

**Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan
BRI Syari'ah Dengan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer
Satisfaction Index (CSI)***

(Studi Kasus pada Mahasiswa S.1 IAIN Purwokerto Angkatan 2016-2019)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

FEBRIA NINGTYAS PUTRI HIDAYAT

NIM. 1617202013

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO**

2020

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN BRI SYARI'AH DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE
ANALYSIS (IPA)* DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)* (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA S.1 IAIN PURWOKERTO ANGKATAN 2016-2019)**

Febria Ningtyas Putri Hidayat

NIM.1617202013

Email: febrianph20@gmail.com

Jurusan Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Sesuai dengan surat perjanjian kerjasama antara IAIN Purwokerto dengan BRI Syari'ah nomor 103/BRIS-PWK/06-2016 mahasiswa IAIN Purwokerto merupakan mahasiswa yang wajib memiliki rekening bank syari'ah, yaitu BRI Syari'ah untuk melakukan transaksi keuangan salah satunya pembayaran UKT. Untuk saat ini, BRI Syari'ah belum pernah melakukan pengukuran tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan nasabah dengan harapannya. Apabila kinerja dibawah harapan, maka nasabah akan merasa tidak puas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut-atribut dari kualitas pelayanan yang dianggap penting berdasarkan persepsi nasabah dan mengetahui tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan di BRI Syari'ah.

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan dan kinerja atribut kualitas pelayanan BRI Syari'ah. Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan BRI Syari'ah. Responden penelitian ini berjumlah 100 nasabah yang merupakan mahasiswa IAIN Purwokerto angkatan 2016-2019. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dan kualitatif deskriptif, teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Data diolah menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan bantuan alat uji IBM SPSS 25. Untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang dianggap penting, digunakan teknik analisis IPA dan untuk mengetahui tingkat kepuasan terhadap kualitas pelayanan digunakan teknik analisis CSI.

Berdasarkan hasil analisis IPA, diperoleh hasil bahwa atribut yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kinerjanya adalah yang berada di kuadran I, yaitu pelayanan cepat dan kemudahan memperoleh informasi. Atribut yang menjadi prioritas kedua untuk diperbaiki adalah yang berada di kuadran III, yaitu kotak saran dan kritik, tersedia brosur, mudah dimengerti dalam menyampaikan terkait promo, menjalin komunikasi intens dengan nasabah, memberikan perhatian secara individu, kepekaan memperhatikan saran dan kritik. Berdasarkan hasil analisis CSI, yang diperoleh adalah sebesar 79% yang menunjukkan bahwa nasabah merasa puas dengan kinerja kualitas pelayanan BRI Syari'ah.

Kata kunci : IPA, CSI, Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan

**ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION WITH BRI SYARI'AH SERVICE
QUALITY WITH IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) AND
CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) METHOD (CASE STUDY ON S.1 IAIN
PURWOKERTO CLASS OF 2016-2019 STUDENTS)**

Febria Ningtyas Putri Hidayat

NIM.1617202013

Email: febrianph20@gmail.com

Islamic Banking Departement Faculty of Economics and Business Islam
State Islamic Institute (IAIN) Purwokerto

ABSTRACT

In accordance with the cooperation agreement letter between IAIN Purwokerto and BRI Syari'ah number 103/BRIS-PWK/06-2016, IAIN Purwokerto students who required to have a BRI Syari'ah account, including to make financial transactions which one is UKT payments. In this time, BRI Syari'ah never measured the level of customer satisfaction with the quality of its service. The level of satisfaction is a function of the difference between the customer's perceived performance and expectations. If the performance is below expectations, the customer will feel dissatisfied. The purpose of this study was to determine the attributes of service quality that are considered important based on customer perceptions and to determine the level of satisfaction with service quality at BRI Syari'ah.

The Importance Performance Analysis (IPA) method is used to determine the level of importance of the service quality attributes of BRI Syari'ah. The Customer Satisfaction Index (CSI) method is used to determine the level of customer satisfaction with the service quality of BRI Syari'ah. The Number of respondents in this study was 100 customers who were students of IAIN Purwokerto class of 2016-2019. The research method used is quantitative and descirptive qualitative research methods, data collection techniques using a questionnaire method. The data were processed using validity and reability tests with the help of IBM SPSS 25 test tool. To find out what attributes were considered important, natural science analysis techniques were used and to determine the level of satisfaction with service quality, CSI analysis techniques were used.

Based on the results of the IPA analysis, show that the attributes are the main priority for improved performance are those in quadrant I that fast service and easy access to information. And the second priority attributs in quadrant III was suggestion and criticism boxes, brochures available, easy to understand in delivering promotions, establishing intense communication with customers, giving individual attention, sensitivity to attention to suggestions and criticism. Based on the results of the CSI analysis, it was obtained 79%, which indicated that customers were satisfied with the service quality performance of BRI Syari'ah.

Keyword: IPA, CSI, Customer Satisfaction, Service Quality

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	ii
NOTA DINAS PEMBIBING	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	4
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Pembahasan	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Kajian Pustaka	8
B. Kerangka Teori	12
1. Bank Syari'ah.....	12
a. Pengertian Bank Syari'ah	12
b. Ciri-ciri Bank Syari'ah.....	13
c. Peranan Bank Syari'ah.....	15
d. Perbedaan Bank Syari'ah dan Konvensional	17
2. Kepuasan Nasabah	17
3. Kepuasan Pelanggan Menurut Pandangan Al-Qur'an	19
C. Pelayanan	21
1. Pengertian Pelayanan	21
2. Dasar-dasar Pelayanan	22

3. Konsep Pelayanan.....	24
D. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	26
E. <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	31
C. Jenis Data	31
D. Teknik Pengumpulan Data.....	31
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
1. Populasi.....	33
2. Sampel.....	33
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	34
F. Metode Pengumpulan Data.....	35
1. Metode Observasi	35
2. Metode Kuesioner.....	35
3. Metode Wawancara	33
G. Teknik Pengolahan Data.....	36
1. <i>Editing</i>	34
2. <i>Coding</i>	34
3. Tabulasi.....	34
H. Instrumen Penelitian	37
1. Uji Validitas	37
2. Uji Reliabilitas	38
I. Metode Analisis Data.....	39
1. Analisis Deskriptif	39
2. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	39
3. <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	41
BAB IV HASIL DAN PENELITIAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
1. Sejarah IAIN Purwokerto	43
2. Kerjasama BRI Syari'ah dengan IAIN Purwokerto.....	46
B. Hasil Penelitian dan Analisis Data.....	47
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	47

2. Hasil Uji Kualisi Data.....	48
3. Hasil Perhitungan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)...	51
4. Hasil Perhitungan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI).....	58
BAB V PENUTUP	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan bank yang dalam menjalankan usahanya berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah Islam dengan tidak mengandalkan pada bunga, dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits (Sulhan dan Siswanto, 2008). Bank syariah terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) maupun Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melakukan kegiatan usahanya. Sedangkan tujuannya adalah menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan masyarakat (Ismail, 2011).

Dalam perbankan, kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dengan membeli dan menggunakan suatu produk jasa bank. Harapan itu lantas dibandingkan dengan persepsinya terhadap kualitas yang diterimanya dengan menggunakan produk jasa itu. Jika harapannya lebih tinggi dari pada kualitas produk jasa, ia akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika harapannya sama dengan atau lebih rendah dari pada kualitas produk jasa ia akan merasa puas.

Pelayanan yang bertujuan memperoleh kepuasan pelanggan bukanlah suatu hal yang mudah untuk dilakukan, sering juga ditemukan masalah-masalah dalam pengelolaan pelayanan sebuah perusahaan dan ketidak berhasilan memuaskan sebagian besar pelanggan mereka. Maka dari itu diperlukan peningkatan kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan pada pelanggan. Menurut Tjiptono (1997), kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki nasabah. Sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan tersebut (Farid, 2013).

Sejarah pendirian PT Bank BRI Syari'ah Tbk tidak lepas dari akuisisi yang dilakukan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember

2007. Setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia melalui surat no. 10/67/kep.GBI/DPG/2008 pada 16 Oktober 2008 BRI Syari'ah resmi beroperasi pada 17 November 2008 dengan nama PT Bank BRI Syari'ah dan seluruh kegiatan usahanya berdasarkan prinsip islam.

BRI Syari'ah melihat potensi besar pada segmen perbankan syariah. Dengan niat untuk menghadirkan bisnis keuangan yang berlandaskan pada prinsip-prinsip luhur perbankan syariah, Bank berkomitmen untuk produk serta layanan terbaik serta menentramkan, BRI Syari'ah terus tumbuh secara positif.

BRI Syariah memiliki beberapa produk, antara lain produk funding dan produk financing. Salah satu produk funding BRIS adalah Tabungan Faedah. Tabungan Faedah ini adalah produk simpanan dari BRIS untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari. Akad pada produk ini yaitu akad Wadiah yad Dhomanah. Kemudian ada produk financing, salah satunya yaitu KPR BRIS IB, adalah Pembiayaan Kepemilikan Rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian/keseluruhan kebutuhan akan hunian dengan menggunakan prinsip jual beli (Murabahah) / sewa menyewa (Ijarah) (PT Bank BRISyari'ah Tbk, akses 5 Juni 2020).

Saat ini tercatat lebih dari 40 Lembaga Pendidikan Tinggi yang dilayani transaksi keuangannya termasuk diantaranya pembayaran UKT (Uang Kuliah Tunggal) dan pembayaran gaji. Menyebut beberapa nama antara lain UIN SUSKA, UNRI, UIN Wali Songo, UNISBA, IAIN Purwokerto, IAIN Surakarta, IAIN Salatiga dan Universitas Aisyah Yogyakarta (PT Bank BRISyari'ah Tbk, akses 30 Juni 2020)

Pengukuran tingkat kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Menurut Supranto (2006), IPA merupakan suatu teknik untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kerja (*performance*) yang berguna untuk pengembangan program atau strategi pemasaran yang efektif. Kelebihan metode IPA dengan metode lain diantaranya adalah prosedur dari metode yang digunakan cukup sederhana, pengambil kebijakan dapat dengan mudah menentukan prioritas kegiatan yang harus dilakukan dengan sumberdaya yang terbatas, serta metode ini cukup fleksibel untuk diterapkan pada berbagai bidang (Tjiptono, 2005).

Pengukuran dilanjutkan terhadap tingkat kepuasan konsumen/nasabah secara keseluruhan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI). CSI digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat harapan dari kinerja atribut-atribut kualitas produk yang diukur. Kelebihan metode CSI adalah dapat menggunakan data hasil IPA sebagai data awal

dalam menganalisis sehingga dapat memperhitungkan atau mengetahui kepuasan konsumen secara variable keseluruhan dengan sederhana dan lebih akurat (Ihsani, 2005). Tanpa adanya CSI tidak mungkin manajer dapat menentukan tujuan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen. Hasil dari perhitungan IPA maupun CSI pada akhirnya dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan prioritas perbaikan dan pengembangan terhadap dimensi kualitas produk yang akan berdampak pada memenangkan persaingan dengan produk sejenis yang sudah ada.

Sebagaimana kita ketahui, bank memiliki beberapa tingkatan nasabah, salah satunya adalah mahasiswa. Minat mahasiswa sebagai nasabah adalah sumber motivasi yang mendorong mahasiswa untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih. Sesuai dengan surat perjanjian kerjasama antara IAIN Purwokerto dengan BRI Syari'ah nomor 103/BRIS-PWK/06-2016 mahasiswa IAIN Purwokerto merupakan mahasiswa yang wajib memiliki rekening bank syari'ah, yaitu BRI Syari'ah untuk melakukan transaksi keuangan salah satunya pembayaran UKT

Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui bagaimana tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan bank syari'ah. Sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian yang berjudul:

“Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank BRI Syari'ah Dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)” (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 IAIN Purwokerto angkatan 2016-2019).”

B. Definisi Operasional

Dari judul skripsi yang penulis angkat mengenai “Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank BRI Syari'ah Dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)” (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 IAIN Purwokerto angkatan 2016-2019)”, terdapat istilah-istilah yang mendapat penjelasan agar maksud penulisan skripsi ini menjadi jelas dan tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami permasalahan yang dibahas, diantaranya :

1. Bank Syari'ah

Secara garis besar bank syari'ah merupakan suatu lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, atau dengan kata lain yaitu bank yang tata cara beroperasinya memacu kepada ketentuan-ketentuan Islam (al-Qur'an dan Hadits). Dalam tata tersebut dijauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan

mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dari pembiayaan perdagangan (Ismail, 2011).

2. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah menurut Kotler (1997) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja di bawah harapan, nasabah akan kecewa. Jika kinerja melebihi harapan maka nasabah akan merasa sangat puas.

Menurut Dutka (2008) *satisfied customer are absolutely vital to business success*. Kepuasan merupakan komponen vital dalam mencapai sebuah kesuksesan dalam menjalankan bisnis jasa terlebih dibidang jasa perbankan.

Menurut Zeithaml dalam Haryono (2016) kepuasan pelanggan adalah tanggapan pemenuhan konsumen, yaitu suatu pertimbangan bahwa fitur barang atau jasa, atau barang atau jasa itu sendiri, memberikan suatu tingkat pemenuhan terkait konsumsi yang menyenangkan. Jadi konsumen akan merasakan kepuasannya apabila barang atau jasa yang dikonsumsi tersebut dapat memenuhi kesenangannya.

3. Pelayanan

Menurut Suparlan (dalam Moenir) pelayanan adalah usaha pemberian bantuan atas pertolongan kepada orang lain, baik berupa materi maupun non materi agar orang itu dapat mengatasi masalahnya sendiri. Lanjut Moenir menjelaskan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Jadi pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki (Moenir, 2005).

4. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla and James tahun 1997. IPA adalah rangkaian atribut layanan khusus dievaluasi berdasarkan tingkat kepentingan masing-masing atribut menurut konsumen dan bagaimana persepsi kinerja relatif terhadap masing-masing atribut. Analisis IPA digunakan untuk membandingkan dari kualitas pelayanan (*importance*) dengan tingkat kinerja kualitas pelayanan (*performance*). Tingkat kepentingan adalah sikap konsumen terhadap tingkat kepentingan atribut produk/jasa yang diberikan, sedangkan tingkat kinerja adalah pelayanan yang dirasakan konsumen selama ini terhadap produk/jasa yang diberikan perusahaan (Wijaya, 2011).

5. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. CSI merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pelanggan yang puas dalam suatu survey kepuasan pelanggan (Eko Hertanto, diakses 10 Agustus 2020).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat diambil rumusan masalah yaitu:

1. Atribut-atribut apa saja yang dianggap penting oleh nasabah di BRI Syari'ah ?
2. Adakah tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan bank BRI Syari'ah?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang dianggap penting oleh nasabah BRI Syari'ah.
- b. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan bank BRI Syari'ah.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoristis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi manfaat dalam pengembangan keilmuan Perbankan Syariah dan juga bagi peneliti-peneliti berikutnya.

b. Secara Praktis

- 1) Bagi lembaga, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan atau gagasan dalam meningkatkan mutu strategi pengelola SDM.
- 2) Bagi peneliti, dapat menambahkan dan memperluas wawasan berfikir dalam keilmuan di bidang perbankan.
- 3) Bagi pembaca pada umumnya, penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan gambaran tentang analisis kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan BRI Syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dibuat untuk memudahkan pemahaman dan memberi gambaran kepada pembaca tentang penelitian yang diuraikan oleh penulis.

BAB I berisi Pendahuluan yang menjelaskan Latar Belakang masalah yang mendasari diadakannya penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian.

BAB II berisi Kajian Pustaka yang menjelaskan tentang landasan teori yang menjadi dasar dan bahan acuan dalam penelitian ini, dan Penelitian Terdahulu lalu ada Hipotesis Penelitian.

BAB III berisi Metode Penelitian yang terdiri dari Jenis Penelitian dan Sumber Data, Tempat dan Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel Penelitian, Variabel Penelitian, Metode Pengumpulan Data, dan Metode Analisis Data.

BAB IV Pembahasan dan Hasil Penelitian tentang Analisis Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank BRI Syari'ah Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

BAB V Penutup terdiri dari kesimpulan yang didapat dari penelitian yang dilakukan dan saran kepada peneliti dan tempat peneliti.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Atribut-atribut yang dianggap penting oleh nasabah di BRI Syari'ah adalah atribut yang menempati kuadran I (pelayanan cepat dan kemudahan dalam memperoleh informasi) dan kuadran II (ruang tunggu yang nyaman, penampilan pegawai yang profesional, pengetahuan pegawai, tanggap dalam keluhan nasabah, kesiapan melayani nasabah, cepat dalam melayani nasabah, aman dalam melakukan transaksi, dan pelayanan tidak membedakan status).
2. Berdasarkan perhitungan menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) nilai kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank BRI Syari'ah sebesar 79% yang artinya nasabah puas dengan kualitas pelayanan Bank BRI Syari'ah.

B. Saran

1. BRI Syari'ah diharapkan dapat melakukan perbaikan-perbaikan secara terus menerus terhadap atribut-atribut kualitas pelayanan yang kinerjanya masih dianggap kurang maksimal oleh nasabah agar menghasilkan kinerja yang sesuai dengan harapan nasabah.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menganalisis atribut-atribut lain yang dapat mempengaruhi keputusan menabung pada BRI syari'ah, sehingga diperoleh hasil yang lebih sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonymous*. 2019. "Panduan Akademik Progran Strata 1 (S.1) IAIN Purwokerto Tahun Akademik 2019-2020". Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
- Arifin, Johan. (2009). *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press
- Damanik, Priscillia Anggita. 2014. "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Minuman Kopi dengan Metode IPA dan CSI". Skripsi. Fakultas Tekonologi Pertanian, Universitas Brawijaya, Malang.
- Dutka. A. 2008. *Ama hand bok for customer satisfaction*. Lincolnwood: IIIionis.
- Farid, Miftah. 2013. "Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Non Muslim Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Bank Syariah Di Kota Medan. Ekonomi dan Keuangan". 1 (11).
- Hadi, Amirul. 2005. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Hartono, Jogyanto. 2004. *Metodologi Penelitian Bisnis (Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman)*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2008). *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Haryono, PM. Budi. 2016. *How To Win Customer Through Customer Service with Heart*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hertanto, Eko. (Tanpa Tahun). Importance Performance Analysis Manajemen Pemasaran.
- _____. (Tanpa Tahun). Customer Satisfaction Index (CSI) Manajemen Pemasaran.
- <http://iainpurwokerto.ac.id/sejarah/> , akses 4 September 2020.
- <https://www.brisyariah.co.id/produkPerbankan.php?f=personal&idp=2e4f3d4d40dc3e81d58567de01c15bd3>, akses 5 Juni 2020.
- <https://www.brisyariah.co.id/persBRIS.php?l=id&news=304> , akses 30 Juni 2020.
- Ihsani, D.W. 2005. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Wisata Cangkung Garut, Jawa Barat.
- Indrajaya, Drajat. 2018. "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index* pada UKM Gallery". Jurnal IKRA-ITH, Vol 2 No 3.

- Irawan, H, 2004. Indonesian Customer Satisfaction : Membedah Stategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICSA, Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Ismail. (2011). Perbankan Syariah. Jakarta: Kencana
- Karim, Adiwarmanto A. (2004). *Bank Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Kartajaya, Hermawan & Syakir Syula, M. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: Mizan Pustaka
- Kasmir. (2008). Manajemen Perbankan. Jakarta: Rajawali
- Kolter. (2003). Manajemen Pemasaran. edisi kesebelas. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Lupiyadi, Rambat & Hamdana, A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Massnick, F, 1997. , The Customer is CEO, How to Measure What Your Customer Want and Make Sure They Get it New York : American Management Assosiation.
- Muhammad. (2011). Manajemen Bank Syari'ah (Rev. ed). Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan.
- Moenir. (2005). Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara.
- Purnomo, Wirdha dan Dyah Riandadari. 2015. "Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel Dengan Metode IPA (Importance Performance Analysis) di PT. Arina Jaya Gresik". Jurnal Teknik Mesin Vol 03 No 03.
- Quthb, Sayyid. Tafsir Fi Zhilalil Qur'an. 2001. Penerjemah: Aunur Rafiq El-Mazni. Jakarta: Gema Insani Press.
- Rangkuti, F. 2003. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rosa, Erlida dan Paidi Hidayat. 2013. "Analisis Tingkat Kepuasan Terhadap Pelayanan Bank Mandiri Cabang Zainul Arifin Medan". Ekonomi dan Bisnis, No. 01.
- Siyanto, Yudi. 2017. "Kualitas Pelyanan Bank Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Index Satisfaction* (CSI) Terhadap Kepuasan Nasabah". Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam , vol 02 no 01.
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R n D. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- _____. (2010). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta
- Sulhan, M & Siswanto Ely. (2008). *Manajemen Bank Konvensional dan Syariah*. UIN Malang Press.

- Supranto J. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikan Pangsa Pasar. Rineka Cipta. Jakarta.
- Tjiptono, F. (2005). *Service, Quality & Satisfaction* Edisi Ketiga. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Umar, Husein. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers
- Wawancara dengan karyawan IAIN Purwokerto 24 Juni 2020.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. PT. Indeks. Jakarta.
- Wiryaningsih, Dkk. (2005). *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana
- Yola, Melfa dan Duwi Budianto. 2013. “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA)”. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, Vol. 12 No. 12.
- Zardila, Rika. 2019. “Pengaruh Promosi Produk dan Pelayanan Bank Syari’ah Terhadap Minat Nasabah Menabung”. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Ekonomi Syari’ah, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.