

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN BANK MUAMALAT DI MANADO
MENGUNAKAN METODE IPA (*IMPORTANCE PERFORMANCE
ANALYSIS*) DAN CSI (*CUSTOMER SATISFACTON INDEX*)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado

OLEH:

SAFIRA SALSABILA AL'AMRI

NIM : 15.4.1.014



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH

2020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Safira Salsabila Al'amri

NIM : 15.4.1.014

Program : sarjana (S-1)

Institusi : IAIN Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado 13Mei 2020

Yang Membuat Pernyataan


METERAI
TEMPEL
53AC4AHF425836380
6000
ENAM RIBURUPIAH



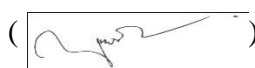

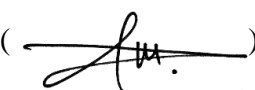

Safira S. Al'amri
NIM. 15.4.1.014

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul, “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN BANK MUAMALAT DI MANADO MENGGUNAKAN METODE IPA (IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS) DAN CSI (CUSTOMERSATISFACTION INDEX)” yang disusun oleh Safira Salsabila Al'amri, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Manado, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari senin, 8 juni 2020 M dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, Program Studi Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Manado, Juni 2020 M

DEWAN PENGUJI

Ketua	: Dr. Edi Gunawan, M.Hi	()
Sekretaris	: M. Azhar Muslih, M	()
Munaqisy I	: Dr. Yusno Abdullah Otta, M.Ag	()
Munaqisy II	: Syarifuddin, M.Hi	()
Pembimbing I	: Dr. Edi Gunawan, M.Hi	()
Pembimbing II	: M. Azhar Muslih, M	()

Mengetahui
Dekan,




Dr. Rosdalina, M. Hum
 NIP. 197803242006042003

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing penulisan skripsi Saudari Safira Salsabila Al'amri NIM : 15.4.1.014, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado, setelah dengan saksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan dengan judul, Analisis Kualitas Pelayanan Bank Muamalat Di Manado Menggunakan Metode IPA(*Importance Analysis Performance*) Dan CSI (*Customer Satisfaction Index*)memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke sidang *Munaqasyah*.

Demikian Persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Manado, 2020

Pembimbing I



Dr Edi Gunawan, M.HI

NIP.198407122009011013

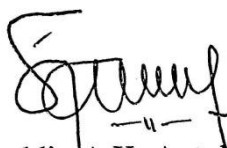
Pembimbing II



Muhammad Azhar Mushlihin

Mengetahui,

Ketua Jurusan Program Studi



Sjamsuddin A.K. Antuli, S.Ag., M.A

NIP. 197611262003121003

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr.wb

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan petunjuknya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Bank Muamalat Di Manado Menggunakan Metode IPA(*Importance Performance Analysis*) Dan CSI (*Customer Satisfaction Index*) dengan lancar. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita baginda Nabi besar Muhammad Saw. Beserta para kerabat, sahabat, dan pengikut beliau *illa yaumul qiyamah*.

Skripsi ini dikerjakan demi memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi. terselesaikannya skripsi ini tak lepas dari bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Teristimewa kedua orang tua tercinta umi Munira Thawil Al-bantani dan aba Tazir Mustafa Al'amri serta kaka saya Laila Nailufar Basalamah saudara saya Syaugi Fuadi yang selalu memberikan dorongan dan doa yang tiada henti-hentinya dan juga pacar saya Kurnia Fajri Syahrul Boroma yang selalu membantu, memberi banyak pengetahuan dan mendukung saya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
2. Delmus P. Salim, Ph.D., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado beserta wakil rektor I, II, III.
3. Dr. Rosdalina, S.Ag., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado beserta wakil dekan I, II, III.

4. Syamsudin A.K Antuli, S.Ag., M.A selaku Ketua Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa dengan sabar memberi masukan sejak saya pertama menjadi mahasiswa.
5. Dr. Radiyah Hasan Yan, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Dr Edi Gunawan, M.HI selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan ilmu dan meluangkan waktu, arahan semangat dalam proses penyusunan skripsi.
7. M. Azhar Mushlihin, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang selama ini telah meluangkan waktu dan memberikan arahan-arahan yang sangat membantu, serta dengan ikhlas dan sabar membimbing dan memberikan motivasi dan dorongan agar menjadi lebih baik lagi kepada saya mulai dari awal perkuliahan sampai penulisan ini bisa selesai dan saya sangat terinspirasi.
8. Tim Penguji yang telah memberikan banyak masukan dan saran untuk sempurnanya penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang selama ini dengan segala jerih payahnya telah memberikan ilmu bagi penulis selama masa perkuliahan.
10. Pimpinan Cabang Bank Muamalat Manado, Bapak Muhammad Nurwahyu Ishak yang telah mengizinkan saya penelitian di bank muamalat dan sangat membantu saya dalam menjalankan masa penelitian di tempat tersebut.
11. Karyawan Bank Muamalat, Wildianto Kader & Reza Mertosono yang telah membantu saya dan memudahkan selama saya penelitian di bank muamalat.
12. Muh. Muzwir R. Luntajo, SE., M.Si yang selalu membantu, mengarahkan dan memberi masukan dalam pembuatan skripsi ini.
13. Sahabat seperjuangan Riskia Muhadi, Ivinny Popitod, Radiah Sanudi, vionita popitod, Gita Peohoa, Nevhy ismail, nhila, echynk, indah, jihan, yullan, Sukma Muarif, Susilawati Ranselengo, Sultan Hasanudin Misman, Aswar Bambela, Iqbal Malabar, Bayu Samiadji, Djunaidi Nasaru, yang

selama ini mendukung, dan mengingatkan serta memberi ilmu-ilmu yang bermanfaat selama proses penyusunan skripsi ini.

14. Kepada teman-teman kelas Ekonomi Syariah A angkatan 2015, yang selama ini mendukung penulis selama masa perkuliahan.
15. Kepada seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2015, 2016, 2017.
16. Teruntuk semua pihak yang banyak membantu dan tak dapat disebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT, memberikan balasan kebaikan kepada semuanya.

Semoga hasil karya yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi kita semua.
Aamiin Yaa Rabbal 'Alamin.

Wassalamu,,alaikum wr.Wb.

Manado, 3 juli 2020

Yang Membuat Pernyataan


METERAI
TEMPEL
53AC4AHF425836380
6000
ENAM RIBU RUPIAH


Safira S. Al'amri
NIM. 15.4.1.014

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
LEMBARAN PENGESAHAN.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Definisi Operasional.....	5
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	6
B. Metode IPA(<i>importance performance analysis</i>).....	13
C. Metode CSI (<i>customer satisfaction index</i>).....	14
D. Penelitian Terdahulu	16
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	21
B. Rancangan Penelitian	21
C. Populasi dan Sampel	21
D. Data dan Instrumen	23
E. Teknik Pengumpulan Data	24
F. Teknik Analisis Data.....	25
G. Metode IPA (<i>importance performance analysis</i>).....	26
H. Diagram Katresius <i>importance performance analysis</i>	27
I. Metode CSI (<i>customer satisfaction index</i>).....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	29

B. Hasil Penelitian	35
C. Pembahasan	58
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN

Name : Safira Salsabila Al'amri
 NRN : 15.4.1.014
 Faculty : Economy and Islamic Business
 Study Program : Sharia Economy
 Title : The Analysis of Muamalat Bank Services Quality in
 Manado Using the IPA Method (Importance-Performance
 Analysis) and CSI (Customer Satisfaction Index)

This study aims to examine the analysis of Muamalat Bank services quality in Manado using the method of IPA (importance-performance analysis) and CSI (customer satisfaction index). The main problem is from two variables, they are independent variable (service quality) and dependent variable (customer satisfaction). The method used is a descriptive quantitative method. The data source of this research is the customers of Muamalat Bank Manado with a population of 2,000 customers and a sample of 95 customers of Muamalat Bank Manado in 2018/2019 using data collection techniques through observation and questionnaires. The data analysis technique used is the validity test, reliability test, Cartesians diagram test of the importance-performance analysis with Kolmogorov-Smirnov technique and this data is processed by using SPSS version 25.

The data is categorized as a normal distribution if the significance is more than 0.05 and after testing, it can be seen that the value of Pearson correlation based on the test validity for X and Y variables, the value of r Table is 0.2017, so the data is valid. Furthermore, the results of the reliability test of the X variable (Cronbach's Alpha) are 0,931, and Cronbach's Alpha of Y variable is 0,926, they are reliable because Cronbach's Alpha value > 0.2017 .

The results of this study obtained the quality of service at Manado Branch Office of Muamalat Bank is "very good" by the results of the analysis using the coefficient determination method (R^2) showing the coefficient between X variable (service quality) and Y variable (customer satisfaction) and the analysis of cartesian diagram which has 4 quadrants and most appear in quadrant II (maintain performance) which means that the attributes in this quadrant are considered very important by customers and the service is very satisfying, thus, the company must maintain performance while Y (customer satisfaction) gets 99, 28% as the results of CSI (Customer satisfaction index). It shows that the performance of Manado Branch Office of Muamalat Bank has reached the customer expectations.

Key Words: service quality, IPA (Importance Performance Analysis), CSI

(Customer Satisfaction Index) Manado branch office of Muamalat Bank



ABSTRAK

Nama : Safira Salsabila Al'amri
NIM : 15.4.1.014
Judul : Analisis Kualitas Pelayanan Bank Muamalat Di Manado Menggunakan Metode IPA (*importance performance analysis*) Dan CSI (*customer satisfaction index*)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji analisis kualitas pelayanan Bank Muamalat di Manado menggunakan metode IPA (*importance performance analysis*) dan CSI (*customer satisfaction index*). Pokok masalah yang diteliti ini adalah bersumber pada dua hal yaitu variabel independen (kualitas pelayanan) dan variabel dependen (kepuasan nasabah). Metode yang digunakan metode kuantitatif deskriptif. Sumber data penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Manado populasi sebanyak 2.000 nasabah dan sampel sebanyak 95 nasabah Bank muamalat Manado Tahun 2018/2019 dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji diagram kartesius *importance performance analysis* dengan teknik *Kolmogrov-Smirnov* dan data ini diolah menggunakan SPSS versi 25.

Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 0,05 dan setelah dilakukan pengujian, dapat diketahui nilai pearson correlation berdasarkan uji validitas pada variabel X dan Y nilai r Tabel sebesar 0,2017 data yang dihasilkan valid. Selanjutnya dari hasil uji reliabilitas variabel X (Cronbach's Alpha) 0,931 dan variabel Y Cronbach's Alpha 0,926 dinyatakan reliable karena nilai Cronbach's Alpha > 0,2017.

Hasil penelitian ini memperoleh hasil bahwa Kualitas pelayanan di Bank Muamalat KC Manado “sangat baik” dibuktikan dengan hasil analisis menggunakan teknik koefisiendeterminasi (R^2) menunjukkan koefisien antara variabel X (kualitas pelayanan) dan Y (Kepuasan nasabah) dan diagram katresius analysis yang memiliki 4 kuadran dan paling banyak muncul berada pada kuadran II (pertahankan prestasi) yang artinya atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh nasabah dan pelayanannya sangat memuaskan, sehingga perusahaan harus mempertahankan prestasi sedangkan Y (kepuasan nasabah) memperoleh hasil dari CSI (*Customer satisfaction index*) sebesar 99,28% hal ini menunjukkan kinerja Bank Muamalat KC Manado telah mencapai harapan nasabah.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, IPA (Importance Performance Analysis), CSI (Customer Satisfaction Index), Bank Muamalat KC Manado

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era global saat ini sektor jasa telah mulai memegang peranan vital dalam perekonomian dunia, hal ini dikarenakan sejumlah faktor, seperti perubahan teknologi, peningkatan kontribusi sektor jasa pada penciptaan peluang bisnis, dan penciptaan kompleksitas kehidupan. Perkembangan dan peningkatan sektor jasa dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan dalam memberikan pelayanan yang terbaik diantara sekian banyaknya perusahaan jasa. Kondisi persaingan yang ketat tersebut, membuat perusahaan untuk menentukan skala prioritas. Prioritas utama bagi perusahaan jasa adalah memberikan pelayanan yang terbaik.

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan¹. Kualitas harus dimulai dari pemenuhan kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen dan harus berakhir pada pembentukan persepsi konsumen terkait kebutuhan. Hal tersebut menyiratkan bahwa kualitas bukan merupakan persepsi penyedia jasa melainkan persepsi konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan pelayanan, sehingga diperlukan upaya-upaya untuk dapat mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Tingkat persaingan antar bank dan bagaimana hubungan antara tingkat persaingan yang ada di industri perbankan dengan stabilitas Bank telah menjadi topik perdebatan klasik di antara para peneliti. Pandangan konvensional yang di sebut sebagai “*competition-fragility view*” menyatakan bahwa persaingan yang semakin ketat akan mengurangi kekuatan Bank dalam mencetak laba dan mendorong Bank untuk mengambil risiko yang lebih besar dalam upaya mencapai laba yang lebih tinggi²

¹ Fandy, Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 260.

² Fandy, Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* (yogyakarta: Andi Offset, 2011),

Banyaknya kantor Bank syariah yang berdiri, masyarakat akan dihadapkan pada banyak pilihan akan produk yang ditawarkan oleh bank syariah. Bagi nasabah, pelayanan yang bermutu sangatlah penting. Kualitas pelayanan menjadi komponen utama karena produk-produk utama Bank merupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dan pelayanan bank juga mudah ditiru.

Oleh karena itu persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan bank memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan pesaingnya.

Kepuasan nasabah merupakan hal pokok yang tidak boleh diabaikan bagi suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa Perbankan. Karena kepuasan nasabah merupakan aspek penting untuk mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas, sehingga pelayanan yang bermutu bagi nasabah perlu ditingkatkan. Peningkatan kualitas pelayanan kepada para nasabah adalah hal penting dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut sangat penting karena mengingat peranan nasabah yang sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun secara tidak langsung untuk mendukung eksistensi perusahaan³

Hal tersebut juga terjadi Di Bank Muamalat Kantor Cabang Manado (BMI KC) Manado sebagai tempat penelitian ini, kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan. Sesuai dengan slogannya “Pertama Murni Syari’ah”, tentunya segala pelayanan BMI KC Manado harus selalu disesuaikan dengan syariat Islam, apalagi di tengah-tengah persaingan Bank Syariah yang semakin pesat. BMI KC Manado dituntut untuk tetap menjaga kemurnian syariahnya dalam setiap produk maupun proses pelayannya. Masyarakat Islam saat ini semakin kritis, sehingga ketika bank syariah yang selama ini dirindukan kehadirannya ternyata pelayanan yang diberikan tidak sesuai syariah maka akan berakibat merugikan bank itu sendiri dan menghilangkan kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah.

³ (online) <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/nisbah/index>, nina indah febian, diakses pada maret 2020 tanggal 1

BMI KC Manado sebagai salah satu lembaga kepercayaan masyarakat harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas untuk memberi kepuasan bagi nasabah.⁴

Peningkatan kualitas pelayanan BMI KC Manado dilakukan melalui perluasan jaringan maupun dalam bentuk kerjasama dengan lembaga lain. Ironisnya seringkali tetap terjadi kesenjangan antara kinerja Bank dengan harapan nasabah. Seringkali nasabah mengeluhkan pelayanan yang diberikan Bank, salah satu contohnya adalah dalam hal antrian, seringkali nasabah mengeluh dan menilai kalau pelayanan yang dilakukan Bank kurang cepat, yang padahal Bank sendiri sudah berupaya memberikan pelayanan yang cepat. Tentunya di luar itu masih dimungkinkan ada hal-hal lain pada pelayanan bank yang tidak sesuai dengan harapan nasabahnya, sehingga perlu diketahui oleh Bank, hal-hal apa sajakah yang dikeluhkan oleh nasabah dari pelayanan yang diberikan Bank.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini ingin mengkaji lebih lanjut apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia KC Manado telah memenuhi harapan dari para nasabahnya, dan juga mengukur tingkat kualitas pelayanan yang diberikan, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Pada penelitian ini mencoba meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat diidentifikasi Melalui metode IPA(Importance Performance Analysis) yang menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: *Reability* (Keandalan), *Responsivene* (Ketanggapan), *Assurance* (Asuransi), *Empathy* (Empati), *Tangibles* (Berwujud)⁵, Dan menggunakan Analisis diagram aktresius yang terdiri 4 kuadran Dan untuk mengetahui presepsi dan ekspetasi nasabah yaitu menggunakan CSI (*customer satisfaction index*) Jadi penulis tertarik untuk meneliti permasalahan yang berjudul **“Analisis Kualitas Pelayanan Bank Muamalat Di Manado Menggunakan Metode IPA(Importance Performance Analysis) Dan CSI (Customer Satisfaction Index)”**

⁴<http://www.bankmuamalat.co.id/> (diakses pada tanggal 12 maret 2020)

B. Rumusan Masalah

1. Analisis kualitas pelayanan Bank Muamalat di Manado menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*)?
2. Analisis kualitas pelayanan Bank Muamalat di Manado menggunakan CSI (*Customer Satisfaction Index*)?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Analisis kualitas pelayanan Bank Muamalat di Manado menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*)
2. Untuk mengetahui Analisis kualitas pelayanan Bank Muamalat di Manado menggunakan CSI (*Customer Satisfaction Index*)

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

A. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan gambaran yang lebih baik kepada pihak lokasi penelitian agar dapat memberikan pelayanan terhadap konsumen.

B. Mahasiswa

Melatih mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang di dapat di bangku kuliah pada dunia nyata tentang ilmu pemasaran.

C. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan dijadikan sebagai penambah referensi kepustakaan bagi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam

E. Definisi operasional

Berikut ini dapat ditegaskan beberapa istilah

1. Variabel X (Kualitas Pelayanan)

Kualitas pelayanan terdapat lima dimensi yaitu:

- a Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan menyediakan fasilitas fisik yang ada di Bank Muamalat KC Manado. seperti: gedung, peralatan, perlengkapan serta penampilan karyawannya.
- b Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. misalnya: pelayanan yang tepat waktu, adil, sikap simpatik dan informasi yang akurat.
- c Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dengan penyampaian informasi yang jelas kepada nasabah Bank Muamalat KC Manado.
- d Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu kemampuan dalam menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada Bank Muamalat KC Manado. seperti : komunikasi dan keamanan.
- e Empati (*empathy*), yaitu kemampuan dalam memberikan perhatian yang tulus kepada nasabah dalam memahami keinginannya. Misalnya: karyawan Bank Muamalat KC Manado memiliki sifat keramahan terhadap nasabah, memahami kebutuhan nasabah, dan memiliki jam pelayanan yang nyaman bagi nasabah.⁶

2. Variabel Y (Kepuasan Nasabah)

Indikator dari kepuasan konsumen dapat dilihat :

- a Persepsi
- b ekspektasi

⁶ Prof.Dr. veithzal Rivai, "Islamic Marketing Management" Jakarta, PT Bumi Askara, 2017, h.181

BAB II

KAJIAN TEORETIS

A. Pengertian Bank

1. Bank Umum

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.⁷

2. Bank Syariah

Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, pengertian Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang di atur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia.⁸

B. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas

Menurut Feigenbaum Kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*) Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk. Pentingnya kualitas dapat dijelaskan dari dua sudut, yaitu dari sudut manajemen operasional dan manajemen pemasaran. Dilihat dari sudut manajemen operasional, kualitas produk merupakan salah satu kebijaksanaan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk dari pesaing.⁹

⁷Republik Indonesia, Undang-Undang RI, Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998, Tentang Perbankan.

⁸Undang-Undang RI No.21 Tahun 2008, Op., Cit.

⁹Nasution, M.N. Op. Cit., h. 3.

2. Pengertian Pelayanan

Menurut Kotler menyatakan bahwa Jasa (*ervice*) adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi 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.¹⁰

3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan oleh nasabah atau yang tersirat dalam diri nasabah. Kualitas merupakan nilai dan kepuasan nasabah dan ini merupakan setiap orang (karyawan).¹¹

Banyak peneliti yang telah mengembangkan teori pengukuran kualitas pelayanan. yang membuat skala pengukuran persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang terkenal dengan nama *servqual*. Instrumen ini mengukur tingkat kesesuaian antara ekspektasi awal/harapan nasabah sebelum menggunakan lalu dibandingkan dengan layanan jasa yang diterimanya

Demikian halnya dalam penyampaian jasa, setiap aktifitas yang terkait harus didasari oleh kepatuhan terhadap syariah yang penuh dengan nilai nilai moral dan etika. Perkembangan organisasi jasa syariah telah memberikan dimensi baru dalam pengukuran kualitas jasa¹².

¹⁰ Keller Kotler, "Manajemen Pemasaran" PT INDEKS" Jakarta, 2006, h.177

¹¹Ali hasan, "*Marketing bank syariah*".Bogor, Ghalia Indonesia, 2010, h. 91.

4. Dimensi kualitas pelayanan

Terdapat 5 dimensi yaitu :

- a Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan perusahaan dalam menyediakan fasilitas fisik seperti gedung, peralatan, perlengkapan atau fasilitas pendukung serta penampilan karyawannya.
- b Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Misalnya pelayanan yang tepat waktu, pelayanan yang adil, sikap simpatik dan informasi yang akurat.
- c Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen yaitu komunikasi, keamanan, dan kompetensi.
- e Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah. Misalnya karyawan perusahaan memiliki keramahan dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik serta memiliki jam pelayanan yang nyaman bagi nasabah.¹³

¹³ Zainal Rivai Vheitzhal, "Islamic Marketing Management" Jakarta, PT Bumi Askara, 2017, h.181

5. Kualitas Pelayanan Perspektif Islam

Allah berfirman dalam Alqur'an Surah Al-Baqarah Ayat 267 sebagai berikut :

الْحَيْثُ تَيْمَّمُوا وَلَا الْأَرْضِ مِنْ لَكُمْ أَخْرَجْنَا وَمِمَّا كَسَبْتُمْ مَا طَيَّبْتُمْ مِنْ أَنْفِقُوا ءَامِنُوا الَّذِينَ يَتَأْتُوا

حَمِيدٌ غَنَى اللَّهُ أَنْ وَأَعْلَمُوا فِيهِ تَغْمِضُوا أَنْ إِلَّا بِنَا حَذِيهِ وَلَسْتُمْ تُنْفِقُونَ مِنْهُ

Terjemahannya : Hai orang-orang yang beriman, infakanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji¹⁴.

Tafsir ayat 267: Allah menganjurkan kepada hamba-hambanya untuk menginfakkan sebagai apa yang mereka dapatkan dala berniaga, dan sebagian dari apa yang mereka panen dari tanaman dari biji-bijian maupun buah-buahan, hal ini mencakup zakat uang maupun seluruh perdagangan yang dipersiapkan untuk dijual belikan, juga hasil pertanian dari biji-bijian dan buah-buahan. Termasuk dalam keumuman ayat ini, infak yang wajib maupun yang sunnah. Allah memerintahkan untuk memilih yang baik dari itu semua dan tidak memilih yang buruk, yaitu yang jelek lagi hina mereka sedekahkan kepada Allah, seandainya merela memberikan barang yang seperti itu kepada orang-orang yang berhak mereka berikan, pastilah merekapun tidak akan meridhainya, mereka tidak akan menerimanya kecuali dengan kedongkolan dan memicingkan mata. Maka yang seharusnya adalah mengeluarkan yang tengah-tengah dari semua itu, dan yang lebih sempurna adalah mengeluarkan yang paling baik. Sedangkan yang dilarang adalah infak yang wajib dan tidak akan memperoleh pahala yang sempurna dalam infak yang sunnah¹⁵.

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Thoric G dan Utus H menjelaskan bahwa pelayanan yang berkualitas bukan hanya

¹⁴Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*.

¹⁵Syaikh Abdurahman bin Nashir as-Sa'di, *Tafsir Al-Quran Surat Al-Fatihah, Al-Baqarah, Ali Imran*. (Jilid 1, Jakarta: Pustaka Sahifa, 2007), h.427-428

Tafsir ayat 21: Pada ayat ini Allah Swt memperingatkan orang-orang munafik, bahwa sebenarnya mereka dapat memperoleh teladan yang baik dari Nabi saw, Rasulullah saw adalah seorang yang kuat imannya, berani, sabar, tabah menghadapi segala macam cobaan, percaya dengan sepenuhnya kepada segala ketentuan-ketentuan Allah dan beliaupun mempunyai akhlak yang mulia. Jika mereka bercita-cita ingin menjadi manusia yang baik, berbahagia hidup di dunia dan di akhirat, tentulah mereka akan mencontoh dan mengikuti Nabi. Tetapi perbuatan dan tingkah laku mereka menunjukkan bahwa mereka tidak menghadapkan keridaan Allah dan segala macam bentuk kebahagiaan hakiki itu¹⁸.

3. Jaminan (assurance), dapat diberikan berupa kemanan, kenyamanan, kejujuran dan sebagainya. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surah al-Syu'arā Ayat 181-182.

﴿أَجْمَعِينَ مِيقَاتُهُمُ الْفَصْلَ يَوْمَ إِنَّ﴾ يَعْلَمُونَ لَا أَكْثَرَهُمْ وَلَكِنَّ بِالْحَقِّ إِلَّا خَلَقْنَاهُمَا مَا

Terjemahannya : 181. Kami tidak menciptakan keduanya melainkan dengan haq, tetapi kebanyakan mereka tidak mengetahui.

182. Sesungguhnya hari keputusan (hari kiamat) itu adalah waktu yang dijanjikan bagi mereka semuanya¹⁹.

Tafsir ayat 181-182: Di samping memperserikatkan Allah dengan sesuatu yang lain, penduduk Madyan juga membuat dosa-dosa dan mengerjakan kejahatan-kejahatan yang lain, antara lain:

- 1) Mengurangi timbangan dan takaran di waktu menjual dan membeli serta minta dilebihkan di waktu membeli.
- 2) Menurunkan harga barang-barang agar mereka dapat membeli barang-barang itu dengan harga yang amat rendah.
- 3) Membuat onar dan kebinasaan di muka bumi.

Dalam ayat ini Allah Swt menerangkan bahwa Syu'aib menyeru kaumnya menghentikan kejahatan-kejahatan yang biasa mereka lakukan itu. Hendaklah mereka menyepurnakan takaran dan timbangan yang baik di waktu menjual maupun di waktu membeli, karena perbuatan yang

¹⁸Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Tafsir* (Jilid VII, Semarang: PT. Citra Effhar, 1993), h. 743-744

¹⁹Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya*

baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat.²³

Tafsir ayat 26: (*Hai anak Adam, sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian*) Kami telah menciptakannya untuk kamu, (*untuk menutupi*) guna menutupi, (*suratmu dan pakaian perhiasaan*) pakaian yang digunakan sebagai perhiasan, (*Dan pakaian takwa*) yakni amal saleh dan akhlak yang baik; dengan dibaca Nashab karena di'athafkan kepada lafaz Libasan, dan dibaca *Rafa'* sebagai *Mubtada* sedangkan Khabarnya ialah jumlah berikut ini. (*itulah yang lebih baik Yang demikian itu adalah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah*) bukti-bukti yang menunjukkan kekuasaan-Nya, (*mudah-mudahan mereka selalu ingat*) kemudian mau beriman; di dalam jumlah ini terkandung iitifat atau kata sindiran terhadap *Mukhathab* atau orang yang diajak bicara.²⁴

C. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Kotler menyatakan bahwa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- 1) Sistem keluhan dan saran (Complain and suggestion system)
- 2) Survei pelanggan (Customer surveys)
- 3) Pembeli bayangan (Ghost shopping)
- 4) Analisa kehilangan pelanggan (Lost customer analysis)²⁵

D. Metode IPA (Importance Performance Analysis)

Importance Performance Analysis (IPA) teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dalam artikel mereka "*Importance Performance Analysis*" yang dipublikasikan di *Journal of Marketing*. Pada teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada *Importance Performance*

²³Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahannya*

²⁴Abu Ja'far Muhammad bin Jarir Ath-Thabari, *Jami'Al Bayan an Ta'wil Ayi Al Quran* (Cet. Pertama, Jakarta: Pustaka Azzam, 2008), h.629

²⁵Philip kotler keller, "Manajemen Pemasaran" Jakarta, Edisi 12 ,2006, h.176

Matrix, yang mana sumbu x mewakili persepsi sedangkan sumbu y mewakili harapan.²⁶

E. Matriks Importance Performance Analysis

Adapun interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut :

Prioritas Utama (*Concentrate Here*) Pada kuadran ini terdapat faktor faktor yang dianggap penting dan atau diharapkan konsumen akan tetapi kinerja perusahaan dinilai belum memuaskan sehingga pihak perusahaan perlu berkonsentrasi untuk mengalokasikan sumber dayanya guna meningkatkan performa yang masuk pada kuadran ini.

1. Pertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*) Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut.
2. Prioritas Rendah (*Low Priority*) Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut.
3. Berlebihan (*Possibly Overkill*) Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada factor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi.²⁷

F. Customer Satisfaction Index (CSI)

Indeks Kepuasan Konsumen atau Customer Satisfaction Index (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. Contohnya adalah memantau perbaikan pelayanan, pemotivasian karyawan maupun pemberian bonus sebagai gambaran yang mewakili tingkat kepuasan menyeluruh pelanggan. CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. CSI

²⁶ Algifari, "Mengukur Kualitas Layanan Dengan Indeks Kepuasan metode *importance performance analysis (IPA)*" BPEE, Yogyakarta, 2016, h.35

²⁷ *Ibid.*, h. 37

merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. Indeks Kepuasan Konsumen (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan Contohnya adalah memantau perbaikan pelayanan, pemotivasian karyawan maupun pemberian bonus sebagai gambaran yang mewakili tingkat kepuasan menyeluruh pelanggan²⁸.

²⁸Tjiptono Fandi, "Qualitu & Customer Satisfaction" Edisi 5, Yogyakarta, 2019, h.97

G. Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Kesimpulan
1.	Johan Oscar Ong, Jati Pambudi	Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan <i>Importance Performance Analysis</i> Di Sbu Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero).	Berdasarkan hasil perhitungan skor kepuasan pelanggan yang telah dilakukan yang meliputi variabel <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , <i>empathy</i> , <i>tangible</i> , <i>product quality</i> , dan <i>price</i> dapat diketahui tiga item terbaik yaitu: Karyawan PT Sucofindo berpenampilan rapi dan profesional, Fasilitas gedung PT Sucofindo rapi / bersih, dan Karyawan PT Sucofindo melayani dengan baik Dengan analisis <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) maka dapat diketahui masih terdapat 13 hal yang harus ditingkatkan kedepannya.
2.	Drajat Indrajaya	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Menggunakan <i>Importance</i>	Kinerja UKM Gallery terhadap atribut kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan pelanggan masih kurang memuaskan. Hal ini Berdasarkan hasil dari <i>Importance Performance Analysis</i> yang menunjukkan bahwa terdapat dua atribut

		<i>Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index Pada Ukm Gallery</i>	yang berada pada kuadran pertama (prioritas utama) yang mana atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini merupakan atribut-atribut yang memiliki nilai kepentingan yang tinggi bagi konsumen, namun kinerjanya masih kurang memuaskan.
3.	Risep Khairul Umam, Niluh Putu Hariastuti	Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index (Csi)</i> Dan <i>Importance Performance Analysis (Ipa)</i>	Kesimpulannya bahwa pelanggan perempuan, kosumen yang berusia antara 21 hingga 30 tahun, tingkat pendidikan terakhir Sarjana (S1, S2, S3), serta jenis pekerjaan pelajar/mahasiswa merupakan karakteristik dominan konsumen OIS Photography. Berdasarkan hasil perhitungan dan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan OIS Photography adalah sebesar 74.19 % (puas), sedangkan atribut kualitas pelayanan yang dianggap penting dan dalam menentukan kepuasan pelanggan pada OIS Photography dan menjadi prioritas perbaikan adalah Variasi pilihan jasa fotografi yang beragam,

			Masa tunggu hasil cetak foto yang tidak terlalu lama, Kemampuan karyawan dalam memahami keinginan konsumen.
4.	Leonard Wedy M, Hadi Setiawan, Sirajuddin.	Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pada Alfamidi Bukit Palem Cabang Kota Cilegon	Variabel yang menjadi prioritas perbaikan pada penelitian kali ini dengan evaluasi dari hasil metode IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>) terhadap kinerja jasa pelayanan mini market berdasarkan persepsi pelanggan secara umum harus dilakukan perbaikan berdasarkan jumlah atribut yang berada pada kuadran I sebanyak 4 atribut yang harus dilakukan perbaikan yaitu ketepatan pengembalian uang pada konsumen, kemampuan para karyawan dalam membantu konsumen mendapatkan produk yang dibutuhkan, harga produk yang ditawarkan cukup bersaing dengan kompetitor lainnya, dan area parkir yang nyaman. Dan kuadran III sebanyak 5 atribut yaitu karyawan bersedia membantu mengantarkan

			<p>barang belanja konsumen ke kendaraan, pelayanan untuk penukaran produk jika terdapat keluhan pada konsumen, harga produk yang ditawarkan sesuai dengan label harga pada iklan produsen, suhu ruangan toko yang nyaman, dan perusahaan memiliki beberapa jenis produk unggulan dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitor lainnya</p>
--	--	--	---

Penelitian yang berhubungan dengan kualitas pelayanan menggunakan metode IPA(*importance performance analysis*) dan CSI (*customer satisfaction indeks*) Telah banyak dilakukan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Johan Oscar Ong, Jati Pambudi yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan *Importance Performance Analysis* Di Sbu *Laboratory* Cibitung PT Sucofindo (Persero)”. Persamaannya sama-sama menganalisis kepuasan nasabah dengan menggunakan metode IPA(*importance performance analysis*) dengan menggunakan teknik yang sama yaitu *diagram katresius analysis*. Perbedaannya dengan penelitian ini yaitu penelitian sebelumnya hanya meneliti kepuasan pelanggan di PT Sucofindo, sedangkan penelitian ini meneliti kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah di Bank Muamalat KC Manado.

Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Drajat Indrajaya yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* Dan *Customer Satisfaction Index* Pada Ukm Gallery”. Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-

sama menganalisis variabel X (kualitas pelayanan) menggunakan teknik IPA (*importance performance analysis*) dan mengukur kepuasan nasabah menggunakan variabel Y CSI (*customer satisfaction index*). metode analisis yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan sampel 100 responden.

Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Risep Khairul Umam, Niluh Putu Hariastuti yang berjudul “Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index (Csi)* Dan *Importance Performance Analysis (Ipa)*” . persamaan dari penelitian ini yaitu memakai indikator yang sama dan menggunakan 5 dimensi untuk dijadikan data, dan metode analisis yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Perbedaan dari penelitian ini yaitu penelitian terdahulu menggunakan teknik sampling mengambil data nasabah yang tertentu sedangkan penelitian ini menggunakan *Sampling Insidental* mengambil data kepada semua nasabah yang bertemu dengan peneliti di lokasi penelitian.

Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Leonard Wedy M, Hadi Setiawan, Sirajuddin yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pada Alfamidi Bukit Palem Cabang Kota Cilegon”. Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menganalisis variabel X menggunakan metode (*importance performance analysis*) yang menggunakan 5 dimensi dengan sampel 95 responden. dan metode analisis yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif. Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian sebelumnya menekankan pada kualitas produk dan kepuasan nasabah di Alfamidi Bukit Palem Cabang Kota Cilegon, sedangkan penelitian ini menggunakan nasabah Bank Muamalat KC Manado.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Bank Muamalat KC Manado Jl. Sam Ratulangi No. 11, Wenang Utara, Kec. Wenang, Kota Manado Sulawesi Utara. Penelitian ini dimulai dari bulan November sampai Januari 2020.

B. Rancangan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif menggunakan sistim survei. Dimana data yang dikumpulkan adalah kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat KC Manado. Metode penelitian kuantitatif menekankan pada data-data *numeric* (angka) yang diolah dengan metode statistika

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di terapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁹ Populasi yang dimaksud di sini adalah nasabah yang ada pada Bank Muamalat di Manado yang berjumlah 2.000 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan tenaga, dana, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.³⁰

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2013), h. 80.

³⁰*Ibid.*,h. 81.

3. Sampling

Teknik sampling yang digunakan peneliti adalah *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Sampling Insidental* dimana penentuan sampel dipilih berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumberdata.³¹ Secara matematis, Rumus Slovin yang kita gunakan untuk menentukan jumlah sampel dengan tingkat signifikansi 10% sebagai berikut: Dimana

: n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan/eror.³²

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Perhitungan : $n = \frac{2.000}{1 + 2.000 (0,01)^2}$

$$n = \frac{2.000}{1 + 2.000 \cdot 0,1}$$

$$n = \frac{2.000}{1 + 20}$$

$$N = \frac{2.000}{21} = 95,2 \text{ Di bulatkan menjadi } 95$$

³¹*Ibid.*,h. 84.

D. Data dan Instrumen

1. Sumber Data

Data adalah catatan keterangan sesuai bukti kebenaran, bahan-bahan yang dipakai sebagai dukungan penelitian.³³ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni :

a Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian dengan menggunakan alat pengukuran berupa kuesioner atau angket. Kuesioner atau angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.³⁴

b Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara.³⁵ Data sekunder dalam penelitian ini bersejarah singkat perusahaan/lembaga serta perkembangannya, visi dan misi Bank Muamalat KC Manado. Serta berbagai jurnal dan referensi lain untuk mendukung materi yang diperlukan peneliti.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.³⁶ Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert 5 point menggunakan pengukuran skor data Interval. Kategori interpretasi skor dapat dilihat melalui tabel dibawah ini:

³³ Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UINMaliki Press, 2011), h. 153.

³⁴ Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrument Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), h. 33.

³⁵ Nur Asnawi dan Masyhuri, *op. cit.*, h. 155.

³⁶ Sugiyono, *op. cit.*, h. 93.

Tabel 3.1 kategori skor Skala Likers

Bobot Nilai	Kategori	
	1	2
5	Sangat Baik	Sangat Penting
4	Baik	Penting
3	Cukup Baik	Cukup Penting
2	Tidak Baik	Tidak Penting
1	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Penting

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuisisioner (angket), kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.³⁷Variabel yang diteliti oleh peneliti yaitu kualitas pelayanan (X) dan kepuasan nasabah (Y).

Berikut ini indikator variabel yang akan dijadikan bentuk pertanyaan dan pernyataan dalam kuisisioner:

No	Variabel	Indikator
1.	Kualitas Pelayanan (X)	1. Kehandalan (<i>Reliability</i>) 2. Ketanggapa (<i>Renponsiveness</i>) 3. Jaminan (<i>Assurance</i>) 4. Empati (<i>Empathy</i>) 5. Berwujud (<i>Tengibles</i>)
2.	Kepuasan Nasabah (Y)	1. Persepsi 2. Ekspektasi

³⁷Sugiyono, *op. cit.*, h. 142.

2. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan terhadap pola perilaku manusia dalam situasi tertentu, untuk mendapatkan informasi tentang fenomena yang diinginkan. Observasi merupakan cara yang penting untuk mendapatkan informasi yang pasti tentang orang, karena apa yang dikatakan orang belum tentu sama dengan apa yang dikerjakan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis adalah proses pengolahan data yang telah terkumpul, dan penginterspreasikan hasil pengolahan data yang terkumpul tersebut. Untuk mengelola data yang terumpul dari responden, peneliti menggunakan alat bantu dalam menganalisis data tersebut yaitu SPSS 25. SPSS merupakan singkatan dari *Statistical Product And Service Solution* yaitu sebuah aplikasi (*software*) yang digunakan untuk menganalisis data penelitian.

1. Uji Kualitas Data

a) Uji Validitas

Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan pada responden dapat mengukur apa yang hendak diukur sehingga dapat menjawab tujuan dari penelitian. Adapun hasil uji validitas variabel X (kualitas pelayanan) dan variable Y (kepuasan nasabah) pada tabel r dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} > r_{table}$ dengan taraf signifikan 5% hal ini dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang digunakan peneliti dalam menyusun kuesioner secara keseluruhan dinyatakan valid.³⁸

b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ini digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat diandalkan. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila alat ukur tersebut menghasilkan hasil-hasil yang konsisten, dengan

³⁸ Sahid Raharjo, 2014, *Modul Pembelajaran Olah Data Dengan SPSS (online)*, [Http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-moment-spss.html](http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-moment-spss.html), (diakses tanggal 23 Juli 2019)

demikian reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda.³⁹

2. Metode IPA (*Importance Performance Analysis*)

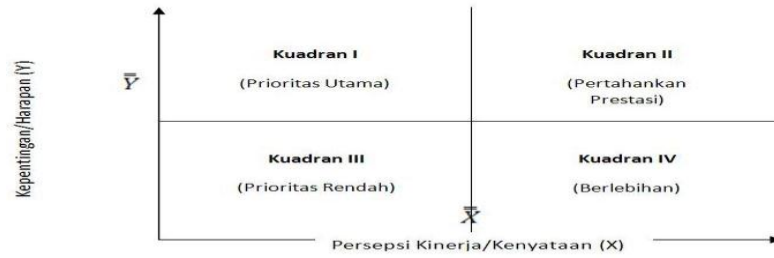
Importance Performance Analysis (IPA) teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dalam artikel mereka “*Importance Performance Analysis*” yang dipublikasikan di *Journal of Marketing*. Pada teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada *Importance Performance Matrix*, yang mana sumbu x mewakili persepsi sedangkan sumbu y mewakili harapan, kemudian dianalisis di *Importance and Performance matrix* dalam diagram kartesius yang terbagi menjadi 4 (empat) kuadran.⁴⁰

³⁹ Agus Purwoto, *Panduan Laboratorium Statisti Inferensial* (Jakarta: grasindo, 2007), h. 143

⁴⁰ Algifari, “Mengukur Kualitas Layanan Dengan Indeks Kepuasan metode *importance performance analysis (IPA)*” BPEE, Yogyakarta, 2016, h.35

3. Diagram Kartesius *Importance Performance analysis*

Gambar 1
diagram kartesius



Gambar 1

Diagram Kartesius Importance Performance Analysis

Selanjutnya, untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada dimensi *Compliance, Reability, Responsivene, Assurance, Empathy, Tangibles*⁴¹ Di Bank Muamalat KC Manado, analisis dilakukan dengan cara melakukan perhitungan secara kuantitatif pada alternatif jawaban, frekuensi jawaban dan persentase kepuasan konsumen pada dimensi *Compliance, Reability, Responsivene, Assurance, Empathy, Tangibles*. Kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Dan hasil analisis deskriptif disajikan dalam bentuk tabel, kemudian ditentukan pengkatagorian dalam garis kontinum seperti pada deskriptif kualitas pelayanan dan kepentingan konsumen.

⁴¹ *Ibid.*, h. 37

4. Customer Satisfaction Index (CSI)

Indeks Kepuasan Konsumen atau Customer Satisfaction Index (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. Contohnya adalah memantau perbaikan pelayanan, pemotivasian karyawan maupun pemberian bonus sebagai gambaran yang mewakili tingkat kepuasan menyeluruh pelanggan. CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur.

$$\text{Rumus CSI} = \frac{T}{5Y} \times 100\%$$

T :Nilai Total Dari CSI

5 :Nilai Maksimum Pada Skala Pengukuran

Y :Nilai total rata-rata dari kolom harapan⁴²

⁴² Tjiptono Fandi, "Qualitu & Customer Satisfaction" Edisi 5, Yogyakarta, 2019, h.97

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Bank Muamalat

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (“Bank Muamalat Indonesia”) memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi’us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia.

Selain itu produk Bank yaitu Shar-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (“Bank Muamalat Indonesia”) memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi’us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia. Sejak

resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan multifinance syariah (Al-Ijarah Indonesia Finance) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia.

Selain itu produk Bank yaitu Shar-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Shar-e Gold Debit Visa yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapatkan penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan e-channel seperti internet banking, mobile banking, ATM, dan cash management. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah. Menginjak usianya yang ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan rebranding pada logo Bank untuk semakin meningkatkan awareness terhadap image sebagai Bank syariah Islami, Modern dan Profesional. Bank pun terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Hingga saat ini, Bank beroperasi bersama beberapa entitas anaknya dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infakdan Sedekah (ZIS). Sejak tahun 2015. Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi “The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”.⁴³

⁴³ www.bankmuamalat.co.id (online) pada tanggal 22 Januari

VISI : Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional

MISI : Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

Tabel : 4.1**Informasi perusahaan**

Nama Perusahaan	PT Bank Muamalat Indonesia
Bidang Usaha	Perbankan Syariah
Tanggal Pendirian Dan Beroperasi Komersial	Di Dirikan Pada 1 November 1991 Dan Beroperasi Mei 1992
Rating Perusahaan	Id A+ Dengan Negative Outlook
Dasar Hukum Pembentukan	Akta No.1 Tanggal 1 November 1991 Masehi Atau 24 Rabiul Akhir 1412 H, Dibuat Di Hadapan Yudo Paripurno, S.H Notaris, Di Jakarta. Akta Pendiria Tersebut Telah Memperoleh Pengeesahan Menteri Kehakiman Republic Indonesia Dengan Keputusan No.C2-2412.HT.01.1 Tahun 1992 Tanggal 21 Maret 1992 Da Telah Di Daftarkan Pada Kantor Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Pada Tanggal 30 Maret 1992 Dibawah No.970/1992 Serta Diumumkan Dalam Berita Negara Republik Indonesia No.34 Tanggal 28 April 1992 Tabahan No.1919A.
Modal Dasar	Rp.4.400.000.000.000 / (Empat Triliun Empat Ratus Miliar Rupiah)
Modal Di Tempatkan	Rp. 1,103.435.151.000 (Satu Triliun Seratus Tiga Miliar Empat Ratus Tiga Puluh Lima Juta Seratus Lima Puluh Satu Ribu Rupiah)

Jaringan Layanan	<p>276 Kantor Layanam :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 83 Kantor Cabang - 150 Kantor Pembantu - 43 Kantor Pos <p>710 ATM Muamalat 97 Mobile Branch Muamalat 120.000 Jaringan ATM Bersama Dan ATM Prima.</p>
Jaringan Kantor Luar Negeri	Kantor Cabang Kuala Lumpur, Malaysia
Produk	<p>Penghimpun Dana :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tabungan IB Hijrah - Tabungan IB Hijrah Valas - Tabungan IB Hijrah Haji - Tabungan IB Hijrah Rencana - Tabunganku IB - Tabungan IB Hijrah Prima - Tabungan IB Hijrah Bisnis - Deposito IB Hijrah - Giro IB Hijrah Attijary - Giro IB Hijrah Ultima - Dana Pension Muamalat <p>Pembiayaan :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kpr iB Muamalat - iB Muamalat Multiguna - iB Muamalat Koprasi Karyawan - iB Mumalat Pension - Pembiayaan Autoloan (Via Multifinance) - iB Modal Kerja Regular - iB Modal Kerja Proyek - iB Modal Kerja Konstruksi Developer - iB Modal Kerja Lembaga Keuangan Syariah

	<ul style="list-style-type: none"> - iB Investasi Regular - iB Properti Bisnis - iB Muamalat Usaha Mikro - iB Rekening Koran Muamalat
Jasa	<p>Perbankan International (Remittance) Trade Finance Layanan 24 Jam :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atm Muamalat - Muamalat Mobile - Internet Banking Muamalat - Cash Management System - Salaamuamalat
Entitas Asosiasi Dan Afiliasi	<p>Pt Al Ijaraah Indonesia Finance (ALIF) Baitulmaal Muamalat (BMM) Dana Pension Lembaga Keuangan (DPLK)Muamalat Muamalat Institute Pt Syarikat Takaful Indoensia Dan Lain-Lain</p>
Kepemilikan Saham	<p><i>Islamic Development Bank (Idb) :32.74%</i> <i>Boubyan Bank : 22.00%</i> <i>Atwill Holdings Limited :17.91%</i> <i>National Bank Of Kuwait : 8.45%</i> <i>IDF Investment Foundation : 3.48%</i> <i>BMF Holdings Limited : 2.84%</i> <i>Reza Rhenaldi Syaiful : 21.67%</i> <i>Dewi Monita : 1.675%</i> <i>Andre Mirza Hartawan : 1.66%</i> KOPKAPINDO : 1.39% Publik : 6.19%</p>
Website	Www.Bankmuamalat.Co.Id

Sumber : *annualy report bank muamalat (2018)*⁴⁴

⁴⁴ Www.Bankmuamalat.Co.Id (online), pada tanggal 22 januari

B. Hasil penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan di Bank Muamalat KC Manado dengan jumlah populasi 2.000 nasabah, dalam penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% yang berjumlah 95 responden. Untuk penentuan sampel menggunakan teknik *sampling incidental* berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti sebagai sumber data. Pemberian kuesioner dilaksanakan pada saat itu juga di Bank Muamalat KC Manado. Dengan demikian pengembalian kuesioner presentase 100%.

a Berdasarkan tingkat umum responden

Tabel : 4.2
Berdasarkan Umur Responden

Umur	Frekuensi	Persentase (%)
17	2	1,9
18	1	0,95
19	2	1,9
20	9	8,55
21	7	6,65
22	5	4,75
23	4	3,8
24	4	3,8
25	3	2,85
26	2	1,9
27	5	4,75
28	2	1,9
29	4	3,8
30	3	2,85
31	1	0,95
32	2	1,9
33	3	2,85
34	1	0,95
35	2	1,9
36	2	1,9
37	3	2,85
38	2	1,9
39	3	2,85
40	1	0,95
41	1	0,95

42	5	4,75
43	1	0,95
44	3	2,85
45	2	1,9
46	3	2,85
47	1	0,95
48	1	0,95
49	2	1,9
50	3	2,85
total	95	100

sumber : pengolahan data 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan umur terbanyak adalah pada umur 20 tahun, yaitu sebanyak 9 nasabah atau sebanyak 8,55%, dan responden paling sedikit berumur 31, 43, 40, 41, 43, 47, 48 yaitu sebanyak 1 nasabah atau 0,95.

Tabel : 4.3
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki- Laki	30	28,5%
Perempuan	65	61,7%
Total	95	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jumlah responden berdasarkan jenis kelamin lebih banyak adalah nasabah perempuan sebanyak 65 responden atau 61,7% dan 30 nasabah laki laki sebanyak 30 atau sebesar 28,5%.

Tabel : 4.4
Responden Berdasarkan Tahun

Tahun	frekuensi	Presentase%
2018	21	19,9%
2019	74	70,3%
Total	95	100%

Sumber : hasil pengelolaan data 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jumlah responden berdasarkan tahun jumlah nasabah di Bank muamalat terbanyak pada tahun 2019 yaitu 74 responden atau sebanyak 70,3% dan tahun 2018 yaitu 21 responden atau sebanyak 19,9%.

a. Deskripsi Variabel (X) kualitas

tabel :4.5

Tanggapan Responden Mengenai kualitas pelayanan

No.	Penilaian					
	Variabel X	SB (5)	B (4)	CB (3)	TB (2)	STB (1)
1	X1	25	60	14	1	0
2	X2	27	57	16	0	0
3	X3	30	63	6	0	1
4	X4	33	61	5	0	1
5	X5	27	65	6	2	0
6	X6	29	67	3	1	0
7	X7	24	66	8	2	0
8	X8	26	65	5	4	0
9	X9	31	64	3	2	0
10	X10	29	65	6	0	0
11	X11	37	60	3	0	0
12	X12	28	65	3	3	1
13	X13	27	66	5	2	0
14	X14	32	65	3	0	0
15	X15	27	62	8	2	0
16	X16	27	70	0	3	0
17	X17	27	68	3	1	1

18	X18	30	69	0	1	0
19	X19	31	67	1	0	1
20	X20	37	60	2	1	0
21	X21	34	61	3	2	0
22	X22	31	66	1	2	0
23	X23	26	70	0	4	0
24	X24	28	68	3	1	0
25	X25	21	79	0	0	0
Total		724	1629	107	34	5
persentase		687,8	1,547	101,65	32,3	4,75

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memilih tanggapan baik yang jumlahnya sebesar 1629 atau 1,547% terhadap atribut-atribut pernyataan variable X (kualitas pelayanan).

b. Deskripsi Variabel (Y) Kepuasan nasabah

Tabel :4.6**Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan nasabah**

No.	Penilaian					
	Variabel Y	SP (5)	P (4)	CP (3)	TP (2)	STP (1)
1	Y1	14	8	1	2	0
2	Y2	21	0	0	4	0
3	Y3	9	16	0	0	0
4	Y4	25	0	0	0	0
5	Y5	13	10	0	2	0
6	Y6	19	2	1	3	0
7	Y7	20	3	2	0	0
8	Y8	7	18	0	0	0
9	Y9	25	0	0	0	0
10	Y10	18	7	0	0	0

11	Y11	9	16	0	0	0
12	Y12	20	3	0	2	0
13	Y13	20	4	1	0	0
14	Y14	20	5	0	0	0
15	Y15	5	19	1	0	0
16	Y16	21	1	3	0	0
17	Y17	19	4	2	0	0
18	Y18	20	5	0	0	0
19	Y19	1	23	1	0	0
20	Y20	11	13	1	0	0
21	Y21	21	2	2	0	0
22	Y22	19	3	1	2	0
23	Y23	1	24	0	0	0
24	Y24	11	9	0	5	0

25	Y25	17	4	2	2	0
Total		386	199	18	22	0
persentase		366.7	189,05	17.1	20.9	0

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memilih tanggapan sangat penting yang jumlahnya sebesar 386 atau 366.7% terhadap atribut-atribut pernyataan variable (Y) kepuasan nasabah.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas Data

Dalam menentukan kelayakan atau tidaknya suatu item pernyataan yang akan digunakan, penulis menggunakan uji validitas analisis korelasi *Bivariate Person* (produk momen person) pada taraf signifikansi 5% nilai r tabel dengan $df=n-2$ maka akan menjadi ($df = 100 - 2 = 98$) sehingga r tabel pada taraf signifikansi 5% adalah 0,2017. Apabila nilai r hitung $> 0,2017$ maka item pernyataan itu dinyatakan valid. Sedangkan apabila nilai r hitung $< 0,2017$ maka item pernyataan itu tidak valid. Interpretasi menurut Sugiyono adalah sebagai berikut.

Setelah dilakukan uji validitas pada variabel X (kualitas pelayanan) setiap pernyataan dinyatakan valid karena memiliki nilai *person correlation* $>0,2017$ sehingga semua item pernyataan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel : 4.7
Uji Validitas Variabel X (kualitas pelayanan)

Pernyataan	Pearson Correlation	r Tabel	Keterangan
1	0,401	0.2017	Valid
2	0,388	0.2017	Valid
3	0,217	0.2017	Valid
4	0,257	0.2017	Valid
5	0,463	0.2017	Valid
6	0,588	0.2017	Valid
7	0,425	0.2017	Valid
8	0,383	0.2017	Valid
9	0,494	0.2017	Valid
10	0,277	0.2017	Valid
11	0,550	0.2017	Valid
12	0,414	0.2017	Valid
13	0,421	0.2017	Valid
14	0,525	0.2017	Valid
15	0,503	0.2017	Valid
16	5,449	0.2017	Valid
17	0,358	0.2017	Valid
18	0,442	0.2017	Valid
19	0,484	0.2017	Valid
20	0,437	0.2017	Valid
21	0,499	0.2017	Valid
22	0,323	0.2017	Valid
23	0,571	0.2017	Valid
24	0,603	0.2017	Valid
25	0,603	0.2017	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25

Data hasil uji validitas di atas, dapat diketahui bahwa tidak ada atribut yang memiliki nilai kurang dari 0,2017. Maka dapat

disimpulkan bahwa masing-masing indikator pernyataan variabel X dinyatakan valid.

Tabel : 4.8
Uji Validitas Variabel Y (kepuasan nasabah)

Pernyataan	Pearson Correlation	r Tabel	Keterangan
1	0,260	0.2017	Valid
2	0,460	0.2017	Valid
3	0,445	0.2017	Valid
4	0,540	0.2017	Valid
5	0,434	0.2017	Valid
6	0,464	0.2017	Valid
7	0,380	0.2017	Valid
8	0,246	0.2017	Valid
9	0,383	0.2017	Valid
10	0,540	0.2017	Valid
11	0,571	0.2017	Valid
12	0,439	0.2017	Valid
13	0,283	0.2017	Valid
14	0,532	0.2017	Valid
15	0,297	0.2017	Valid
16	0,246	0.2017	Valid
17	0,272	0.2017	Valid
18	0,378	0.2017	Valid
19	0,432	0.2017	Valid
20	0,342	0.2017	Valid
21	0,636	0.2017	Valid
22	0,421	0.2017	Valid
23	0,308	0.2017	Valid
24	0,488	0.2017	Valid
25	0,488	0.2017	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 25

Selanjutnya uji validitas variabel Y (Kepuasan nasabah) semua atribut juga dinyatakan valid karena memiliki nilai *pearson correlation* $>0,2017$ sehingga semua atribut pernyataan dapat digunakan dalam penelitian. Data hasil uji validitas di atas, dapat diketahui bahwa tidak ada item yang memiliki nilai kurang dari $0,2017$. Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pernyataan variabel X dinyatakan valid.

- b. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji *alpha cronbach* kemudian membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Apabila nilai *alpha cronbach* lebih besar dari r tabel ($0,2017$) maka dapat dikatakan reliabel. Sedangkan, apabila nilai *alpha cronbach* lebih kecil dari $0,2017$ maka atribut pernyataan itu dinyatakan tidak reliabel.

Tabel :4.9
Uji Reliabilitas Variabel X (kualitas)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,931	25

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0

Setelah dilakukan pengujian, dapat diketahui nilai reliabilitas dengan menggunakan uji *alpha cronbach* untuk variabel X (kualitas pelayanan) adalah 0,931. Dengan demikian dapat dikatakan hasil uji reliabilitas variabel X (kualitas) dinyatakan reliabel karena nilai *alpha cronbach* $>0,2017$.

Tabel : 4.10
Uji Reliabilitas Variabel Y (kepuasan nasabah)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,926	25

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0

Selanjutnya uji reliabilitas, variabel Y (kepuasan) adalah 0,926. Dengan demikian hasil uji variabel Y (kepuasan) juga dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *alpha cronbach* $>0,2017$.

Identifikasi Atribut Pelayanan Dengan *Imforten Performa analysis* (IPA)

Hasil perhitungan rata-rata untuk tingkat kinerja dan tingkat kepentingan untuk tiap tiap atribut pelayanan dapat dilihat pada tabel 4:11

Tabel 4:11

Hasil perhitungan rata rata tingkat kinerja dan Tingkat Kepentingan

Indikator	No Atribut	Pernyataan	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan
Tangibels (Bukti Fisik)	1	Lokasi Bank Muamalat mudah di temukan	4,08	4,59
	2	Ruangan pelayanan yang bersih	4,09	4,66
	3	Penampilan karyawan yang rapi	4,21	4,68
	4	Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman	4,25	4,65
	5	Cara berkomunikasi karyawan dengan nasabah	4,17	4,68
Reability (Keandalan)	6	Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan	4,24	4,64
	7	Kecepatan pelayanan yang diberikan oleh teller Bank muamalat	4,12	4,67
	8	Bank menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan	4,13	4,58
	9	Menyimpan dokumen tanpa kesalahan	4,24	4,53
	10	Menyampaikan jasa secara benar sejak pertama kali	4,23	4,65
Responsiveness (Daya Tanggap)	11	Satpam selalu bersedia membantu nasabah	4,35	4,64
	12	Menginformasikan nasabah tentang kepastian waktu penyampain jasa	4,16	4,55
	13	Layanan yang cepat bagi nasabah	4,18	4,57
	14	Kesiapan untuk merespons permintaan nasabah	4,29	4,66
	15	Selalu Menunjukkan Kesabaran Dan Perhatian Terhadap Nasabah	4,17	4,52
Assurance (Jaminan)	16	Karyawan bank mampu menjawab semua pertanyaan nasabah	4,21	4,61
	17	Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya pada nasabah	4,19	4,65

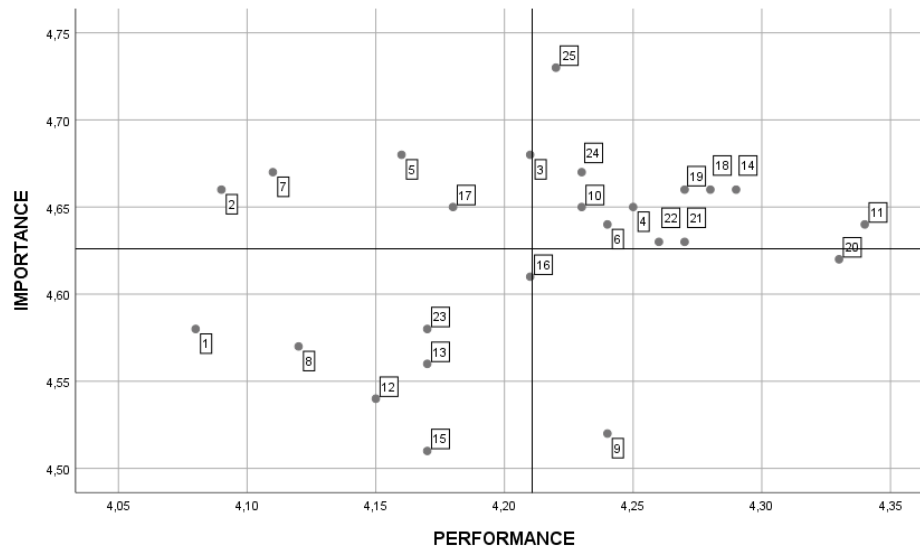
	18	Membuat nasabah merasa aman sewaktu melakukan transaksi	4,28	4,66
	19	Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan	4,27	4,66
	20	Karyawan memiliki kompetensi dan professional dalam melayani konsumen	4,34	4,62
<i>Empathy (Empati)</i>	21	Dalam memberi pelayanan pihak bank tidak lupa menyebutkan nama nasabah	4,27	4,63
	22	Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan nasabah	4,26	4,63
	23	Memberikan perhatian secara individual kepada nasabah	4,18	4,59
	24	Kenyamanan jam operasional di Bank muamalat	4,23	4,67
	25	Karyawan yang memperlakukan nasabah secara penuh perhatian	4,22	4,74

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan perhitungan rata-rata yang telah diperoleh pada tingkat kinerja dan kepentingan, kemudian dibuat dalam bentuk diagram *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan meletakkan skor tingkat kinerja (*Performance*) sebagai sumbu mendatar (X) dan tingkat kepentingan (*Importance*) sebagai sumbu tegak (Y). Dengan demikian akan diketahui pengelompokan atribut ke dalam setiap kuadran *Importance Performance Analysis* (IPA). Bentuk diagram *Importance Performance Analysis* (IPA) yang telah dibuat berdasarkan hasil perhitungan yang telah diperoleh dapat dilihat pada gambar 2.

Gambar 2

2. Diagram Kartesius Importance Performance Analysis



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 25.0

Berdasarkan diagram kartesius *importance performance analysis* (IPA) di atas maka atribut pelayanan Bank Muamalat dapat dikelompokkan pada masing masing kuadran yaitu kuadran Pertama I Prioritas Utama, ke II Pertahankan Prestasi, Ke III Prioritas Rendah dan yang Ke IV Kuadran Berlebihan . Atribut - atribut yang masuk dalam kuadran prioritas utama yaitu atribut yang dianggap penting tetapi kinerjanya masih dianggap kurang dapat dilihat pada Tabel 4:12

Tabel 4:12

Atribut-Atribut Pelayanan yang termasuk Dalam Kategori Prioritas Utama

Dimensi	No Atribut	Pernyataan
Tangibels (Bukti Fisik)	2	Ruangan pelayanan yang bersih
	3	Penampilan karyawan yang rapi
	5	Cara berkomunikasi karyawan dengan nasabah
Reability (Keandalan)	7	Kecepatan pelayanan yang diberikan oleh teller Bank muamalat

Assurance (Jaminan)	17	Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya pada nasabah
------------------------	----	---

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Pada kuadran ini menggambarkan Atribut atribut yang dianggap penting dan diharapkan nasabah, akan tetapi kinerja dari pihak Bank Muamalat belum memberikan kepuasan terhadap apa yang diharapkan nasabah secara optimal, sehingga membuat nasabah merasa kecewa. Kuadran inilah yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki oleh Bank Muamalat. Atribut – atribut yang masuk kedalam Kuadran Ke II pertahankan prestasi dapat dilihat pada Tabel 4:13

Tabel 4:13

Atribut-Atribut Pelayanan Yang Termasuk Kategori Pertahankan Prestasi

Dimensi	No Atribut	Pernyataan
Tangibels (Bukti Fisik)	4	Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman
Reability (Keandalan)	6	Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan
	10	Menyampaikan jasa secara benar sejak pertama kali
Responsiveness (Daya Tanggap)	11	Satpam selalu bersedia membantu nasabah
	14	Kesiapan untuk merespons permintaan nasabah
Assurance (Jaminan)	18	Membuat nasabah merasa aman sewaktu melakukan transaksi
	19	Karyawan yang secara konsisten bersikap
Empathy (Empati)	21	Dalam memberi pelayanan pihak bank tidak lupa menyebutkan nama nasabah
	22	Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan nasabah

	24	Kenyamanan jam operasional di Bank muamalat
	25	Karyawan yang memperlakukan nasabah secara penuh perhatian

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Kuadran Ke II merupakan kuadran yang paling diharapkan oleh nasabah, atribut-atribut tersebut telah sesuai dengan yang dirasakan dan yang dianggap penting serta diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan nasabah sehingga Bank Muamalat wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut. Atribut – atribut kuadran ke III prioritas rendah dapat dilihat pada tabel 4:14

Tabel 4:14
Atribut Atribut Pelayanan Yang Termasuk Kategori Prioritas Rendah

Dimensi	No Atribut	Pernyataan
Tangibels (Bukti Fisik)	1	Lokasi ini mudah di temukan
Reability (Keandalan)	8	Bank menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan
Responsiveness (Daya Tanggap)	12	Menginformasikan nasabah tentang kepastian waktu penyampain jasa
	13	Layanan yang cepat bagi nasabah
	15	Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya pada nasabah
Assurance (Jaminan)	16	selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap nasabah
Empathy (Empati)	23	Memberikan perhatian secara individual kepada nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Atribut-atribut yang dianggap mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting atau tidak terlalu diharapkan oleh nasabah, sehingga Bank Muamalat tidak perlu memprioritaskan atau memberi perhatian lebih pada atribut-atribut tersebut. Sedangkan Atribut-atribut yang masuk kategori Berlebihan kuadran IV dapat dilihat pada Tabel 4:15

Tabel 4:15

Atribut Atribut Pelayanan Yang Termasuk Dalam Kategori Berlebihan

Dimensi	No Atribut	Pernyataan
Reability (Keandalan)	9	Menyimpan dokumen tanpa kesalahan
Assurance (Jaminan)	16	Karyawan bank mampu menjawab semua pertanyaan nasabah
	20	Karyawan memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani nasabah

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Pada kuadran ini terdapat atribut-atribut yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh nasabah. Sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya pada kuadran I yang membutuhkan prioritas utama.

3. Perhitungan Berdasarkan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah secara keseluruhan dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut digunakan customer satisfaction index (CSI). Hasil dari perhitungan nilai tersebut dapat dilihat dalam tabel dibawah ini

Tabel : 4.16

Hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) kepentingan

No	Atribut	kepentingan	WF
1	Lokasi ini mudah di temukan	4,61	3,97
2	Ruangan pelayanan yang bersih	4,68	4,03
3	Penampilan karyawan yang rapi	4,70	4,04
4	Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman	4,67	4,02
5	Cara berkomunikasi karyawan dengan nasabah	4,70	4,04
6	Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan	4,66	4,01
7	Kecepatan pelayanan yang diberikan oleh teller Bank muamalat	4,69	4,04
8	Bank menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan	4,60	3,96
9	Menyimpan dokumen tanpa kesalahan	4,55	3,91
10	Menyampaikan jasa secara benar sejak pertama kali	4,67	4,02
11	Satpam selalu bersedia membantu nasabah	4,66	4,01
12	Menginformasikan nasabah tentang kepastian waktu	4,57	3,93

	penyampain jasa		
13	Layanan yang cepat bagi nasabah	4,59	3,95
14	Kesiapan untuk merespons permintaan nasabah	4,68	4,03
15	selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap nasabah	4,54	3,91
16	Karyawan bank mampu menjawab semua pertanyaan nasabah	4,63	3,98
17	Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya pada nasabah	4,67	4,02
18	Membuat nasabah merasa aman sewaktu melakukan transaksi	4,68	4,03
19	Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan	4,68	4,03
20	Karyawan memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani konsumen	4,64	3,99
21	Dalam memberi pelayanan pihak bank tidak lupa menyebutkan nama nasabah	4,65	4,00
22	Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan nasabah	4,65	4,00
23	Memberikan perhatian secara individual kepada nasabah	4,61	3,97
24	Kenyamanan jam operasional di Bank muamalat	4,69	4,04
25	Karyawan yang memperlakukan nasabah secara penuh perhatian	4,75	4,09
Total		116,22	

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan tabel di atas untuk mendapatkan hasil WF (*weigh factor*) yaitu masukan nilai skor rata-rata kepentingan atribut 1 sampai 25 dan hasil yang sudah di totalkan untuk kepentingan sebesar 116,22 setelah itu di bagi dengan

total skor kepentingan adalah 116,22 dan dikalikan 100. Kenapa nilai 100 karena nilai maksimum CSI adalah 100%.

Tabel : 4.17
CSI (Customer Satisfaction Index)

No	Atribut	Kepentingan (I)	Kinerja (P)	Skor (I X P)
1	Lokasi ini mudah di temukan	4,61	4,09	16,30
2	Ruangan pelayanan yang bersih	4,68	4,11	16,95
3	Penampilan karyawan yang rapi	4,70	4,21	17,19
4	Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman	4,67	4,25	16,76
5	Cara berkomunikasi karyawan dengan nasabah	4,70	4,17	17,15
6	Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan	4,66	4,24	16,52
7	Kecepatan pelayanan yang diberikan oleh teller Bank muamalat	4,69	4,12	16,67
8	Bank menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan	4,60	4,13	16,78
9	Menyimpan dokumen tanpa kesalahan	4,55	4,24	16,56
10	Menyampaikan jasa secara benar sejak pertama kali	4,67	4,23	17,44
11	Satpam selalu bersedia membantu nasabah	4,66	4,34	16,68
12	Menginformasikan nasabah tentang kepastian waktu penyampain jasa	4,57	4,16	16,44

13	Layanan yang cepat bagi nasabah	4,59	4,18	16,94
14	Kesiapan untuk merespons permintaan nasabah	4,68	4,29	16,71
15	selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap nasabah	4,54	4,15	16,45
16	Karyawan bank mampu menjawab semua pertanyaan nasabah	4,63	4,21	16,69
17	Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya pada nasabah	4,67	4,19	17,20
18	Membuat nasabah merasa aman sewaktu melakukan transaksi	4,68	4,28	17,19
19	Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan	4,68	4,27	17,44
20	Karyawan memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani konsumen	4,64	4,33	17,05
21	Dalam memberi pelayanan pihak bank tidak lupa menyebutkan nama nasabah	4,65	4,27	17,04
22	Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan nasabah	4,65	4,26	16,72
23	Memberikan perhatian secara individual kepada nasabah	4,61	4,18	16,78
24	Kenyamanan jam operasional di Bank muamalat	4,69	4,23	16,99
25	Karyawan yang memperlakukan nasabah	4,75	4,21	17,21

	secara penuh perhatian			
Total		4,65	4,21	11542

Berdasarkan tabel di atas setelah mendapatkan hasil WF (weight factor), sebesar 116,22 selanjutnya mencari hasil WS (weight scor) yaitu nilai skor rata-rata kepentingan dikalikan dengan skor rata-rata kinerja setelah mendapatkan hasil dari WS (weight scor) kemudian di jumlahkan untuk mendapatkan hasil WT (weight Total) sebesar 11542.

Kesimpulan : Rumus CSI $= \frac{T}{5Y} \times 100\%$

T : Nilai Total Dari CSI

5 : Nilai Maksimum Pada Skala Pengukuran

Y : Nilai total rata-rata dari kolom harapan

$$\text{CSI} : \frac{11542}{(5 \times 4,65)} \times 100\%$$

$$2.308,4 \times 100\% = 2.3084$$

$$2.308 : (23,25)$$

$$= \mathbf{99,28\%}$$

Berdasarkan rumus di atas nilai CSI dari “T” sebesar 11542 di bagi 5 dan dikalikan 100% hasilnya sebesar 2.308,4 dan untuk nilai “5Y” (5 x 4,65) hasilnya sebesar 23,25 setelah itu 2.308,4 / 23,25 mendapatkan hasil sebesar 99,28%. jadi nilai CSI dari tingkat kepuasan nasabah sebesar 99,28% dan Kriteria kepuasan nasabah berada pada kategori “sangat puas”. Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4:18**Kriteria Tingkat Kepuasan Nasabah**

No	Nilai (CSI)(%)	Keterangan (CSI)
1	81%-100%	Sangat puas
2	66%-80.99%	Puas
3	51%-65.99%	Cukup puas
4	35%-50.99%	Kurang puas
5	0-34.99%	Tidak puas

C. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih 2 bulan di Di Bank Muamalat KC Manado pada nasabah Bank Muamalat KC Manado dengan Populasi sebanyak 2.000 dan sampel adalah 95 pada nasabah Bank Muamalat tahun 2018/2019

pembahasan Analisis Kualitas Pelayanan Di Bank Muamalat Manado Menggunakan Metode IPA (*importance Performance Analysis*) Dan CSI (*customer statisfacion index*) yang diolah menggunakan program SPSS 25 dinyatakan terdistribusi normal sehingga layak untuk diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas, uji diagram katresius IPA data yang dilakukan dengan teknik *Kolmogrov-Smirnov* dengan taraf signifikan 5% (0,05). Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih besar dari 0,05 dan setelah dilakukan pengujian, dapat diketahui nilai *pearson correlation* berdasarkan uji validitas pada variabel X dan Y > nilai r Tabel sebesar 0,2017 data yang dihasilkan valid.

Selanjutnya, dari hasil uji reliabilitas variabel X (kualitas pelayanan) Cronbach's Alpha 0,931 dengan demikian dapat dikatakan hasil uji reliabilitas variabel X (kualitas) dinyatakan reliable karena nilai Cronbach's Alpha > 0,2017 dan dari hasil uji reliabilitas variabel Y (kepuasan nasabah) Cronbach's Alpha 0,926 dengan demikian dapat dikatakan hasil uji reliabilitas variabel Y (kepuasan nasabah) dinyatakan reliable karena nilai Cronbach's Alpha > 0,2017.

Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

Diagram kartesius merupakan suatu bangunan yang di bagi atas 4 bagian, yang dibatasi oleh 2 buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (x,y). Adapun berdasarkan pengujian *Diagram Kartesius Importance Performance Analysis* memiliki 4 kuadran yaitu :

Kuadran I (prioritas umum)

Atribut - atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh nasabah tetapi pelayanannya tidak memuaskan, adapun atribut-atribut yang masuk pada kuadran I

atribut 2 : Ruang pelayanan yang bersih

atribut 3 : Penampilan karyawan yang rapi

atribut 5 : Cara berkomunikasi karyawan dengan nasabah

atribut 7 : Kecepatan pelayanan yang diberikan oleh teller Bank muamalat

atribut 17 : Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya pada nasabah

Kuadran II (pertahankan prestasi)

Atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh nasabah dan pelayanannya sangat memuaskan, sehingga perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanannya

Atribut 4 : Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman

Atribut 6 : Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan

Atribut 10 : Menyampaikan jasa secara benar sejak pertama kali

Atribut 11 : Satpam selalu bersedia membantu nasabah

Atribut 14 : Kesiapan untuk merespons permintaan nasabah

atribut 18 : Membuat nasabah merasa aman sewaktu melakukan transaksi

atribut 19 : Karyawan yang secara konsisten bersikap

atribut 21 : Dalam memberi pelayanan pihak bank tidak lupa menyebutkan nama nasabah

atribut 22 : Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan nasabah

atribut 24 : Kenyamanan jam operasional di Bank muamalat

atribut 25 : Karyawan yang memperlakukan nasabah secara penuh perhatian

Kuadran III (prioritas rendah)

Atribut- atribut pada kuadran ini dianggap tidak penting oleh nasabah dan pelayanannya kurang memuaskan

Atribut 1 : Lokasi ini mudah di temukan

Atribut 8 : Bank menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang dijanjikan

Atribut 12 : Menginformasikan nasabah tentang kepastian waktu penyampain jasa

Atribut 13 : Layanan yang cepat bagi nasabah

Atribut 15 : selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap nasabah

Atribut 16 : Karyawan bank mampu menjawab semua pertanyaan nasabah

Atribut 23 : Memberikan perhatian secara individual kepada nasabah

Kesimpulan : nasabah menganggap tidak terlalu penting dan pelayanannya kurang memuaskan.

Kuadran IV (berlebihan)

Atribut-atribut pada kuadran ini dianggap tidak penting oleh nasabah tetapi pelayanannya memuaskan

Atribut 9 : Menyimpan dokumen tanpa kesalahan

Atribut 16 : Karyawan bank mampu menjawab semua pertanyaan nasabah

Atribut 20 : Karyawan memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani nasabah.

Jadi untuk hasil tabel diagram kartesius (IPA) *importance performance analysis* bahwa atribut paling banyak muncul berada pada kuadran II (Pertahankan Prestasi) yang artinya Atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh nasabah dan pelayanannya sangat memuaskan, sehingga perusahaan harus mempertahankan kualitas.

Rekomendasi untuk Bank Muamalat KC Manado, agar dilakukan prioritas perbaikan Kuadran I (Prioritas) utama karena atribut tersebut dianggap sangat

penting bagi nasabah akan tetapi kinerja bank muamalat belum memprioritaskan atribut tersebut, adapun atribut-atribut sebagai berikut :

A2 : Lebih tingkatkan lagi ruangan pelayanan yang bersih untuk nasabah Bank Muamalat.

A3 : Lebih tingkatkan lagi berpenampilan yang rapi untuk bertemu nasabah Bank Muamalat.

A5 : Lebih tingkatkan lagi cara karyawan berkomunikasi dengan nasabah Bank Muamalat.

A7 : Lebih cepat pelayanannya diberikan teller untuk nasabah Bank Muamalat.

A17 : Karyawan lebih menumbuhkan rasa percaya kepada nasabah Bank Muamalat.

Analisis Customer satisfaction index (CSI)

Setelah dilakukan perhitungan CSI, diketahui nilai CSI yang dihasilkan dari penelitian ini adalah 99,28%. Hal ini menunjukkan kepuasan nasabah Bank Muamalat dapat dikatakan sangat puas. Kepuasan nasabah ini didasarkan pada hasil perhitungan CSI yang menunjukkan bahwa nilai CSI yang diperoleh pada penelitian ini berada pada nilai presentase 99,28%. hal ini menunjukkan kinerja Bank Muamalat telah mencapai harapan nasabah ,sehingga nasabah banyak yang merasa sangat puas dengan pelayanan yang telah diberikan Bank Muamalat. Ketika kinerja sesuai dengan harapan maka nasabah akan merasa sangat puas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian selama 2 bulan yang diambil dari beberapa nasabah Di Bank Muamalat KC Manado yang telah diberikan kuesioner penelitian tentang Analisis Kualitas Pelayanan Di Bank Muamalat Manado Menggunakan Metode IPA (*importance Performance Analysis*) Dan CSI (*customer statisfacion index*) maka penulis menarik kesimpulan dari rumusan masalah yang ada yaitu variabel kualitas berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis menggunakan teknik IPA (*importance Performance Analysis*) dan CSI (*customer statisfacion index*) menunjukkan antara variabel X (kualitas pelayanan) berada pada Kuadran II (pertahankan prestasi) Atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh nasabah dan pelayanannya sangat memuaskan, sehingga perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanannya, sedangkan yang harus diperbaiki adalah kuadran I (prioritas Umum) karena nasabah menganggap sangat penting tetapi pelayanannya tidak memuaskan, dan untuk kuadran III dan Kuadran IV nasabah tidak memerlukannya sehingga nasabah merasa tidak terlalu penting dan untuk variabel Y (kepuasan nasabah) hasil yang didapatkan sebesar 99,28% masuk kategori (Sangat Memuaskan) hal ini menunjukkan kinerja Bank Muamalat telah mencapai harapan nasabah Ketika kinerja sesuai dengan harapan maka nasabah akan merasa sangat puas. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, penulis mempunyai beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan, akademisi dan bagi peneliti selanjutnya.

B. Saran

1. Pihak Perusahaan. Harus lebih meningkatkan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan memberikan kenyamanan terhadap nasabah agar nasabah bisa merasa puas atas pelayanan yang diberikan dan juga atribut-atribut dari kuadran I (prioritas umum) agar pihak perusahaan harus lebih memperhatikan dan memperbaiki secepatnya dan bisa tumbuh loyalitas akan Bank Muamalat KC Manado
2. Bagi Akademik. Semoga penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi dan bahan pertimbangan sebagai acuan dalam penelitian yang akan datang selain dari jurnal, buku dan referensi-referensi lain yang sudah ada serta dapat menjadi dokumentasi perpustakaan khususnya dalam kajian ilmu manajemen pemasaran.
3. Bagi penelitian mendatang. Bagi penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel diluar dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dan juga bisa menggunakan sampel penelitian terhadap masyarakat pada umumnya sehingga objek penelitiannya lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

buku-buku

Asnawi Nur dan Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* Malang: UIN Maliki Press.

Algifari. 2016. "Mengukur Kualitas Layanan Dengan Indeks Kepuasan metode *importance performance analysis (IPA)*" BPEE, Yogyakarta.

Tjiptono Tjiptono. 2019. "*Quality & Customer Satisfaction*" Edisi 5, Yogyakarta

Hasan Ali. 2010. "*Marketing bank syariah*". Bogor, Ghalia Indonesia.

Jasfar Farida. 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia.

N. Ekawati Rahayu . 2010. *Manajemen Pemasaran*. Nora Media Enterprise, Kudus.

Purwoto Agus. 2007. *Panduan Laboratorium Statisti Inferensial* (Jakarta: grasindo).

Putro Widoyoko Eko. 2012. *Teknik Penyusunan Instrument Penelitian* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Prof.Dr. veithzal Rivai, "Islamic Marketing Management" Jakarta, PT Bumi Askara, 2017

Prof. Dr. Sofjan Assauri. 2018. *Manajemen Bisnis Pemasaran*". Depok. PT Rajagrafindo persada.

Philip kotler keller, "Manajemen Pemasaran" Jakarta, Edisi 12 ,2006

Qardhawi Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. GIP, Jakarta.

Republik Indonesia, Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 Tentang Perbankan.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: ALFABETA.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: , CV Alfabeta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008, Perbankan Syariah,

Artikel & jurnal

Ainu Husna Siti Syukri. *Penerapan customer satisfaction index (csi) dan analisis gap pada kualitas pelayanan trans jogja.* (online) [file:///C:/Users/user/Downloads/618-859-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/618-859-1-SM%20(1).pdf)

Nina Indah Febrian, diakses pada maret 2020 taggal 12 jam 14:23, (online) <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/nisbah/index>.

Oscar Ong Johan, Jati Pambudi. *Analisis kepuasan pelanggan dengan Importance performance analysis Di sbu laboratory cibitung pt sucofindo (persero).*

(online) https://www.academia.edu/28109514/analisis_kepuasan_pelanggan_dengan_importance_performance_analysis_di_sbu_laboratory_cibitung_pt_sucofindo_persero.

Raharjo Sahid. 2014. *Modul Pembelajaran Olah Data Dengan SPSS.* (online., <Http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-moment-spss.html>

Siti Syukri Ainu Husna. *Penerapan customer satisfaction index (csi) dan analisis gap pada kualitas pelayanan trans jogja.* (online) [file:///C:/Users/user/Downloads/618-859-1-SM%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/618-859-1-SM%20(1).pdf)

Sridefi dotulung. 2019. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di alfamart.* Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.

Wirdayani Wahab. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Di Kota Pekanbaru.* (Online). id.portalgaruda.org

[Www.Bankmuamalat.Co.Id](http://www.Bankmuamalat.Co.Id)

L

A

M

P

I

R

A

N

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Analisis Kualitas Pelayanan Bank Muamalat Di Manado Menggunakan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) Dan CSI (*Customer Satisfaction Index*)”

IdentitasPeneliti

1. Nama : Safira Salsabila Al'amri
2. Program Studi : Ekonomi Syariah
3. Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Manado

IdentitasResponden

Nama Nasabah : _____

Jenis kelamin : (Pria/Wanita)* Usia : _____ Tahun

Nasabah Tahun Berapa : _____

PetunjukPengisian:

1. Berikan responanda terhadap pernyataan-pernyataan denganmemberikantandasilang (X) atau (\surd)padakotak yang telahtersedia pada masing - masing lembar kuesioner.
2. Terdapat opsi/pilihan jawaban sebagai berikut :

a (SB) = SangatBaik	a. (SP) = Sangat penting
b (B) = Baik	b. (P) = Penting
c (CB) = Cukup Baik	c. (CP) = Cukup Penting
d (TB) = Tidak Baik	d. (TP) = Tidak Penting
e (STB) = SangatTidakBaik	e. (STP) =Sangat Tidak Penting

19	Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan												
20	Karyawan memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani konsumen												
21	Dalam memberi pelayanan pihak bank tidak lupa menyebutkan nama nasabah												
22	Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan nasabah												
23	Memberikan perhatian secara individual kepada nasabah												
24	Kenyamanan jam operasional di Bank muamalat												
25	Karyawan yang memperlakukan nasabah secara penuh perhatian												

Tanggapan Responden Mengenai kualitas pelayanan (X)

No.	Variabel X	SB (5)	B (4)	CB (3)	TB (2)	STB (1)
1	X1	25	60	14	1	0
2	X2	27	57	16	0	0
3	X3	30	63	6	0	1
4	X4	33	61	5	0	1

5	X5	27	65	6	2	0
6	X6	29	67	3	1	0
7	X7	24	66	8	2	0
8	X8	26	65	5	4	0
9	X9	31	64	3	2	0
10	X10	29	65	6	0	0
11	X11	37	60	3	0	0
12	X12	28	65	3	3	1

13	X13	27	66	5	2	0
14	X14	32	65	3	0	0
15	X15	27	62	8	2	0
16	X16	27	70	0	3	0
17	X17	27	68	3	1	1
18	X18	30	69	0	1	0
19	X19	31	67	1	0	1
20	X20	37	60	2	1	0
21	X21	34	61	3	2	0

22	X22	31	66	1	2	0
23	X23	26	70	0	4	0
24	X24	28	68	3	1	0
25	X25	21	79	0	0	0
Total		724	1629	107	34	5
Persentase		687,8	1,547	101,65	32,3	4,75

Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan

No.						
	Variabel Y	SP (5)	P (4)	CP (3)	TP (2)	STP (1)
1	Y1	14	8	1	2	0
2	Y2	21	0	0	4	0
3	Y3	9	16	0	0	0
4	Y4	25	0	0	0	0
5	Y5	13	10	0	2	0
6	Y6	19	2	1	3	0
7	Y7	20	3	2	0	0
8	Y8	7	18	0	0	0
9	Y9	25	0	0	0	0
10	Y10	18	7	0	0	0
11	Y11	9	16	0	0	0

12	Y12	20	3	0	2	0
13	Y13	20	4	1	0	0
14	Y14	20	5	0	0	0
15	Y15	5	19	1	0	0
16	Y16	21	1	3	0	0
17	Y17	19	4	2	0	0
18	Y18	20	5	0	0	0
19	Y19	1	23	1	0	0
20	Y20	11	13	1	0	0
21	Y21	21	2	2	0	0
22	Y22	19	3	1	2	0
23	Y23	1	24	0	0	0
24	Y24	11	9	0	5	0

25	Y25	17	4	2	2	0
Total		386	199	18	22	0
persentase		366.7	189,05	17.1	20.9	0

x14	Pearson Correlation	.426**	.285**	.440**	.400**	.459**	.333**	.345**	.397**	.470**	.421**	.572**	.355**	.393**	1	.589**	.307**	.434**	.431**	.491**	.441**	.431**	.505**	.415**	.457**	.525**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	93	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
x15	Pearson Correlation	.330**	.323**	.301**	.283**	.494**	.304**	.537**	.318**	.525**	.472**	.543**	.504**	.467**	.589**	1	.354**	.393**	.502**	.445**	.456**	.341**	.461**	.481**	.281**	.503**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.003	.006	.000	.003	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.006	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
x16	Pearson Correlation	.281**	.328**	.266**	.214*	.241*	.480**	.439**	.296**	.235*	.069	.197	.366**	.269**	.307**	.354**	1	.337**	.454**	.375**	.376**	.442**	.172	.542**	.427**	.449**
	Sig. (2-tailed)	.006	.001	.010	.039	.019	.000	.000	.004	.023	.507	.058	.000	.009	.003	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.098	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	93	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
x17	Pearson Correlation	.268**	.105	.209**	.214*	.262*	.166	.207*	.114	.368**	.203*	.359**	.442**	.154	.434**	.393**	.337**	1	.315**	.394**	.401**	.375**	.261*	.333**	.293**	.358**
	Sig. (2-tailed)	.009	.312	.044	.039	.011	.109	.045	.276	.000	.050	.000	.000	.137	.000	.000	.001		.002	.000	.000	.000	.011	.001	.004	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	93	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
x18	Pearson Correlation	.400**	.355**	.387**	.348**	.369**	.418**	.416**	.375**	.314**	.281**	.286**	.248*	.436**	.431**	.502**	.454**	.315**	1	.227*	.421**	.411**	.379**	.521**	.359**	.442**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.002	.006	.005	.016	.000	.000	.000	.000	.002		.028	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	93	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
x19	Pearson Correlation	.297**	.286**	.151	.200	.300**	.278**	.312**	.227*	.400**	.255*	.363**	.297**	.271**	.491**	.445**	.375**	.394**	.227*	1	.349**	.457**	.340**	.377**	.452**	.484**
	Sig. (2-tailed)	.004	.005	.145	.054	.003	.007	.002	.028	.000	.013	.000	.004	.008	.000	.000	.000	.000	.028		.001	.000	.001	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	93	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
x20	Pearson Correlation	.405**	.333**	.176	.304**	.335**	.237*	.397**	.293**	.487**	.349**	.471**	.357**	.276**	.441**	.456**	.376**	.401**	.421**	.349**	1	.357**	.268**	.239*	.384**	.437**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.090	.003	.001	.021	.000	.004	.000	.001	.000	.000	.007	.000	.000	.000	.000	.000	.001		.000	.009	.020	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	93	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
x21	Pearson Correlation	.339**	.300**	.140	.077	.425**	.416**	.407**	.469**	.408**	.238*	.467**	.307**	.397**	.431**	.341**	.442**	.375**	.411**	.457**	.357**	1	.291**	.413**	.429**	.499**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.177	.463	.000	.000	.000	.000	.000	.021	.000	.003	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.004	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	93	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
x22	Pearson Correlation	.273**	.094	.354**	.209*	.454**	.321**	.260*	.180	.263*	.332**	.276**	.328**	.366**	.505**	.461**	.172	.261*	.379**	.340**	.268**	.291**	1	.385**	.430**	.323**
	Sig. (2-tailed)	.008	.367	.000	.044	.000	.002	.011	.083	.011	.001	.007	.001	.000	.000	.000	.098	.011	.000	.001	.009	.004		.000	.000	.002
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	93	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
x23	Pearson Correlation	.299**	.265**	.267**	.091	.269**	.564**	.291**	.434**	.351**	.181	.342**	.519**	.486**	.415**	.481**	.542**	.333**	.521**	.377**	.239*	.413**	.385**	1	.515**	.571**
	Sig. (2-tailed)	.003	.010	.009	.382	.009	.000	.004	.000	.001	.080	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.020	.000	.000		.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	93	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
x24	Pearson Correlation	.419**	.348**	.334**	.275**	.436**	.640**	.195	.340**	.332**	.235*	.437**	.414**	.404**	.457**	.281**	.427**	.293**	.359**	.452**	.384**	.429**	.430**	.515**	1	.603**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.007	.000	.000	.060	.001	.001	.022	.000	.000	.000	.000	.006	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	93	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
x25	Pearson Correlation	.401**	.388**	.217*	.257*	.463**	.588**	.425**	.383**	.494**	.277**	.550**	.414**	.421**	.535**	.503**	.449**	.358**	.442**	.484**	.437**	.499**	.323**	.571**	.603**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.035	.013	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	93	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94

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

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95		
Y14	Pearson Correlation	.465**	.505**	.453**	.531**	.358**	.454**	.310**	.387**	.342**	.576**	.646**	.407**	.523**	1	.228*	.430**	.414**	.422**	.462**	.410**	.327**	.374**	.352**	.562**	.532**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.026	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y15	Pearson Correlation	.363**	.239*	.185	.196	.087	.283**	.383**	.224*	.058	.224*	.209*	.116	.365**	.228*	1	.180	.456**	.322**	.185	.272**	.201	.458**	.224*	.265**	.197
	Sig. (2-tailed)	.000	.020	.073	.057	.400	.005	.000	.029	.578	.029	.042	.263	.000	.026		.081	.000	.001	.072	.008	.051	.000	.029	.010	.055
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y16	Pearson Correlation	.182	.317**	.281**	.368**	.188	.371**	.265**	.169	.202*	.335**	.386**	.295**	.335**	.430**	.180	1	.389**	.321**	.298**	.611**	.193	.226*	.477**	.511**	.246*
	Sig. (2-tailed)	.078	.002	.006	.000	.068	.000	.009	.101	.050	.001	.000	.004	.001	.000	.081		.000	.001	.003	.000	.060	.027	.000	.000	.016
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y17	Pearson Correlation	.451**	.396**	.318**	.309**	.117	.292**	.270**	.352**	.079	.200	.258**	.221*	.463**	.414**	.456**	.389**	1	.531**	.279**	.411**	.311**	.262*	.059	.319**	.272**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.002	.261	.004	.008	.000	.449	.052	.012	.032	.000	.000	.000	.000		.000	.006	.000	.002	.010	.572	.002	.008
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y18	Pearson Correlation	.238*	.485**	.391**	.467**	.344**	.549**	.297**	.342**	.162	.467**	.449**	.333**	.285**	.422**	.322**	.321**	.531**	1	.343**	.501**	.348**	.324**	.309**	.465**	.378**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000	.000	.000	.001	.000	.003	.001	.117	.000	.000	.001	.005	.000	.001	.001	.000		.001	.000	.001	.001	.002	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y19	Pearson Correlation	.231*	.410**	.405**	.395**	.291**	.273**	.281**	.289**	.184	.468**	.489**	.233*	.320**	.462**	.185	.298**	.279**	.343**	1	.363**	.295**	.304**	.310**	.362**	.432**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000	.000	.000	.004	.007	.006	.005	.075	.000	.000	.023	.002	.000	.072	.003	.006	.001		.000	.004	.003	.002	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y20	Pearson Correlation	.133	.468**	.426**	.410**	.269**	.382**	.293**	.239*	.302**	.410**	.548**	.203*	.324**	.410**	.272**	.611**	.411**	.501**	.363**	1	.240*	.376**	.369**	.481**	.342**
	Sig. (2-tailed)	.198	.000	.000	.000	.008	.000	.004	.020	.003	.000	.000	.049	.001	.000	.008	.000	.000	.000		.019	.000	.000	.000	.001	.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y21	Pearson Correlation	.168	.342**	.263*	.363**	.331**	.340**	.465**	.465**	.343**	.474**	.347**	.352**	.290**	.327**	.201	.193	.311**	.348**	.295**	.240*	1	.275**	.187	.273**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.104	.001	.010	.000	.001	.001	.000	.000	.001	.000	.001	.000	.004	.001	.051	.060	.002	.001	.004	.019		.007	.070	.007	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y22	Pearson Correlation	.357**	.353**	.271**	.298**	.307**	.283**	.510**	.191	.109	.336**	.433**	.183	.491**	.374**	.458**	.226*	.262*	.324**	.304**	.376**	.275**	1	.218*	.347**	.421**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.003	.003	.005	.000	.084	.295	.001	.000	.076	.000	.000	.000	.027	.010	.001	.003	.000	.007		.034	.001	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y23	Pearson Correlation	.298**	.337**	.463**	.476**	.352**	.434**	.206*	.246*	.368**	.476**	.460**	.401**	.248*	.352**	.224*	.477**	.059	.309**	.310**	.369**	.187	.218*	1	.512**	.308**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.000	.000	.000	.000	.045	.016	.000	.000	.000	.000	.015	.000	.029	.000	.572	.002	.002	.000	.070	.034		.000	.002
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y24	Pearson Correlation	.236*	.426**	.378**	.531**	.333**	.702**	.353**	.192	.319**	.490**	.594**	.512**	.221*	.562**	.265**	.511**	.319**	.465**	.362**	.481**	.273**	.347**	.512**	1	.488**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.062	.002	.000	.000	.000	.032	.000	.010	.000	.002	.000	.000	.000	.007	.001	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y25	Pearson Correlation	.260*	.460**	.445**	.540**	.434**	.464**	.380**	.246*	.282**	.540**	.571**	.439**	.283**	.532**	.197	.246*	.272**	.378**	.432**	.342**	.636**	.421**	.308**	.488**	1
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.016	.006	.000	.000	.000	.006	.000	.055	.016	.008	.000	.000	.001	.000	.000	.002	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

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

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Uji reliabilitas variabel X (kualitas)

Reliability Statistics

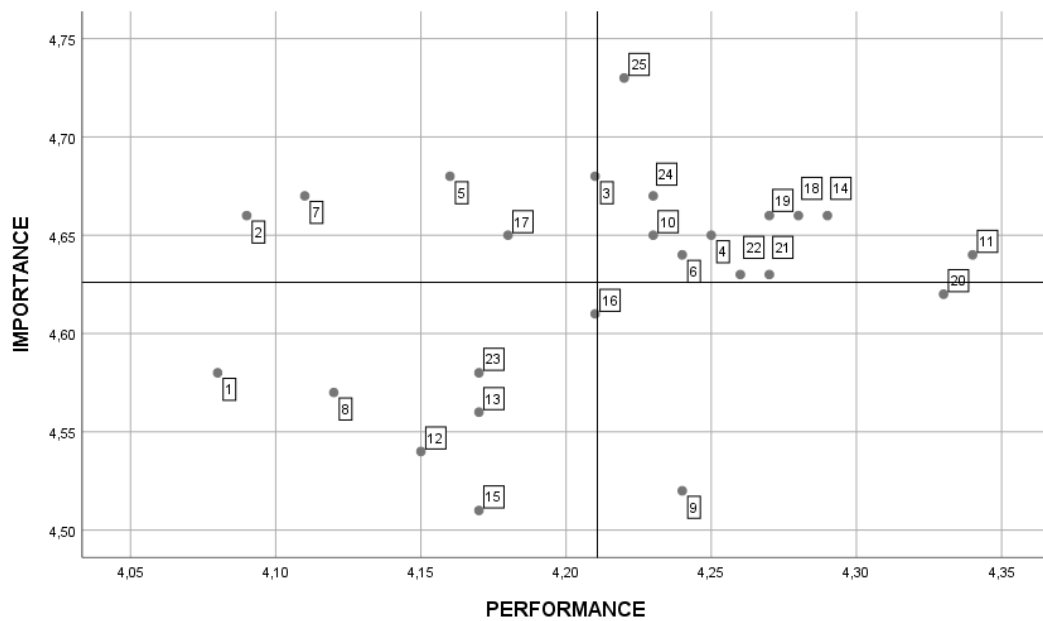
Cronbach's Alpha	N of Items
,931	25

4. Uji reliabilitas variabel Y (kupeuasan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,926	25

5. Uji Diagram *Kartesian Importance Performance Analysis*



LAMPIRAN 3 R Tabel

df = (N-1)	Tingkat Signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat Signifikansi untuk uji Dua arah				
	0.01	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2201	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2181	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2769	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678

76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274

LAMPIRAN 4 DOKUMENTASI

Pembagian Kuesioner Kepada Nasabah

Gambar 1



Gambar 2

