar

60,5% menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan baik.

b. Prosedur Perbankan yang Tidak Berbelit-Belit.

Tabel 23
Persepsi Responden Mengenai Keandalan (*Reliability*)
Prosedur Perbankan yang Tidak Berbelit-Belit

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	14	56	14
Baik	3	56	168	56
Tidak Baik	2	22	44	22
Sangat Tidak Baik	1	8	8	8
Jumlah		100	276	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa prosedur perbankan yang tidak berbelit-belit, dibuktikan dengan 14% menyatakan sangat baik, 56% menyatakan baik, serta 22% menyatakan tidak baik, dan 8% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan prosedur perbankan yang tidak berbelit-belit.

Jumlah skor total adalah 276 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "prosedur perbankan yang tidak berbelit-belit" adalah :

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{276}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 69\%$$



Tabel 24
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74	69	Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa prosedur perbankan yang tidak berbelit-belit sebesar 69%

menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan baik.

- c. Taller dan Customer Service Melayani Nasabah Sesuai Dengan Nomor Urut Antrian.

Tabel 25
Persepsi Responden Mengenai Keandalan (*Reliability*)
Taller dan Customer Service Melayani Nasabah Sesuai Dengan Nomor Urut Antrian

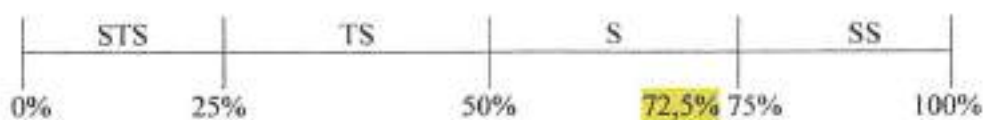
Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	16	64	16
Baik	3	62	186	62
Tidak Baik	2	18	36	18
Sangat Tidak Baik	1	4	4	4
Jumlah		100	290	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa taller dan customer service melayani nasabah sesuai dengan nomor urut antrian, dibuktikan dengan 16% menyatakan sangat baik, 62% menyatakan baik, serta 18% menyatakan tidak baik, dan 4% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan taller dan customer service melayani nasabah sesuai dengan nomor urut antrian.

Jumlah skor total adalah 290 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "taller dan customer service melayani nasabah sesuai dengan nomor urut antrian" adalah:

$$\begin{aligned} \text{Tanggapan Total Responden} &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Yetinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{290}{4 \times 100} \times 100\% \\ &= 72,5\% \end{aligned}$$



Tabel 26
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74	72,5	Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa taller dan customer service melayani nasabah sesuai dengan

nomor urut antrian sebesar 72,5% menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan baik.

d. Kemudahan Nasabah Dalam Mendapatkan Informasi Perbankan.

Tabel 27
Persepsi Responden Mengenai Kehandalan (*Reliability*)
Kemudahan Nasabah Dalam Mendapatkan Informasi Perbankan

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	2	8	2
Baik	3	27	81	27
Tidak Baik	2	47	94	47
Sangat Tidak Baik	1	24	24	24
Jumlah		100	207	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa kemudahan nasabah dalam mendapatkan informasi perbankan. dibuktikan dengan 2% menyatakan sangat baik, 27% menyatakan baik, serta 47% menyatakan tidak baik, dan 24% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan kemudahan nasabah dalam mendapatkan informasi perbankan.

Jumlah skor total adalah 207 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "kemudahan nasabah dalam mendapatkan informasi perbankan" adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{207}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 51,75\%$$



Tabel 28
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74	51,75	Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa kemudahan nasabah dalam mendapatkan informasi perbankan

sebesar 51,75% menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan baik.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

a. Nasabah Tidak Perlu Lama Untuk Mendapatkan Pelayanan

Tabel 29
Persepsi Responden Mengenai Ketanggapan (*Responsiveness*)
Nasabah Tidak Perlu Lama Untuk Mendapatkan Pelayanan

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	4	16	4
Baik	3	43	129	43
Tidak Baik	2	30	60	30
Sangat Tidak Baik	1	23	23	23
Jumlah		100	228	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan nasabah tidak perlu lama untuk mendapatkan pelayanan. dibuktikan dengan 4% menyatakan sangat baik, 43% menyatakan baik, serta 30% menyatakan tidak baik, dan 23% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan nasabah tidak perlu lama untuk mendapatkan pelayanan.

Jumlah skor total adalah 228 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "nasabah tidak perlu lama untuk mendapatkan pelayanan" adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{228}{4 \times 100} \times 100\% \\
 &= 57\%
 \end{aligned}$$



Tabel 30
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74	57	Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa nasabah tidak perlu lama untuk mendapatkan pelayanan sebesar

57% menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan baik.

b. Tersedianya Saluran Telpon (*Call Center*) Untuk Melayani Nasabah

Tabel 31
Persepsi Responden Mengenai Ketanggapan (*Responsiveness*)
Tersedianya Saluran Telpon (*Call Center*) Untuk Melayani Nasabah

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	10	40	10
Baik	3	67	201	67
Tidak Baik	2	19	38	19
Sangat Tidak Baik	1	4	4	4
Jumlah		100	283	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan tersedianya saluran telpon (*call center*) untuk melayani nasabah. dibuktikan dengan 10% menyatakan sangat baik, 67% menyatakan baik, serta 19% menyatakan tidak baik, dan 4% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan tersedianya saluran telpon (*call center*) untuk melayani nasabah.

Jumlah skor total adalah 283 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "tersedianya saluran telpon (*call center*) untuk melayani nasabah" adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{283}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 70,75\%$$



Tabel 32
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74	70,75	Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa tersedianya saluran telpon (*call center*) untuk melayani nasabah

sebesar 70,75% menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan baik.

c. Taller Melakukan Transaksi Dalam Waktu 1-5 Menit

Tabel 33
Persepsi Responden Mengenai Ketanggapan (*Responsiveness*)
Taller Melakukan Transaksi Dalam Waktu 1-5 Menit

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	2	8	2
Baik	3	27	81	27
Tidak Baik	2	43	86	43
Sangat Tidak Baik	1	28	28	28
Jumlah		100	203	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan taller melakukan transaksi dalam waktu 1-5 menit. dibuktikan dengan 2% menyatakan sangat baik, 27% menyatakan baik, serta 43% menyatakan tidak baik, dan 28% menyatakan sangat tidak baik dengan taller melakukan transaksi dalam waktu 1-5 menit.

Jumlah skor total adalah 203 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "taller melakukan transaksi dalam waktu 1-5 menit" adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{203}{4 \times 100} \times 100\% \\
 &= 50,75\%
 \end{aligned}$$



Tabel 34
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74	50,75	Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa taller melakukan transaksi dalam waktu 1-5 menit sebesar 50,75%

menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan baik.

d. Pelayanan Tepat Waktu

Tabel 35
Persepsi Responden Mengenai Ketanggapan (*Responsiveness*)
Pelayanan Tepat Waktu

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	1	4	1
Baik	3	25	75	25
Tidak Baik	2	45	90	45
Sangat Tidak Baik	1	29	29	29
Jumlah		100	198	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan pelayanan tepat waktu, dibuktikan dengan 1% menyatakan sangat baik, 25% menyatakan baik, serta 45% menyatakan tidak baik, dan 29% menyatakan sangat tidak baik dengan pelayanan tepat waktu.

Jumlah skor total adalah 198 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "pelayanan tepat waktu" adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{198}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 49,5\%$$



Tabel 36
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74		Baik
25 – 49	49,5	Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa pelayanan tepat waktu sebesar 49,5% menyatakan baik terhadap

kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan kurang baik.

4. Jaminan (*Assurance*)

a. Tingkat Bunga Di PT. BPRS Amanah Ummah Lebih Rendah Dari Bank Lain

Tabel 37
Persepsi Responden Mengenai Jaminan (*Assurance*)
Tingkat Bunga Di PT. BPRS Amanah Ummah Lebih Rendah Dari Bank Lain

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	12	48	12
Baik	3	70	210	70
Tidak Baik	2	16	32	16
Sangat Tidak Baik	1	2	2	2
Jumlah		100	292	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa tingkat bunga di PT. BPRS Amanah Ummah lebih rendah dari bank lain. dibuktikan dengan 12% menyatakan sangat baik, 70% menyatakan baik, serta 16% menyatakan tidak baik, dan 2% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan Tingkat bunga di PT. BPRS Amanah Ummah lebih rendah dari bank lain.

Jumlah skor total adalah 292 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "Tingkat bunga di PT. BPRS Amanah Ummah lebih rendah dari bank lain" adalah:

$$\begin{aligned} \text{Tanggapan Total Responden:} &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{292}{4 \times 100} \times 100\% \\ &= 73\% \end{aligned}$$



Tabel 38
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74	73	Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa tingkat bunga di PT. BPRS Amanah Ummah lebih rendah dari

bank lain sebesar 73% menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan baik.

b. Nasabah Mendapat Jaminan BPRS Oleh LPS

Tabel 39
Persepsi Responden Mengenai Jaminan (*Assurance*)
Nasabah Mendapat Jaminan BPRS Oleh LPS

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	15	60	15
Baik	3	73	219	73
Tidak Baik	2	10	20	10
Sangat Tidak Baik	1	2	2	2
Jumlah		100	301	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa nasabah mendapat jaminan BPRS oleh LPS. dibuktikan dengan 15% menyatakan sangat baik, 73% menyatakan baik, serta 10% menyatakan tidak baik, dan 2% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan nasabah mendapat jaminan BPRS oleh LPS.

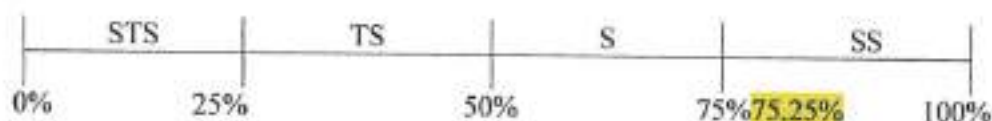
Jumlah skor total adalah 301 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "nasabah mendapat jaminan BPRS oleh LPS" adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{301}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 75,25\%$$



Tabel 40
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100	75,25	Sangat Baik
50 – 74		Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa nasabah mendapat jaminan BPRS oleh LPS sebesar 75,25%

menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan sangat baik.

c. Bank Memiliki Telpn Layanan Nasabah Untuk 24 Jam

Tabel 41
Persepsi Responden Mengenai Jaminan (*Assurance*)
Bank Memiliki Telpn Layanan Nasabah Untuk 24 Jam

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	4	16	4
Baik	3	24	72	24
Tidak Baik	2	38	76	38
Sangat Tidak Baik	1	34	34	34
Jumlah		100	198	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa bank memiliki telpn layanan nasabah untuk 24 jam dibuktikan dengan 4% menyatakan sangat baik, 24% menyatakan baik, serta 38% menyatakan tidak baik, dan 34% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan bank memiliki telpn layanan nasabah untuk 24 jam.

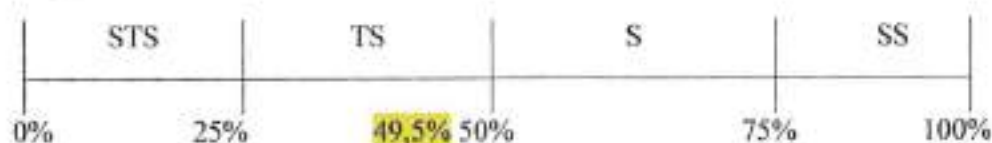
Jumlah skor total adalah 198 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "bank memiliki telpn layanan nasabah untuk 24 jam" adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{198}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 49,5\%$$



Tabel 42
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74		Baik
25 – 49	49,5	Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa bank memiliki telpn layanan nasabah untuk 24 jam sebesar

49,5% menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan kurang baik.

d. Nasabah Merasa Aman/Nyaman Saat Bertransaksi

Tabel 43
Persepsi Responden Mengenai Jaminan (*Assurance*)
Nasabah Merasa Aman/Nyaman Saat Bertransaksi

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	9	36	9
Baik	3	83	249	83
Tidak Baik	2	7	14	7
Sangat Tidak Baik	1	1	1	1
Jumlah		100	300	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa nasabah merasa aman/nyaman saat bertransaksi. dibuktikan dengan 9% menyatakan sangat baik, 83% menyatakan baik, serta 7% menyatakan tidak baik, dan 1% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan nasabah mendapat jaminan BPRS oleh LPS.

Jumlah skor total adalah 300 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "nasabah merasa aman/nyaman saat bertransaksi" adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{300}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 75\%$$



Tabel 44
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100	75	Sangat Baik
50 – 74		Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa nasabah merasa aman/nyaman saat bertransaksi sebesar 75%

menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan sangat baik.

5. Empati (*Empathy*)

a. Karyawan Memahami Apa Yang Menjadi Kebutuhan Nasabah

Tabel 45
Persepsi Responden Mengenai Empati (*Empathy*)
Karyawan Memahami Apa Yang Menjadi Kebutuhan Nasabah

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	5	20	5
Baik	3	36	108	36
Tidak Baik	2	46	92	46
Sangat Tidak Baik	1	13	13	13
Jumlah		100	233	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa karyawan memahami apa yang menjadi kebutuhan nasabah. dibuktikan dengan 5% menyatakan sangat baik, 36% menyatakan baik, serta 46% menyatakan tidak baik, dan 13% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan karyawan memahami apa yang menjadi kebutuhan nasabah

Jumlah skor total adalah 233 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "karyawan memahami apa yang menjadi kebutuhan nasabah" adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{233}{4 \times 100} \times 100 \%$$

$$= 58,25\%$$



Tabel 46
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74	58,25	Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa nasabah karyawan memahami apa yang menjadi kebutuhan

nasabah sebesar 58,25% menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan baik.

- b. Jika Ada Nasabah Yang Ulang Tahun Karyawan Memberikan Ucapan Selamat

Tabel 47
Persepsi Responden Mengenai Empati (*Empathy*)
Jika Ada Nasabah Yang Ulang Tahun Karyawan Memberikan Ucapan Selamat

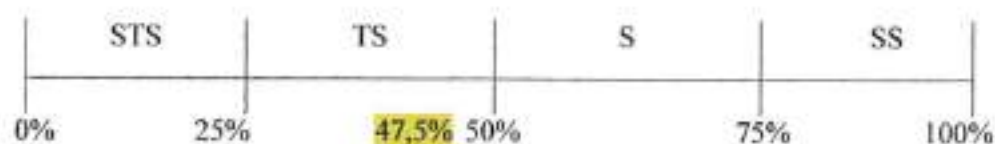
Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	1	4	1
Baik	3	21	63	21
Tidak Baik	2	45	90	45
Sangat Tidak Baik	1	33	33	33
Jumlah		100	190	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa jika ada nasabah yang ulang tahun karyawan memberikan ucapan selamat dibuktikan dengan 1% menyatakan sangat baik, 21% menyatakan baik, serta 45% menyatakan tidak baik, dan 33% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan jika ada nasabah yang ulang tahun karyawan memberikan ucapan selamat.

Jumlah skor total adalah 190 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "jika ada nasabah yang ulang tahun karyawan memberikan ucapan selamat" adalah:

$$\begin{aligned} \text{Tanggapan Total Responden:} &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{190}{4 \times 100} \times 100\% \\ &= 47,5\% \end{aligned}$$



Tabel 48
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74		Baik
25 – 49	47,5	Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa jika ada nasabah yang ulang tahun karyawan memberikan ucapan selamat sebesar 47,5% menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan kurang baik.

c. Karyawan Bersikap Sopan Dan Adil

Tabel 49
Persepsi Responden Mengenai Empati (*Empathy*)
Karyawan Bersikap Sopan Dan Adil

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	12	48	12
Baik	3	40	120	40
Tidak Baik	2	34	68	34
Sangat Tidak Baik	1	14	14	14
Jumlah		100	250	100

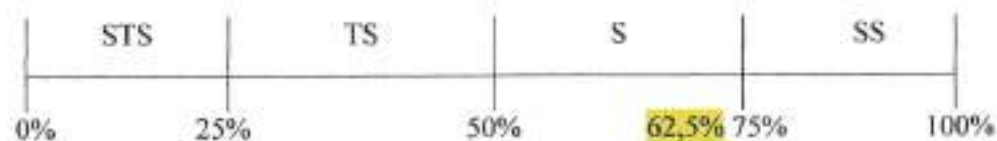
Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa karyawan bersikap sopan dan adil. dibuktikan dengan 12% menyatakan sangat baik, 40% menyatakan baik, serta 34% menyatakan tidak baik, dan 14% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan karyawan bersikap sopan dan adil.

Jumlah skor total adalah 250 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "karyawan bersikap sopan dan adil" adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\% \\
 &= \frac{250}{4 \times 100} \times 100\% \\
 &= 62,5\%
 \end{aligned}$$



Tabel 50
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74	62,5	Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa karyawan bersikap sopan dan adil sebesar 62,5% menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan baik.

d. Karayawan Memberikan Senyuman Dan Salam Kepada Nasabah

Tabel 51
Persepsi Responden Mengenai Empati (*Empathy*)
Karayawan Memberikan Senyuman Dan Salam Kepada Nasabah

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Baik	4	7	28	7
Baik	3	68	204	68
Tidak Baik	2	21	42	21
Sangat Tidak Baik	1	4	4	4
Jumlah		100	278	100

Sumber : Data olahan 2018

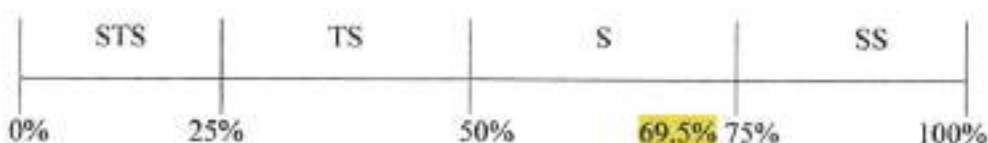
Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa karayawan memberikan senyuman dan salam kepada nasabah dibuktikan dengan 7% menyatakan sangat baik, 68% menyatakan baik, serta 21% menyatakan tidak baik, dan 4% menyatakan sangat tidak baik dengan pernyataan karayawan memberikan senyuman dan salam kepada nasabah

Jumlah skor total adalah 278 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "karyawan memberikan senyuman dan salam kepada nasabah" adalah:

$$\text{Tanggapan Total Responden:} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{278}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 69,5\%$$



Tabel 52
Presentase Responden Kualitas Pelayanan

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74	69,5	Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa karyawan memberikan senyuman dan salam kepada nasabah sebesar 69,5% menyatakan baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan baik.

Untuk melihat kualitas pelayanan keseluruhan indikator dan kualitas pelayanan maka hasilnya bisa dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 53
Hasil Rata-Rata Kualitas Pelayanan

No	Indikator Kualitas Pelayanan	Kualitas (Tanggapan Responden) (%)
1.	Bukti Fisik :	
	1. Penampilan karyawan yang bersih, rapih dan tidak berlebihan.	66
	2. Kebersihan dan kenyamanan ruangan transaksi perbankan.	59
	3. Tersedia lahan parkir yang memadai.	49
2.	4. Logo/papan nama PT. BPRS Amanah Ummah dapat dilihat dengan jelas.	49,75
	Kekhandatan :	
	1. Kesiediaan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah.	60,5
	2. Prosedur perbankan yang tidak berbelit-belit.	69
3.	3. Taller dan customer service melayani nasabah sesuai dengan nomor urut antrian	72,5
	4. Kemudahan nasabah dalam mendapatkan informasi perbankan	51,75
	Daya Tanggap :	
	1. Nasabah tidak perlu lama untuk mendapatkan pelayanan.	57
4.	2. Tersedianya saluran telpon (<i>call center</i>) untuk melayani nasabah.	70,75
	3. Taller melakukan transaksi dalam waktu 1-5 menit.	50,75
	4. Pelayanan tepat waktu	49,5
	Jaminan :	
5.	1. Tingkat bunga di PT. BPRS Amanah Ummah lebih rendah dari bank lain.	73
	2. Nasabah mendapat jaminan BPRS oleh LPS..	75,25
	3. Nasabah merasa aman/nyaman saat bertransaksi	49,5
	4. Bank memiliki telpon tayaan nasabah untuk 24 jam.	75
5.	Empati :	
	1. Karyawan memahami apa yang menjadi kebutuhan nasabah.	58,25
	2. Jika ada nasabah yang ulang tahun karyawan memberikan ucapan selamat.	47,5
	3. Karyawan bersikap sopan dan adil.	62,5
Total =	4. Karayawan memberikan senyuman dan salam kepada nasabah	69,5
		1216
N =		20
Rata-Rata =		60,8%

Sumber : Hasil olahan penulis 2018

Nilai tanggapan rata-rata Kualitas Pelayanan dapat dilihat dengan skala Likert.

Tabel 54
Nilai Persentase Kualitas Pelayanan PT. BPRS Amanah Ummah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Baik
50 – 74	60,8	Baik
25 – 49		Tidak Baik
0 – 24		Sangat Tidak Baik

Sumber : hasil olahan penulis 2018

Berdasarkan hasil tanggapan rata-rata kualitas pelayanan diatas, dengan nilai persentase sebesar 60,8% responden menjawab baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. BPRS Amanah Ummah, yang artinya kualitas pelayanan secara rata-rata dapat dikatakan baik.

4.3.2. Kepuasan Nasabah PT. BPRS Amanah Ummah

Berikut ini merupakan tanggapan responden mengenai pernyataan variable (Y) Kepuasan Nasabah PT. BPRS Amanah Ummah.

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

a. Penampilan Karyawan yang Bersih dan Tidak Berlebihan

Tabel 55
Persepsi Responden Mengenai Bukti Fisik (*Tangibles*)
Penampilan Karyawan Yang Bersih Dan Tidak Berlebihan

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	14	56	14
Puas	3	44	132	44
Tidak Puas	2	30	60	30
Sangat Tidak Puas	1	12	12	12
Jumlah		100	260	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa penampilan karyawan yang bersih dan tidak berlebihan, dibuktikan dengan 14% menyatakan sangat puas, 44% menyatakan puas, serta 30% menyatakan tidak puas, dan 12% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan penampilan karyawan yang bersih dan tidak berlebihan.

Jumlah skor total adalah 260 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "penampilan karyawan yang bersih dan tidak berlebihan" adalah :

$$\begin{aligned} \text{Tanggapan Total Responden:} &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{260}{4 \times 100} \times 100\% \\ &= 65\% \end{aligned}$$



Tabel 56
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74	65	Puas
25 – 49		Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa penampilan karyawan yang bersih dan tidak berlebihan sebesar 65% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan hasil responden tersebut dapat dikatakan puas.

b. *Kebersihan dan Kenyamanan Ruang Transaksi Perbankan*

Tabel 57
Persepsi Responden Mengenai Bukti Fisik (*Tangibles*)
Kebersihan Dan Kenyamanan Ruang Transaksi Perbankan

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	7	28	7
Puas	3	30	90	30
Tidak Puas	2	47	94	47
Sangat Tidak Puas	1	16	16	16
Jumlah		100	228	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa kebersihan dan kenyamanan ruang transaksi perbankan, dibuktikan dengan 7% menyatakan sangat puas, 30% menyatakan puas, serta 47% menyatakan tidak puas, dan 16% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan penampilan karyawan yang bersih dan tidak berlebihan.

Jumlah skor total adalah 228 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "kebersihan dan kenyamanan ruang transaksi perbankan" adalah :

$$\begin{aligned} \text{Tanggapan Total Responden:} &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{228}{4 \times 100} \times 100\% \\ &= 57\% \end{aligned}$$



Tabel 58
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74	57	Puas
25 – 49		Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa kebersihan dan kenyamanan ruangan transaksi perbankan sebesar 57% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan hasil responden tersebut dapat dikatakan puas.

c. Tersedia Lahan Parkir Yang Memadai

Tabel 59
Persepsi Responden Mengenai Bukti Fisik (*Tangibles*)
Tersedia Lahan Parkir Yang Memadai

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	3	12	3
Puas	3	27	81	27
Tidak Puas	2	36	72	36
Sangat Tidak Puas	1	34	34	34
Jumlah		100	199	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa tersedia lahan parkir yang memadai, dibuktikan dengan 3% menyatakan sangat puas, 27% menyatakan puas, serta 36% menyatakan tidak puas, dan 34% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan lahan parkir yang memadai.

Jumlah skor total adalah 199 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "tersedia lahan parkir yang memadai" adalah :

$$\text{Tanggapan Total Responden:} \quad \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{199}{4 \times 100} \times 100 \%$$

$$= 49,75\%$$



Tabel 60
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74		Puas
25 – 49	49,75	Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa tersedia lahan parkir yang memadai sebesar 49,75% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan kurang puas.

d. Logo/Papan Nama PT. BPRS Amanah Ummah Dapat Dilihat Dengan Jelas

Tabel 61
Persepsi Responden Mengenai Bukti Fisik (*Tangibles*)
Logo/Papan Nama PT. BPRS Amanah Ummah Dapat Dilihat Dengan Jelas

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	2	8	2
Puas	3	20	60	20
Tidak Puas	2	53	106	53
Sangat Tidak Puas	1	25	25	25
Jumlah		100	199	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa logo/papan nama pt. bprs amanah ummah dapat dilihat dengan jelas, dibuktikan dengan 2% menyatakan sangat puas, 20% menyatakan puas, serta 53% menyatakan tidak puas, dan 25% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan logo/papan nama pt. bprs amanah ummah dapat dilihat dengan jelas.

Jumlah skor total adalah 199 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa “logo/papan nama pt. bprs amanah ummah dapat dilihat dengan jelas” adalah :

$$\text{Tanggapan Total Responden:} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{199}{4 \times 100} \times 100 \%$$

$$= 49,75\%$$



Tabel 62
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74		Puas
25 – 49	49,75	Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa /papan nama pt. bprs amanah ummah dapat dilihat dengan jelas sebesar 49,75% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan kurang puas.

2. Keandalan (*Reliability*)

a. Kesiediaan Karyawan Untuk Berkomunikasi Dengan Nasabah

Tabel 63
Persepsi Responden Mengenai Keandalan (*Reliability*)
Kesiediaan Karyawan Untuk Berkomunikasi Dengan Nasabah

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	6	24	6
Puas	3	42	126	42
Tidak Puas	2	36	72	36
Sangat Tidak Puas	1	16	16	16
Jumlah		100	238	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa kesiediaan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah, dibuktikan dengan 6% menyatakan sangat puas, 42% menyatakan puas, serta 36% menyatakan tidak puas, dan 16% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan kesiediaan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah.

Jumlah skor total adalah 238 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "Kesiediaan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah" adalah :

$$\begin{aligned} \text{Tanggapan Total Responden:} &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{238}{4 \times 100} \times 100\% \\ &= 59,5\% \end{aligned}$$



Tabel 64
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74	59,5	Puas
25 – 49		Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa kesediaan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah sebesar 59,5% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan puas.

b. Prosedur Perbankan yang Tidak Berbelit-Belit.

Tabel 65
Persepsi Responden Mengenai Kehandalan (*Reliability*)
Prosedur Perbankan yang Tidak Berbelit-Belit

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	11	44	11
Puas	3	57	171	57
Tidak Puas	2	24	48	24
Sangat Tidak Puas	1	8	8	8
Jumlah		100	271	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa prosedur perbankan yang tidak berbelit-belit, dibuktikan dengan 11% menyatakan sangat puas, 57% menyatakan puas, serta 24% menyatakan tidak puas, dan 8% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan prosedur perbankan yang tidak berbelit-belit.

Jumlah skor total adalah 271 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "prosedur perbankan yang tidak berbelit-belit" adalah :

$$\begin{aligned} \text{Tanggapan Total Responden} &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{271}{4 \times 100} \times 100\% \\ &= 67,75\% \end{aligned}$$



Tabel 66
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74	67,75	Puas
25 – 49		Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa prosedur perbankan yang tidak berbelit-belit sebesar 67,75% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan puas.

- c. Taller dan Customer Service Melayani Nasabah Sesuai Dengan Nomor Urut Antrian.

Tabel 67
Persepsi Responden Mengenai Keandalan (*Reliability*)

Taller dan Customer Service Melayani Nasabah Sesuai Dengan Nomor Urut Antrian

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	13	52	13
Puas	3	63	189	63
Tidak Puas	2	20	40	20
Sangat Tidak Puas	1	4	4	4
Jumlah		100	285	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa taller dan customer service melayani nasabah sesuai dengan nomor urut antrian, dibuktikan dengan 13% menyatakan sangat puas, 63% menyatakan puas, serta 20% menyatakan tidak puas, dan 4% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan taller dan customer service melayani nasabah sesuai dengan nomor urut antrian.

Jumlah skor total adalah 285 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa “taller dan customer service melayani nasabah sesuai dengan nomor urut antrian” adalah:

$$\begin{aligned} \text{Tanggapan Total Responden:} &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{285}{4 \times 100} \times 100\% \\ &= 71,25\% \end{aligned}$$



Tabel 68
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74	71,25	Puas
25 – 49		Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa taller dan customer service melayani nasabah sesuai dengan nomor urut antrian sebesar 71,25% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan puas

- d. Kemudahan Nasabah Dalam Mendapatkan Informasi Perbankan.

Tabel 69
Persepsi Responden Mengenai Kehandalan (*Reliability*)
Kemudahan Nasabah Dalam Mendapatkan Informasi Perbankan

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	2	8	2
Puas	3	24	72	24
Tidak Puas	2	49	98	49
Sangat Tidak Puas	1	25	25	25
Jumlah		100	203	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa kemudahan nasabah dalam mendapatkan informasi perbankan, dibuktikan dengan 2% menyatakan sangat puas, 24% menyatakan puas, serta 49% menyatakan tidak puas, dan 25% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan kemudahan nasabah dalam mendapatkan informasi perbankan.

Jumlah skor total adalah 203 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa “kemudahan nasabah dalam mendapatkan informasi perbankan” adalah:

$$\text{Tanggapan Total Responden:} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{203}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 50,75\%$$



Tabel 70
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74	50,75	Puas
25 – 49		Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa kemudahan nasabah dalam mendapatkan informasi perbankan sebesar 50,75% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan puas.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

a. Nasabah Tidak Perlu Lama Untuk Mendapatkan Pelayanan

Tabel 71
Persepsi Responden Mengenai Ketanggapan (*Responsiveness*)
Nasabah Tidak Perlu Lama Untuk Mendapatkan Pelayanan

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	5	16	5
Puas	3	44	129	44
Tidak Puas	2	29	60	29
Sangat Tidak Puas	1	22	23	22
Jumlah		100	232	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan nasabah tidak perlu lama untuk mendapatkan pelayanan. dibuktikan dengan 5% menyatakan sangat puas, 44% menyatakan puas, serta 29% menyatakan tidak puas,

dan 22% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan nasabah tidak perlu lama untuk mendapatkan pelayanan.

Jumlah skor total adalah 232 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "nasabah tidak perlu lama untuk mendapatkan pelayanan" adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{232}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 58\%$$



Tabel 72
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74	58	Puas
25 – 49		Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa nasabah tidak perlu lama untuk mendapatkan pelayanan sebesar 58% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan puas.

b. Tersedianya Saluran Telpon (*Call Center*) Untuk Melayani Nasabah

Tabel 73
Persepsi Responden Mengenai Ketanggapan (*Responsiveness*)
Tersedianya Saluran Telpon (*Call Center*) Untuk Melayani Nasabah

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	12	48	12
Puas	3	64	192	64
Tidak Puas	2	20	40	20
Sangat Tidak Puas	1	4	4	4
Jumlah		100	284	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan tersedianya saluran telpon (*call center*) untuk melayani nasabah, dibuktikan dengan 12% menyatakan sangat puas, 64% menyatakan puas, serta 20% menyatakan tidak

Jumlah skor total adalah 198 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa “pelayanan tepat waktu” adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{198}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 49,5\%$$



Tabel 77
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74		Puas
25 – 49	49,5	Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa pelayanan tepat waktu sebesar 49,5% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan kurang puas.

4. Jaminan (*Assurance*)

- a. Tingkat Bunga Di PT. BPRS Amanah Ummah Lebih Rendah Dari Bank Lain

Tabel 78
Persepsi Responden Mengenai Jaminan (*Assurance*)
Tingkat Bunga Di PT. BPRS Amanah Ummah Lebih Rendah Dari Bank Lain

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	13	52	13
Puas	3	71	213	71
Tidak Puas	2	15	30	15
Sangat Tidak Puas	1	1	1	1
Jumlah		100	296	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa tingkat bunga di PT. BPRS Amanah Ummah lebih rendah dari bank lain. dibuktikan dengan 13% menyatakan sangat puas, 71% menyatakan puas, serta 15%

menyatakan tidak puas, dan 1% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan Tingkat bunga di PT. BPRS Amanah Ummah lebih rendah dari bank lain.

Jumlah skor total adalah 296 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "Tingkat bunga di PT. BPRS Amanah Ummah lebih rendah dari bank lain" adalah:

$$\begin{aligned} \text{Tanggapan Total Responden} &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{296}{4 \times 100} \times 100\% \\ &= 74\% \end{aligned}$$



Tabel 79
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74	73	Puas
25 – 49		Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa tingkat bunga di PT. BPRS Amanah Ummah lebih rendah dari bank lain sebesar 74% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan puas.

b. Nasabah Mendapat Jaminan BPRS Oleh LPS

Tabel 80
Persepsi Responden Mengenai Jaminan (*Assurance*)
Nasabah Mendapat Jaminan BPRS Oleh LPS

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	15	48	15
Puas	3	72	210	72
Tidak Puas	2	11	32	11
Sangat Tidak Puas	1	2	2	2
Jumlah		100	300	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa nasabah mendapat jaminan BPRS oleh LPS. dibuktikan dengan 15% menyatakan sangat puas, 72% menyatakan puas, serta 11% menyatakan tidak puas,

dan 2% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan nasabah mendapat jaminan BPRS oleh LPS.

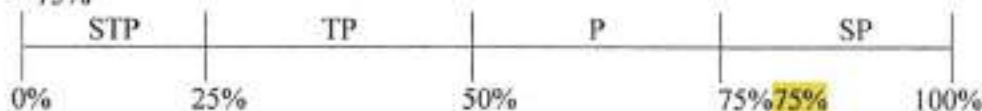
Jumlah skor total adalah 300 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "nasabah mendapat jaminan BPRS oleh LPS" adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{300}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 75\%$$



Tabel 81
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100	75	Sangat Puas
50 – 74		Puas
25 – 49		Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa nasabah mendapat jaminan BPRS oleh LPS sebesar 75% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan sangat puas.

c. Bank Memiliki Telpun Layanan Nasabah Untuk 24 Jam

Tabel 82
Persepsi Responden Mengenai Jaminan (*Assurance*)
Bank Memiliki Telpun Layanan Nasabah Untuk 24 Jam

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	3	12	3
Puas	3	25	75	25
Tidak Puas	2	36	72	36
Sangat Tidak Puas	1	36	36	36
Jumlah		100	195	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa bank memiliki telpon layanan nasabah untuk 24 jam dibuktikan dengan 3% menyatakan sangat puas, 25% menyatakan puas, serta 36% menyatakan tidak puas,

dan 36% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan bank memiliki telpon layanan nasabah untuk 24 jam.

Jumlah skor total adalah 195 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "bank memiliki telpon layanan nasabah untuk 24 jam" adalah:

$$\text{Tanggapan Total Responden:} = \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{195}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 48,75\%$$



Tabel 83
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74		Puas
25 – 49	48,75	Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa bank memiliki telpon layanan nasabah untuk 24 jam sebesar 48,75% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan kurang puas.

d. Nasabah Merasa Aman/Nyaman Saat Bertransaksi

Tabel 84
Persepsi Responden Mengenai Jaminan (*Assurance*)
Nasabah Merasa Aman/.Nyaman Saat Bertransaksi

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	8	32	32
Puas	3	85	255	85
Tidak Puas	2	6	12	6
Sangat Tidak Puas	1	1	1	1
Jumlah		100	300	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa nasabah merasa aman/.nyaman saat bertransaksi. dibuktikan dengan 8% menyatakan sangat puas, 85% menyatakan puas, serta 6% menyatakan tidak puas,

dan 1% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan nasabah mendapat jaminan BPRS oleh LPS.

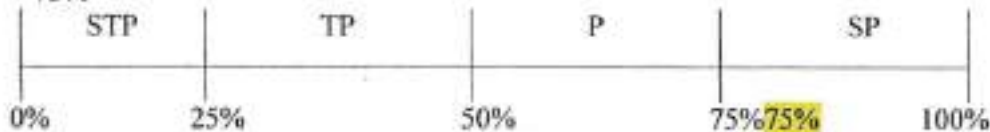
Jumlah skor total adalah 300 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa “nasabah merasa aman/.nyaman saat bertransaksi” adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{300}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 75\%$$



Tabel 85
Presentase Responden Kepuasan nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100	75	Sangat Puas
50 – 74		Puas
25 – 49		Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa nasabah merasa aman/.nyaman saat bertransaksi sebesar 75% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan sangat puas.

5. Empati (*Empathy*)

a. Karyawan Memahami Apa Yang Menjadi Kebutuhan Nasabah

Tabel 86
Persepsi Responden Mengenai Empati (*Empathy*)
Karyawan Memahami Apa Yang Menjadi Kebutuhan Nasabah

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	4	16	4
Puas	3	37	111	37
Tidak Puas	2	46	92	46
Sangat Tidak Puas	1	13	13	13
Jumlah		100	232	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa karyawan memahami apa yang menjadi kebutuhan nasabah, dibuktikan

dengan 4% menyatakan sangat puas, 37% menyatakan puas, serta 46% menyatakan tidak puas, dan 13% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan karyawan memahami apa yang menjadi kebutuhan nasabah

Jumlah skor total adalah 232 maka tingkat kepuasaan atas pernyataan bahwa "karyawan memahami apa yang menjadi kebutuhan nasabah" adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{232}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 58\%$$



Tabel 87
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74	58	Puas
25 – 49		Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa nasabah karyawan memahami apa yang menjadi kebutuhan nasabah sebesar 58% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan puas.

- b. Jika Ada Nasabah Yang Ulang Tahun Karyawan Memberikan Ucapan Selamat

Tabel 88
Persepsi Responden Mengenai Empati (*Empathy*)
Jika Ada Nasabah Yang Ulang Tahun Karyawan Memberikan Ucapan Selamat

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	1	4	1
Puas	3	21	63	21
Tidak Puas	2	46	92	46
Sangat Tidak Puas	1	32	32	32
Jumlah		100	191	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa jika ada nasabah yang ulang tahun karyawan memberikan ucapan selamat dibuktikan dengan 1% menyatakan sangat puas, 21% menyatakan puas, serta 46% menyatakan tidak puas, dan 32% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan jika ada nasabah yang ulang tahun karyawan memberikan ucapan selamat.

Jumlah skor total adalah 191 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "jika ada nasabah yang ulang tahun karyawan memberikan ucapan selamat" adalah:

$$\begin{aligned} \text{Tanggapan Total Responden} &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{191}{4 \times 100} \times 100\% \\ &= 47,75\% \end{aligned}$$



Tabel 89
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74		Puas
25 – 49	47,75	Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa jika ada nasabah yang ulang tahun karyawan memberikan ucapan selamat sebesar 47,75% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan kurang puas.

c. Karyawan Bersikap Sopan Dan Adil

Tabel 90
Persepsi Responden Mengenai Empati (*Empathy*)
Karyawan Bersikap Sopan Dan Adil

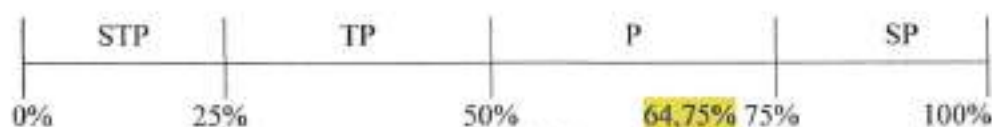
Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	14	46	14
Puas	3	43	129	43
Tidak Puas	2	31	62	31
Sangat Tidak Puas	1	12	12	12
Jumlah		100	259	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa karyawan bersikap sopan dan adil. dibuktikan dengan 14% menyatakan sangat puas, 43% menyatakan puas, serta 31% menyatakan tidak puas, dan 12% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan karyawan bersikap sopan dan adil.

Jumlah skor total adalah 259 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "karyawan bersikap sopan dan adil" adalah:

$$\begin{aligned} \text{Tanggapan Total Responden} &= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tetinggi Responden}} \times 100\% \\ &= \frac{259}{4 \times 100} \times 100\% \\ &= 64,75\% \end{aligned}$$



Tabel 91

Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74	64,75	Puas
25 – 49		Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa karyawan bersikap sopan dan adil sebesar 64,75% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan puas.

d. Karayawan Memberikan Senyuman Dan Salam Kepada Nasabah

Tabel 92

Persepsi Responden Mengenai Empati (*Empathy*)
Karayawan Memberikan Senyuman Dan Salam Kepada Nasabah

Keterangan	Skor	Jumlah responden (orang)	Skor total	Persentase (%)
Sangat Puas	4	8	32	8
Puas	3	69	207	69
Tidak Puas	2	21	42	21
Sangat Tidak Puas	1	2	3	2
Jumlah		100	283	100

Sumber : Data olahan 2018

Berdasarkan tabel diatas mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa karayawan memberikan senyuman dan salam kepada nasabah dibuktikan dengan 8% menyatakan sangat puas, 69% menyatakan puas, serta 21% menyatakan

tidak puas, dan 2% menyatakan sangat tidak puas dengan pernyataan karyawan memberikan senyuman dan salam kepada nasabah

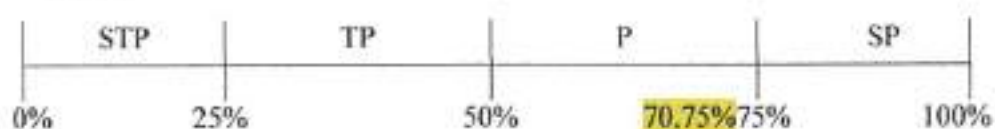
Jumlah skor total adalah 283 maka tingkat persetujuan atas pernyataan bahwa "karyawan memberikan senyuman dan salam kepada nasabah" adalah:

Tanggapan Total Responden:

$$= \frac{\text{Skor Total Hasil Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

$$= \frac{283}{4 \times 100} \times 100\%$$

$$= 70,75\%$$



Tabel 93
Presentase Responden Kepuasan Nasabah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74	70,75	Puas
25 – 49		Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Berdasarkan hasil responden di atas, mengenai tanggapan responden dengan pernyataan bahwa karyawan memberikan senyuman dan salam kepada nasabah sebesar 70,75% menyatakan puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah. Jadi dengan presentase responden tersebut dapat dikatakan puas.

Tabel 94
Hasil Rata-Rata Kepuasan Nasabah

No	Indikator Kepuasan Nasabah	Kepuasan (Tanggapan Responden) (%)
1.	Bukti Fisik :	
	1. Penampilan karyawan yang bersih, rapih dan tidak berlebihan.	65
	2. Kebersihan dan kenyamanan ruangan transaksi perbankan.	57
	3. Tersedia lahan parkir yang memadai.	49,75
	4. Logo/papan nama PT. BPRS Amanah Ummah dapat dilihat dengan jelas.	49,75

2.	Kehandalan :	
	1. Kesiediaan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah.	59,5
	2. Prosedur perbankan yang tidak berbelit-befit.	67,25
	3. Taller dan customer service melayani nasabah sesuai dengan nomor urut antrian	71,25
3.	Daya Tanggap :	
	1. Nasabah tidak perlu lama untuk mendapatkan pelayanan.	58
	2. Tersedianya saluran telpon (<i>call center</i>) untuk melayani nasabah.	70,75
	3. Taller melakukan transaksi dalam waktu 1-5 menit.	50,25
4.	Jaminan :	
	1. Tingkat bunga di PT. BPRS Amanah Ummah lebih rendah dari bank lain.	73
	2. Nasabah mendapat jaminan BPRS oleh LPS..	75
	3. Nasabah merasa aman/nyaman saat bertransaksi	48,75
5.	Empati :	
	1. Karyawan memahami apa yang menjadi kebutuhan nasabah.	58
	2. Jika ada nasabah yang ulang tahun karyawan memberikan ucapan selamat.	47,75
	3. Karyawan bersikap sopan dan adil.	64,75
	4. Karayawan memberikan senyuman dan salam kepada nasabah	70,75
	Total -	1211,95
	N -	20
	Rata-Rata -	60,59%

Sumber : Hasil olahan penulis 2018

Nilai tanggapan rata-rata kepuasan nasabah dapat dilihat dengan skala Likert.

Tabel 95
Nilai Persentase Kepuasan Nasabah PT. BPRS Amanah Ummah

Nilai	Persentase	Keterangan
75 – 100		Sangat Puas
50 – 74	60,59	Puas
25 – 49		Tidak Puas
0 – 24		Sangat Tidak Puas

Sumber : hasil olahan penulis 2018

Berdasarkan hasil tanggapan rata-rata kepuasan nasabah diatas, dengan nilai persentase sebesar 60,59% responden menjawab puas terhadap kepuasan nasabah yang diberikan oleh PT. BPRS Amanah Ummah, yang artinya kepuasan nasabah secara rata-rata dapat dikatakan puas.

4.3.3. Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah

Tabel 96
Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Nasabah

Correlations				
			Kualitas Pelayanan	Kepuasan Nasabah
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1.000	.889**
		Sig. (1-tailed)		.000
		N	100	100
	Kepuasan Nasabah	Correlation Coefficient	.889**	1.000
		Sig. (1-tailed)	.000	
		N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Berdasarkan output di atas dapat diketahui bahwa N jumlah data penelitian adalah 100, hasil Sig. < α maka tolak H_0 ($0,000 < 0,05$), sebagaimana dasar pengambilan keputusan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah PT. BPRS Amanah Ummah.

Selanjutnya, dari output di atas diketahui *Correlation Coefficient* (koefisien korelasi) sebesar 0,889 maka menandakan hubungan yang tinggi antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPRS Amanah Ummah

➤ Koefisien Determinasi

Menentukan nilai koefisien determinasi dilakukan dengan cara mengkuadratkan nilai r (R^2). Berdasarkan hasil olahan penulis diketahui, bahwa:

R Square (R^2) atau kuadrat dari R yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi, sebesar $(0,889)^2 = 0,7903 = 79,03\%$, yang artinya presentase sumbangan atau kontribusi variabel hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan yaitu sebesar 79,03% sedangkan sisanya sebesar 20,97% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

4.4. Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian rata-rata kualitas pelayanan responden menjawab baik dengan pesentasi sebesar 60,8%, yang artinya kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPRS Amanah Ummah dapat dikatakan baik, kemudian hasil tanggapan rata-rata kepuasan nasabah PT. BPRS Amanah Ummah sebesar 60,59% menjawab puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. BPRS Amanah Ummah. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan sangat kuat yang artinya jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka kepuasan juga akan meningkat, setelah diuji memang ada terdapat hubungan positif. Hal ini diperkuat dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aprilia Fitriani (2014) : Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank BRI Syariah KCP Rawamangun bertujuan Untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan yang mencakup Frontliner serta fasilitas yang di berikan terhadap kepuasan yang diterima oleh nasabah PT. BRISyariah KCP Rawamangun. Metode yang di gunakan adalah metode analisis spearman. Dan hasil dari analisis spearman yaitu kelima variable (*tangible, responsiveness, assurance, reliability* dan *emphatic*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian kedua dilakukan oleh Siti Mukholifah pada tahun 2015 yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta. Menyatakan bahwa kelima variabel berupa *tangible, assurance, responsiveness, reability*, dan *emphatic* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan yang paling berpengaruh adalah variabel *assurance*.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai hubungan kualitas kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah PT. BPRS Amanah Ummah, maka penulis menyimpulkan:

1. Variabel kualitas pelayanan yang di berikan oleh PT BPRS Amanah Ummah dapat dikatakan sudah berjalan cukup baik, dengan hasil jawaban responden rata-rata dari 20 indikator sebesar 60,8% menjawab baik, artinya pelayanan yang telah diberikan oleh PT BPRS Amanah Ummah dapat dibilang baik. Hanya di bagian bukti fisik, daya tanggap, jaminan dan empati di salah satu variable pertanyaan masih kurang baik.
2. Kepuasan nasabah pada PT BPRS Amanah Ummah dengan hasil jawaban responden rata-rata dari 20 indikator 60,59% menjawab puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT BPRS Amanah Ummah. Hal ini menandakan bahwa pihak PT BPRS Amanah Ummah sudah memberikan pelayanan yang puas bagi nasabahnya. Hanya di bagian bukti fisik, daya tanggap, jaminan dan empati di salah satu variable pertanyaan masih kurang memuaskan.
3. Terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah terbukti dari nilai $r = 0,889$. Dimana semakin tinggi kualitas pelayanan yang diterima oleh nasabah maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah di PT BPRS Amanah Ummah , sebaliknya jika semakin rendah kualitas pelayanan yang diterima maka akan semakin rendah pula kepuasan nasabah pada PT BPRS Amanah Ummah. Setelah diuji memang terbukti ada hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah karena nilai Sig. $0,000 < 0,05$. Nilai Koefisien Determinasi sebesar 79,03% yang berarti kontribusi variabel kualitas pelayanan atau sumbangan variabel hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah cukup kuat yaitu sebesar 79,03% sedangkan sisanya sebesar 20,97% dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar kualitas pelayanan.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti mencoba memberikan saran bagi PT BPRS Amanah Ummah.

1. Dari rata rata nilai responden tentang kualitas pelayanan dari indikator *tangible* tentang tersedia lahan parkir yang memadai, serta logo/papan nama PT. BPRS Amanah Ummah dapat dilihat dengan jelas menyatakan kurang baik, untuk mengatasinya saran saya adalah PT. BPRS Amanah Ummah harus memperbaiki

dengan cara memperluas lahan parkir bagi nasabahnya, dan untuk logo atau papan nama bank saran saya adalah untuk memperbesar logo/papan nama bank tersebut agar bisa terlihat dengan jelas oleh nasabahnya. Untuk indikator *responsiveness* tentang pelayanan tepat waktu menyatakan kurang baik, untuk mengatasinya saran saya adalah dengan cara menambah jumlah teller bank tersebut. Untuk indikator *assurance* tentang nasabah merasa aman/nyaman saat bertransaksi menyatakan kurang baik, untuk mengatasinya saran saya adalah bank sebaiknya menambahkan kursi duduk bagi nasabahnya agar supaya nasabahnya tidak ada yang berdiri dan menambahkan kursi prioritas nasabahnya seperti ibu menyusui, lansia, dll. Dan untuk indikator *empathy* tentang jika ada nasabah yang ulang tahun karyawan memberikan ucapan selamat menyatakan kurang baik, untuk mengatasinya saran saya adalah jika ada nasabah yang ulang tahun, maka bank menyediakan hadiah khusus bagi nasabahnya yang sedang ulang tahun.

2. Untuk kepuasan nasabah saran saya adalah selain bank menyediakan kotak saran dan keluhan nasabah jika dirasa kurang efektif, sebaiknya bank juga melakukan penilaian tingkat kepuasan nasabah secara berkala dengan cara penyebaran kuesioner tentang kepuasan nasabah seiring dengan upaya peningkatan kualitas pelayanan bagi nasabahnya.
3. Untuk segi kualitas pelayanan sebenarnya bank bprs amanah ummah sudah baik, untuk segi kepuasan nasabah sudah merasa puas. Akan tetapi agar tetap bersaing dengan bank-bank yang lain, menurut saya PT. BPRS Amanah Ummah harus berubah menjadi lebih modern, baik dari bentuk fisik maupun dari fasilitas-fasilitas lainnya. Karena itu akan mempermudah bagi nasabahnya dalam bertransaksi, sehingga nasabah akan merasa lebih nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan 5. Bandung : CV Alfabeta
- Christopher Lovelock dan Lauren K Wright, 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Indeks, Indonesia
- J. Supranto, 2006, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta, Rineka Cipta
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi XI*. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2 Edisi 12. PT Indeks : New Jersey
- Kotler dan Armstrong. 2003. *Dasar Dasar Pemasaran*. Jilid 1 Edisi Kesembilan. Penerbit PT Indeks Gramedia, Jakarta
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip ; Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin L, Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas. Erlangga.
- Kuswadi. 2004. *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Lovelock, Christopher, dan Gummesson, E. 2004. *Whither Services Marketing : In Search Of a New Paradigm and Fresh Perp.*
- Lovelock, C.H dan Wright, I, K.2007.*Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi kedua. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, Leonard Berry. 1985. *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research*, *Journal of Marketing*

- Salih, Akh Muwafik. (2010). *Public service Communication Praktik Komunikasi dalam Pelayanan Publik*, Malang: UMM Press.
- Fandy, Tjiptono. 2001. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa. Cetakan II*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy 2005. *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*, Malang : Bayu Media Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *PemasaranJasa*.Malang :Bayu Media Publishing.
- Fandy Tjiptono, 2008. *StrategiPemasaran*. Edisitiga, Penerbit :Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta : CV Andi Offset
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality, & Santi Sfaction*. Penerbit Andi. Yogyakarta..
- Umar, Husain 2003. *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

JADWAL PENELITIAN

No	Kegiatan	Bulan															
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1	Pengajuan Judul	**															
2	Studi Pustaka		**														
3	Pembuatan Makalah Seminar			**	*	*	*	*	*	*							
4	Seminar										**						
5	Pengesahaan											*	*				
6	Pengumpulan Data													*			
7	Pengolahan Data														*		
8	Penulisan Laporan dan Bimbingan															**	
9	Sidang Skripsi																*
10	Penyempurnaan Skripsi																*
11	Pengesahaan																*

*) Tanda bintang menyatakan satuan unit waktu (minggu)

LAMPIRAN

**KUESIONER HUBUNGAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN
KEPUASAN NASABAH PADA PT. BPRS AMANAH UMMAH**

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. JenisKelamin : Laki – Laki / Perempuan
3. Usia :
 - a. <20 tahun
 - b. 21 s/d 30 tahun
 - c. 31 s/d 40 tahun
 - d. 41 s/d 50 tahun
 - e. >50 tahun
4. Pendidikan Terakhir :
 - a. SD / Sederajat
 - b. SLTP / Sederajat
 - c. SLTA / Sederajat
 - d. Diploma (DI-D3)
 - e. Sarjana (S1)
5. Pekerjaan :
 - a. Pegawai Negeri
 - b. Pegawai Swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Pelajar
 - e. Lainnya

Kualitas Pelayanan																Kepuasan Nasabah																											
		Tangible				Reliability				Responsiveness				Assurance				Empathy						Tangible				Reliability				Responsiveness				Assurance				Empathy			
No		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	No		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1		3	4	3	2	3	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	4	3	2	4	4	1		4	4	3	2	3	3	3	2	3	4	2	2	3	3	2	4	3	2	4	4
2		3	3	1	3	2	3	3	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	2		3	3	1	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3		
3		3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	1	3	3		3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	2	3	1	3
4		3	1	3	4	4	3	2	1	3	3	2	2	3	3	1	3	2	2	3	3	4		3	1	3	4	4	3	2	1	3	3	2	2	3	3	1	3	2	2	3	3
5		2	2	1	2	3	3	3	2	2	4	4	1	2	3	2	3	3	1	2	2	3		2	2	1	2	3	3	3	2	2	4	4	1	2	3	2	3	3	1	4	2
6		3	2	2	2	2	4	3	1	3	3	1	2	3	3	1	3	2	2	3	3	6		3	2	2	2	2	4	3	1	3	3	1	2	3	2	1	3	2	2	3	3
7		3	2	2	3	2	4	2	3	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	7		3	2	3	3	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
8		4	2	1	2	3	3	2	1	3	2	3	2	3	3	2	4	2	2	4	3	8		4	2	1	2	3	3	2	1	3	2	3	2	3	3	2	4	2	2	4	4
9		2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	1	2	4	3	3	3	3	1	1	2	9		2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	1	1	4	3	3	3	3	1	1	2
10		3	2	1	2	4	3	1	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	2	3	3	10		3	2	1	2	4	3	1	3	2	3	2	2	3	3	3	3	4	2	3	3
11		4	1	3	1	3	2	3	1	3	2	1	2	3	4	1	3	3	2	1	2	11		4	1	3	1	3	2	3	1	3	2	1	2	3	4	1	3	3	2	1	2
12		4	2	1	2	2	3	3	2	4	3	3	1	2	3	2	2	3	2	3	3	12		4	2	1	2	2	3	3	2	4	3	4	1	2	3	2	2	3	2	3	3
13		1	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	1	3	3	1	3	2	1	3	1	13		1	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	1	3	3	1	3	2	1	3	1
14		3	2	3	2	3	3	3	2	1	3	2	2	3	2	1	3	3	1	3	3	14		3	2	3	2	3	3	3	2	1	3	2	2	3	2	1	3	3	1	3	3
15		3	2	1	2	2	2	3	2	2	3	1	2	3	3	2	2	1	3	1	4	15		3	2	1	2	2	2	3	2	2	3	1	2	3	3	2	2	1	3	1	4
16		3	4	4	2	2	3	3	3	1	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	16		3	4	4	2	2	3	3	3	1	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3
17		2	1	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	1	4	3	17		2	1	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	1	4	3
18		3	2	1	2	3	1	3	2	1	2	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	18		3	2	1	2	3	1	3	2	4	2	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3
19		1	2	3	1	2	3	2	1	2	3	3	2	2	3	1	4	4	2	2	2	19		1	2	3	1	2	3	2	1	2	3	1	2	2	3	1	4	3	2	2	2
20		3	3	1	2	3	2	1	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	20		3	3	1	2	3	2	1	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3
21		3	2	2	3	3	1	3	2	3	3	1	1	3	4	2	3	2	1	1	3	21		3	2	3	2	3	1	3	2	3	4	1	1	3	4	2	3	2	1	1	3
22		3	2	2	1	2	3	2	2	1	3	2	1	3	3	1	3	3	2	4	4	22		3	2	3	1	2	3	2	2	1	3	2	1	3	3	1	3	3	2	4	4
23		4	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1	2	3	3	2	3	2	2	2	3	23		4	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1	2	3	3	2	3	2	2	2	3

76	2	3	2	2	2	1	3	3	4	2	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	76	2	3	2	2	2	1	3	3	4	2	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	
77	3	2	1	2	3	3	3	1	3	3	2	1	4	3	1	3	2	1	3	3	77	3	2	1	2	3	3	3	1	3	3	2	1	4	3	1	3	2	1	3	3	
78	3	2	3	1	1	3	3	3	2	4	1	3	3	3	2	3	2	1	1	2	78	3	2	3	1	1	3	3	3	2	4	1	3	3	3	2	3	2	1	1	2	
79	2	1	1	3	3	2	3	2	2	3	4	1	3	3	1	3	3	1	2	2	79	2	1	1	3	3	2	3	2	2	3	4	1	3	3	1	3	3	1	2	2	
80	3	3	2	1	2	4	3	3	3	3	2	2	4	2	2	2	1	3	2	3	80	3	3	2	1	2	4	3	3	3	3	2	2	4	2	2	3	1	3	2	3	
81	3	2	2	2	3	3	4	3	1	2	1	3	4	3	1	3	2	2	3	3	81	3	2	2	2	3	3	4	3	1	2	1	3	4	3	1	3	2	2	3	3	
82	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	1	3	3	2	4	1	1	3	2	82	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	1	3	3	2	4	1	1	3	2	
83	4	3	2	3	2	3	2	2	3	2	1	2	3	3	3	3	2	3	2	3	83	4	3	2	3	2	3	2	2	3	2	1	2	3	3	3	3	2	3	2	3	
84	2	2	2	1	3	1	3	1	1	3	2	1	3	3	2	2	3	2	3	3	84	2	2	2	1	3	1	3	1	1	3	2	1	3	3	2	2	3	2	3	3	
85	2	2	1	2	1	3	4	1	2	3	1	3	3	1	3	3	2	1	2	2	85	2	2	1	2	1	3	4	1	2	3	1	3	3	1	3	3	2	1	2	2	
86	3	1	3	2	3	2	3	2	1	4	1	2	1	3	2	3	1	3	4	4	86	3	1	3	2	3	2	3	2	1	4	1	2	1	3	2	3	1	3	4	4	
87	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	2	1	3	3	87	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	2	1	3	3	
88	1	2	2	2	4	2	3	2	1	3	1	3	4	2	2	3	3	2	3	2	88	1	2	2	2	4	2	3	2	1	3	1	3	4	2	2	3	3	2	3	2	
89	4	2	1	4	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	1	3	2	1	1	3	89	4	2	1	4	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	1	3	2	1	1	3	
90	2	2	3	2	2	1	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	90	2	2	3	2	2	1	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3
91	2	3	2	3	3	3	2	3	2	4	2	1	3	3	2	3	2	1	2	3	91	2	3	2	3	3	3	2	3	2	4	2	1	3	3	2	3	2	1	2	3	
92	3	3	4	1	3	1	3	2	1	3	3	2	4	2	1	2	3	2	2	2	92	3	1	4	1	3	1	3	2	1	3	3	2	4	2	1	2	3	2	2	2	2
93	2	3	3	2	1	3	4	1	3	3	1	3	3	3	3	3	2	2	3	3	93	2	3	3	2	1	3	4	1	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
94	1	2	2	3	3	1	3	3	2	1	2	1	3	3	3	3	4	1	3	3	94	1	2	2	3	3	1	3	2	2	1	2	1	3	3	3	3	4	1	3	3	
95	4	3	4	3	1	4	3	2	4	3	3	2	4	3	1	3	1	3	2	1	95	4	3	4	3	1	4	3	2	4	3	3	2	4	3	1	3	1	3	2	1	
96	3	1	2	1	2	3	2	1	2	4	1	2	3	2	3	3	3	2	3	1	96	3	1	2	1	2	3	2	1	2	4	1	2	3	2	3	3	3	2	3	1	
97	2	4	3	2	3	2	3	2	2	3	2	1	3	4	4	4	3	1	2	3	97	2	4	3	2	3	2	3	2	2	3	2	1	3	4	4	4	3	1	2	3	
98	2	3	2	2	3	3	2	3	1	3	1	1	3	3	1	3	1	3	3	3	98	2	3	2	2	3	3	2	1	1	3	1	1	3	3	1	3	1	3	3	3	
99	3	3	1	1	2	4	4	2	2	4	2	3	4	3	2	3	2	3	3	2	99	3	3	1	1	2	4	4	2	2	4	2	3	4	3	2	3	2	3	3	2	
100	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	2	2	3	3	3	4	3	1	1	3	100	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	2	2	3	3	3	3	3	1	3	3	