

**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)**



IAIN PURWOKERTO

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

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Febria Ningtyas Putri Hidayat
NIM : 1617202013
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) (Studi Kasus pada Mahasiswa S.1 IAIN Purwokerto Angkatan 2016-2019)**

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

Purwokerto, 29 September
2020

Saya yang menyatakan,



Febria Ningtyas Putri
Hidayat
NIM. 1617202013



KEMENTERIAN AGAMA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Alamat: Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, 628250, Fax: 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

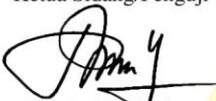
PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN NASABAH TERHADAP
 KUALITAS PELAYANAN BRI SYARIAH DENGAN METODE
 IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)
 DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)
 (Studi Kasus Pada Mahasiswa S.1 IAIN
 Purwokerto Angkatan 2016-2019)**

Yang disusun oleh Saudari **Febria Ningtyas Putri Hidayat NIM 1617202013** Jurusan/Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **22 Oktober 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji


 Dr. Atabik, M.Ag.
 NIP. 19651205 199303 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji


 Ubaidillah, S.E., M.E.I
 NIP. 19880924 201903 1 008

Pembimbing/Penguji


 H. Chandra Warsito, S.TP., S.E., M.Si.
 NIP. 19790323 201101 1 007

Purwokerto, 02 November 2020

Mengucapkan/Mengesahkan
 Dekan

 Dr. H. **Imam Abdul Aziz, M.Ag.**
 NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi

dari saudari Febria Ningtyas P. H NIM. 1617202013 yang berjudul:

Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 IAIN Purwokerto Angkatan 2016-2019)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 29 September 2020
Pembimbing,



H.Chandra Warsito, S. TP., M. Si
NIP.19790323 201101 1 007

MOTTO

“Maka sesungguhnya, bersama kesulitan ada kemudahan”

Q.S Al- Insyirah (94:5)



**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 descriptive 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

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

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

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	t	Te
ث	s a	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	h{a	h{	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d{ad	d{	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a'	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z{a'	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain '	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge

ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti bahasa Indonesia, terdiri dari vokal pendek, vokal rangkap dan vokal panjang.

1. Vokal Pendek

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat yang transliterasinya dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	<i>Fath{ah</i>	fath{ah	A
— /	<i>Kasrah</i>	Kasrah	I
— و	<i>d{amah</i>	d{ammah	U

2. Vokal Rangkap.

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Nama	Huruf Latin	Nama	Contoh	Ditulis

<i>Fath{ah danya'</i>	Ai	a dan i	الْبَيْع	<i>Bay'a</i>
<i>Fath{ah danWawu</i>	Au	a dan u	رِبَا	<i>Riba></i>

3. Vokal Panjang.

Maddah atau vocal panjang yang lambing nya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

<i>Fath{ah + alifditulis ā</i>	Contoh تجارة ditulis <i>tija>rah</i>
<i>Fath{ah + ya' ditulis ā</i>	Contoh تنسى ditulis <i>tansā</i>
Kasrah + ya' matiditulis ī	Contoh المشر كين ditulis <i>al-musyriki>na</i>
<i>d{ammah + wawumatiditulis ū</i>	Contoh يظهرها ditulis <i>yuzahiru></i>

C. Ta' Marbūṭah

1. Bila dimatikan, ditulis h:

الأباحة	Ditulis <i>al-iba>hah</i>
معاملة	Ditulis <i>mu'a>malah</i>

2. Bila dihidupkan karena berangkat dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis <i>ni'matullāh</i>
-----------	----------------------------

3. Bila *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ditransliterasikan dengan *h* (h).

المصلحة	Ditulis <i>Al-Mas}lah}ah</i>
---------	------------------------------

D. Syaddah (Tasydīd)

Untuk konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap:

انّ الله	Ditulis <i>inalla>ha</i>
الذّين	Ditulis <i>al-laz\i>na</i>

E. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyah*

المتّقين	Ditulis <i>al-muttaqi>na</i>
المشركين	Ditulis <i>al-musyriki>na</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*

الصّٰلِح	Ditulis <i>as}-s}ulh}u</i>
----------	----------------------------

IAIN PURWOKERTO

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, karya ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayahNya dan kesempatan untuk belajar
2. Untuk kedua orangtua penulis, Bapak Heri Hidayat dan Ibu Marlin yang tidak bosan selalu memberikan dukungan serta tak pernah kenal lelah untuk memberikan dan mengupayakan yang terbaik untuk semua anaknya. Ucapan terimakasih tidak cukup untuk membalas semua perjuangan kalian.
3. Untuk Kakak dan Adik penulis, Mba Amel, Kak Hamid, Lala, dan Ais yang selalu memberikan doa, dukungan, serta semangatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Untuk Tanteku, Nhok dan lik Ani dan lik Yuni yang selalu memberikan motivasi dan semangatnya.
5. Untuk sahabat penulis semasa MTs (Nisa, Andini, Ummu, Ulqi, Fika) semasa SMA (Hania, Payul, Alfiya, Andini) dan sahabat semasa kuliah (Rima, Tea, Syerli, Wiwi, Meisy, Nadila, Ina, Abi, Agung) yang telah memberikan doa dan motivasinya.
6. Untuk teman penulis semasa di HMJ (Ikfi, Arkan, Maela) semasa di DEMA FEBI (Firman, Ilham, Rizky, Fasa).
7. Untuk teman penulis semasa di Pondok Pesantren Raudotul 'Ulum; Pur, Wiwi, Putri, Hera, Antik, Fita.
8. Untuk teman seperbimbingan, Kilau Permata Hati (Kiki) yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya selama masa skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk teman-teman KKN PAR kelompok 26, Vavi, Aul, Nurul, Lusi, Teteh Ayu.
10. Untuk Rifqo Yatul Ulya, yang telah mengajarkan menggunakan IBM SPSS Versi 25.
11. Kepada seluruh responden Mahasiswa IAIN Purwokerto angkatan 2016-2019, terimakasih telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.

12. Dan semua yang telah memberikan dukungan, bantuan dan motivasi dalam pengerjaan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan kalian semua.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah Swt yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karuniaNya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi akhir zaman Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabat dan tabi'in, semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak kita mendapat syafaatnya di hari akhir.

Semoga dengan selesainya penulisan skripsi ini membawa berkah dan manfaat untuk kemaslahatan bersama. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku rektor Institut Agama Islam negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Institut Agama Islam negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M. Ag., selaku Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam negeri (IAIN) Purwokerto.
7. H. Chandra Warsito, S.TP., M.Si., selaku dosen pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan motivasi dan kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa selalu memberikan perlindungan dan membalas semua kebaikan ibu.
8. Segenap dosen dan staf Administrasi Institut Agama Islam negeri (IAIN) Purwokerto.

9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam negeri (IAIN) Purwokerto yang telah membekali ilmu pengetahuan.
10. Kepada keluarga besar Perbankan Syari'ah A 2016.
11. Kepada BRI Syari'ah KC Purwokerto yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk wawancara.
12. Kepada TIPD IAIN Purwokerto yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dimintai wawancara.
13. Dan semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Terhadap semua tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 29 September 2020

Penulis



Febria Ningtyas Putri Hidayat

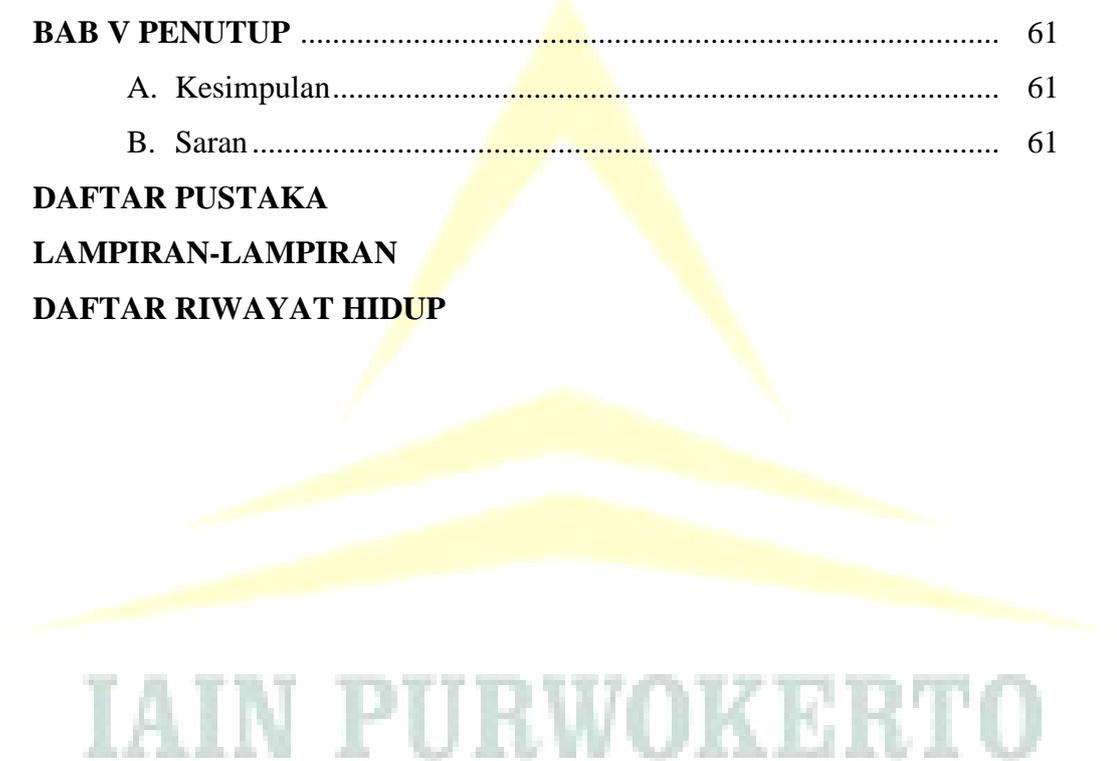
IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIBING	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK	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

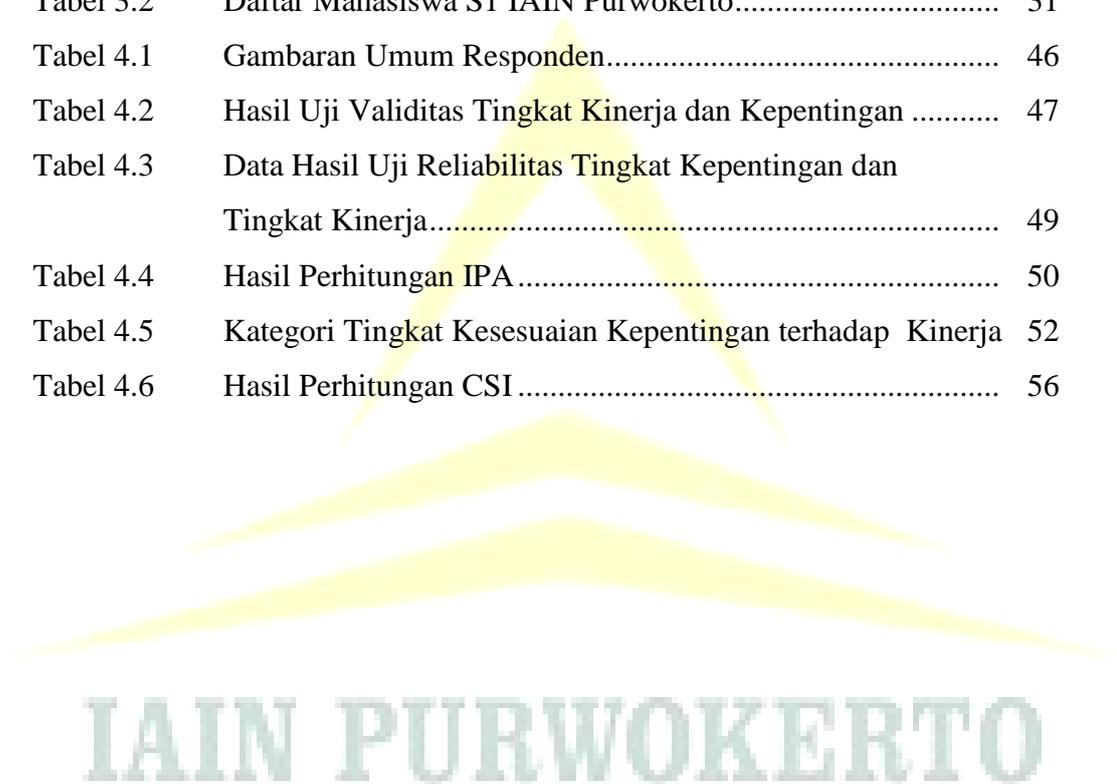
BAB IV HASIL DAN PENELITIAN PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
1. Sejarah IAIN Purwokerto.....	43
2. Kerjasama BRI Syari'ah dengan IAIN Purwokerto.....	46
B. Hasil Penelitian dan Analisis Data.....	47
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	47
2. Hasil Uji Kualisi Data	48
3. Hasil 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	



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 2.2	Perbedaan Bank Syari'ah dan Bank Konvensional	15
Tabel 2.3	Kriteria Nilai Customer Satisfaction Index (CSI).....	27
Tabel 3.1	Pemberian Nilai Skor Berdasarkan Skala Likert.....	30
Tabel 3.2	Daftar Mahasiswa S1 IAIN Purwokerto.....	31
Tabel 4.1	Gambaran Umum Responden.....	46
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja dan Kepentingan	47
Tabel 4.3	Data Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja.....	49
Tabel 4.4	Hasil Perhitungan IPA.....	50
Tabel 4.5	Kategori Tingkat Kesesuaian Kepentingan terhadap Kinerja	52
Tabel 4.6	Hasil Perhitungan CSI.....	56



IAIN PURWOKERTO

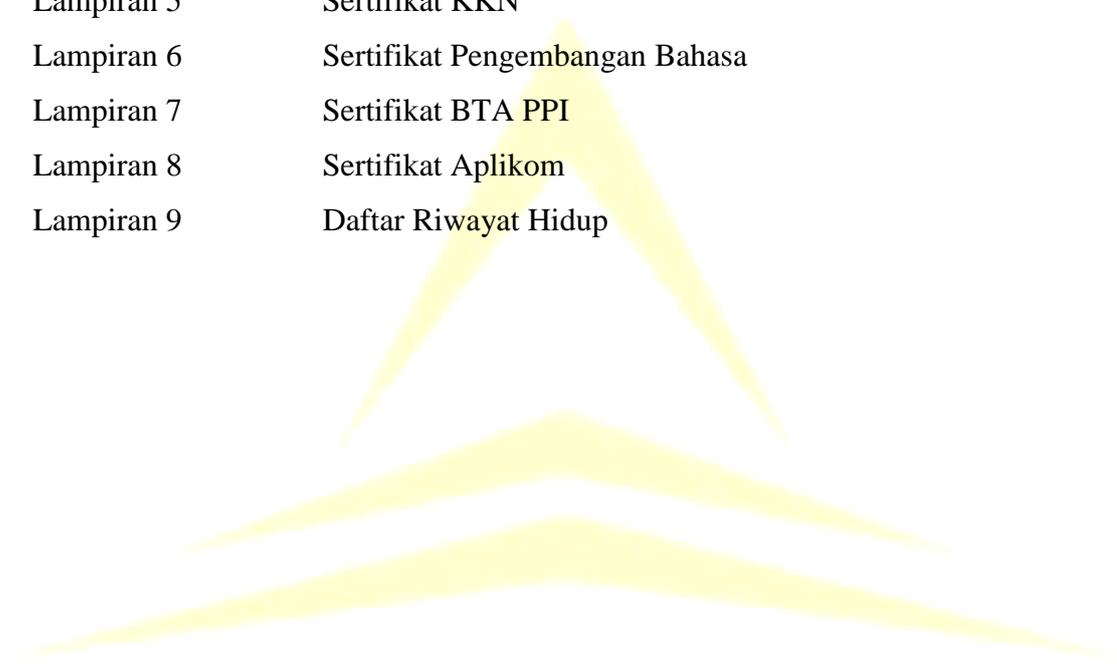
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Diagram Kartesius.....	26
Gambar 4.1	Hasil Diagram Kartesius	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Tabulasi
Lampiran 3	Hasil Instrumen Penelitian
Lampiran 4	Sertifikat PPL
Lampiran 5	Sertifikat KKN
Lampiran 6	Sertifikat Pengembangan Bahasa
Lampiran 7	Sertifikat BTA PPI
Lampiran 8	Sertifikat Aplikom
Lampiran 9	Daftar Riwayat Hidup



IAIN PURWOKERTO

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 atau 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 Syariah ?
2. Adakah tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan bank BRI Syariah?

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 Syariah.
- b. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan bank BRI Syariah.

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.

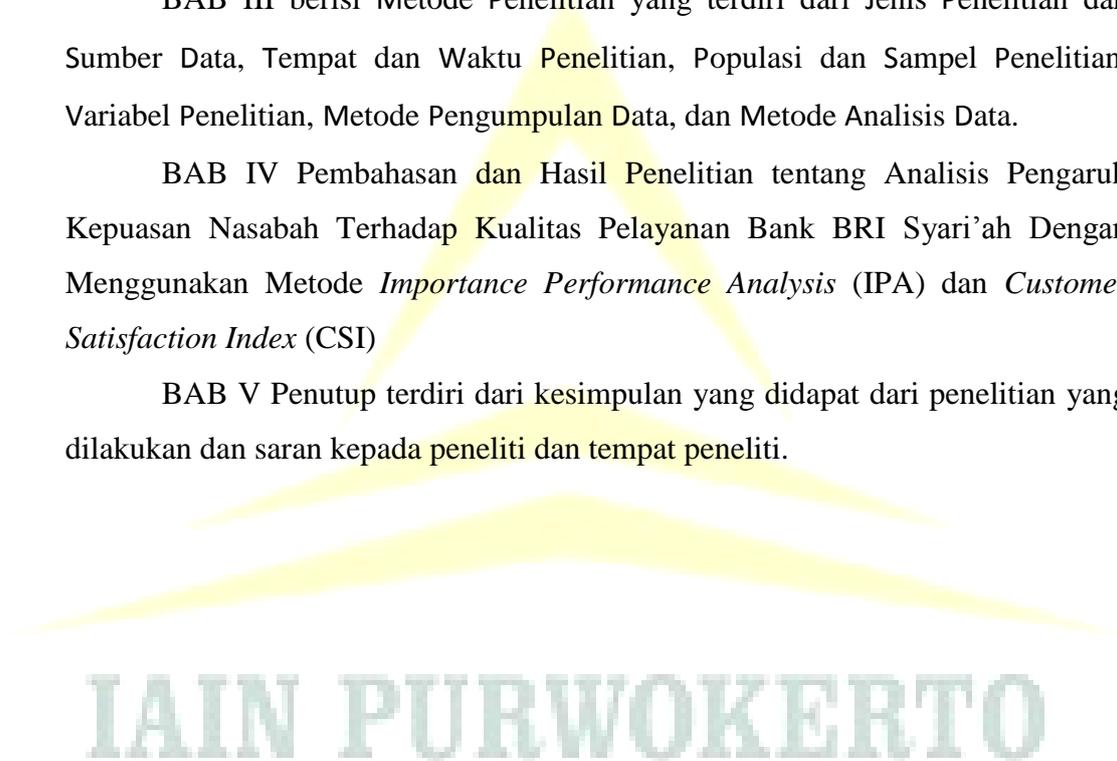
BAB I berisi Pendahuluan yang menjelaskan Latar Belakang masalah yang mendasari diadakannya penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian.

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.



IAIN PURWOKERTO

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Tabel 2.1
Perbedaan Hasil Penelitian Terdahulu.

Nama	Judul	Lembaga	Variabel	Hasil penelitian
Erlinda Resa & Paidi Hidayat (2013)	Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Mandiri Cabang Zainul Arifin Medan	Jurnal Ekonomi dan Bisnis (Fakultas Ekonomi Pembangunan FE USU)	Tingkat Kepuasan Nasabah (X) Pelayanan Bank Mandiri (Y)	Hasil yang diperoleh dari perhitungan CSI adalah 66,26% itu artinya nasabah merasa puas dengan kinerja bank. Dari hasil analisis IPA, terdapat 6 (enam) atribut yang masuk ke dalam prioritas utama, 10 (sepuluh) atribut pertahankan prestasi, 4(empat) atribut berlebihan, dan 2 (dua) atribut priorotas rendah.

<p>Priscillia Anggita Damanik (2014)</p>	<p>Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Minuman Kopi dengan Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> Di Coffee Story Malang</p>	<p>Skripsi (Fakultas Teknologi Pertanian Universitas Brawijaya Malang)</p>	<p>Kepuasan Konsumen (X) Kualitas Minuman Kopi (Y)</p>	<p>1. Atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen di <i>Coffee Story</i> Malang adalah atribut yang menempati kuadran I (kualitas bahan baku dan kemudahan dalam mendapatkan pelayanan) dan kuadran II (rasa, tampilan fisik, cara penyajian, kenyamanan tempat, dan kebersihan peralatan pada minuman kopi).</p> <p>2. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan <i>Customer Satisfaction Index</i> nilai kepuasan konsumen terhadap kualitas minuman kopi di <i>Coffee Story</i> Malang mencapai nilai sebesar 84%.</p>
--	---	--	--	--

Yudi Siyamto (2017)	Kualitas Pelayan Bank Dengan Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Customer Index Satisfaction</i> (CSI) Terhadap Kepuasan Nasabah	Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (STIE-AAS Surakarta)	Kepuasan Nasabah (X) Kualitas Pelayanan Bank (Y)	Hasil perhitungan CSI pada penelitian ini adalah 66%-80,99% yang artinya menunjukkan bahwa kinerja bank sudah hampir mencapai harapan nasabah. Dari hasil analisis IPA terdapat 2 (dua) atribut yang masuk ke dalam kuadran I, 8 (delapan) atribut yang masuk ke dalam kuadran II, 8 (delapan) atribut yang masuk ke dalam kuadran III, dan terapat 2 atribut yang masuk ke dalam kuadran IV.
Miftah Farid (2013)	Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Non Muslim Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Bank Syariah Kota Medan	Jurnal Ekonomi dan Keuangan	Tingkat Kepuasan Nasabah Non Muslim (X) Kualitas Pelayanan Bank Syariah di	Perbankan syariah diminati oleh semua kalangan, termasuk masyarakat non muslim. Namun masih ada atribut-atribut pelayanan yang belum maksimal.

			Kota Medan (Y)	Hasil SCI yang diperoleh sebesar 68,9% itu artinya nasabah non muslim puas terhadap kinerja bank syariah di Medan. Berdasarkan analisis IPA, terdapat 7 (tujuh) yang masuk ke dalam prioritas utama, 7 (tujuh) yang memiliki prestasi yang baik, 3 (tiga) yang dianggap berlebihan, dan 6 (enam) yang masuk ke priorotas rendah.
Heru Eka Lodhita, Imam Santoso, Sakunda Anggarini (2013)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> Studi Kasus	Universitas Brwijaya Malang	Kualitas Pelayanan (X) Kepuasan Konsumen (Y)	Dari perhitungan CSI, nilai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Toko Oen mencapai 75,89%. Nilai tersebut berada pada rentang 66-80%, dengan demikian secara keseluruhan konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanan Toko Oen.

	Pada Toko <i>Oen</i> , Malang.		Dari hasil analisis IPA disimpulkan bahwa atribut yang perlu diperhatikan dan menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan adalah kuadran I (kecepatan proses penyajian, kesigapan dan kesediaan dalam melayani pelanggan, dan keramahan pada pelanggan)
--	-----------------------------------	--	---

Sumber : Data yang diolah (2020)

Dari penelitian yang sudah dilakukan oleh para peneliti yang beraitan dengan judul yang akan diambil dalam penelitian ini, maka ada beberapa hal yang akan dieliti berkaitan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti akan lebih memfokuskan pada tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan BRI Syariah.

B. Kerangka Teori

1. Bank Syari'ah

a. Pengertian Bank Syari'ah

Syariah adalah hukum atau peraturan yang ditentukan oleh Allah SWT untuk hamba-Nya sebagaimana yang terkandung dalam Al-qur'an dan diterangkan oleh Rasulullah SAW dalam bentuk Sunah Rasul (Wiridiyaningsih, Dkk, 2005). Bank Syari'ah di Indonesia lahir sejak tahun 1992. Bank syari'h pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992 hingga 1999, perkembangan Bank Muamalat Indonesia, masih tergolong *stagnam*. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda

Indonesia pada tahun 1997 dan 1998, maka para *banker* melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia tidak tertera dampak krisis moneter. Jadi 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 di jauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dari pembiayaan perdagangan (Ismail, 2011).

Bank berdasarkan prinsip syariah diatur dalam UU NO. 7 tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan UU NO. 10 tahun 1998, dengan latar belakang adanya suatu keyakinan dalam agama Islam yang merupakan suatu alternatif atas perbankan dengan kekhususannya pada prinsip syariah. Prinsip syariah dalam kegiatan usaha bank syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah (Hasibuan, 2008).

Dalam *ushul fiqh*, ada kaidah yang menyatakan bahwa "*maa laa yatimm al-wajib illa bihi fa huwa wajib*", yakni sesuatu yang harus ada untuk menyempurnakan yang wajib, maka ia wajib diadakan. Mencari nafkah (yakni melakukan kegiatan ekonomi) adalah wajib. Dan karena pada zaman modern ini kegiatan perekonomian tidak akan sempurna tanpa adanya lembaga perbankan, lembaga ini wajib diadakan. Sehingga kaitan antara Islam dengan perbankan menjadi jelas. Al-Qur'an dan As-Sunnah hanya memberikan prinsip-prinsip dan filosofi dasar, dan menegaskan larangan-larangan yang harus di jauhi. Dengan demikian, yang harus dilakukan hanyalah mengidentifikasi hal-hal yang dilarang oleh Islam. Selain itu semua diperbolehkan dan kita dapat melakukan inovasi dan kreativitas sebanyak mungkin (Karim, 2008).

b. Ciri-ciri Bank Syari'ah

Bank syari'ah atau bank islam sebagai bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syari'ah menurut ketentuan Al-Qur'an dan Hadits, mempunyai beberapa ciri yang berbeda dengan bank konvensional. Ciri-ciri ini bersifat universal dan kumulatif, artinya semua bank syari'ah yang beroperasi dimana saja harus memenuhi seluruh ciri tersebut. Menurut Warkum Sumitro dalam Sudarso (2003) ciri-ciri itu adalah:

- 1) Beban biaya yang disepakati bersama pada waktu akad perjanjian diwujudkan dalam bentuk jumlah nominal, yang besarnya tidak kaku dan dapat dilakukan dengan kebebasan untuk tawar menawar dalam batas wajar. Beban biaya tersebut hanya dikenakan sampai batas waktu sesuai dengan kesepakatan dalam kontrak.
- 2) Penggunaan persentase dalam hal kewajiban untuk melakukan pembayaran selalu dihindari, karena persentase bersifat melekat pada sisa utang meskipun batas waktu perjanjian telah berakhir.
- 3) Di dalam kontrak-kontrak pembiayaan proyek, bank syariah tidak menerapkan perhitungan berdasarkan keuntungan yang pasti yang ditetapkan di muka, karena pada hakikatnya yang mengetahui tentang ruginya suatu proyek yang dibiayai bank hanyalah Allah semata.
- 4) Pengerahan dana masyarakat dalam bentuk deposito tabungan oleh penyimpan dianggap sebagai titipan (*al wadi'ah*) sedangkan bagi bank dianggap sebagai titipan yang diamanatkan sebagai penyertaan dana pada proyek-proyek yang dibiayai bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah sehingga penyimpan tidak dijanjikan imbalan yang pasti.
- 5) Dewan Pengawas Syariah (DPS) bertugas untuk mengawasi operasionalisasi bank dari sudut syariahnya. Selain itu manajer dan pimpinan bank Islam harus menguasai dasar-dasar muamalah Islam.
- 6) Fungsi kelembagaan bank syariah selain menjembatani antara pihak pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana, juga mempunyai fungsi khusus yaitu fungsi amanah, artinya berkewajiban menjaga dan bertanggung jawab atas keamanan dana yang disimpan dan siap sewaktu-waktu apabila dana diambil pemiliknya

c. Peranan Bank Syari'ah

Sistem Lembaga Keuangan, atau yang lebih khusus lagi disebut sebagai aturan yang menyangkut aspek keuangan dalam sistem mekanisme keuangan suatu negara, telah menjadi instrumen penting dalam memperlancar pembangunan suatu bangsa. Indonesia, yang mayoritas penduduknya bergama Islam tentu saja menuntut adanya sistem baku yang mengatur dalam kegiatan kehidupannya. Termasuk di antaranya kegiatan keuangan yang dijalankan oleh setiap umat. Hal ini berarti bahwa sistem baku termasuk dalam bidang ekonomi. Namun, di dalam perjalanan hidup umat manusia, kini telah terbelenggu dalam sistem ekonomi yang bersifat sekuler.

Berbicara tentang peranan sesuatu, tidak dapat dipisahkan dengan fungsi dan kedudukan sesuatu itu. Di antara peranan bank Islam adalah :

- 1) Memurnikan operasional perbankan syari'ah sehingga dapat lebih meningkatkan kepercayaan masyarakat.
- 2) Meningkatkan kesadaran syari'ah umat Islam sehingga dapat memperluas segmen dan pangsa pasar perbankan syari'ah.
- 3) Menjalin kerjasama dengan para ulama karena bagaimanapun peran ulama, khususnya di Indonesia, sangat dominan bagi kehidupan umat Islam.

Menurut Karnaen Atmawijawa (2011) adanya bank Islam diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat melalui pembiayaan-pembiayaan yang dikeluarkan oleh bank Islam. Melalui pembiayaan ini bank Islam dapat menjadi mitra dengan nasabah, sehingga hubungan bank Islam dengan nasabah tidak lagi sebagai kreditur dan debitur tetapi hubungan kemitraan.

Secara khusus peranan bank syari'ah secara nyata dapat terwujud dalam aspek-aspek berikut ini :

- 1) Menjadi perekat nasionalisme baru, artinya bank syari'ah dapat menjadi fasilitator aktif bagi terbentuknya jaringan usaha ekonomi kerakyatan. Di samping itu, bank syari'ah perlu mencontoh keberhasilan Sarekat Dagang

Islam, kemudian ditarik keberhasilannya untuk masa kini (nasionalis, demokratis, religius, ekonomis).

- 2) Memberdayakan ekonomi umat dan beroperasi secara transparan. Artinya, pengelolaan bank syariah harus didasarkan pada visi ekonomi kerakyatan, dan upaya ini terwujud jika ada mekanisme operasi yang transparan.
- 3) Memberikan *return* yang lebih baik. Artinya investasi di bank syariah tidak memberikan janji yang pasti mengenai *return* (keuntungan) yang diberikan kepada investor. Oleh karena itu, bank syariah harus mampu memberikan *return* yang lebih baik dibandingkan dengan bank konvensional. Di samping itu, nasabah pembiayaan akan memberikan keuntungannya yang tinggi kepada bank syariah.
- 4) Mendorong penurunan spekulasi di pasar keuangan. Artinya, bank syariah mendorong terjadinya transaksi produktif dari dana masyarakat. Dengan demikian, spekulasi dapat ditekan.
- 5) Mendorong pemerataan pendapatan. Artinya, bank syariah bukan hanya mengumpulkan dana pihak ketiga, namun dapat mengumpulkan dana Zakat, Infaq, dan Shadaqoh (ZIS). Dana ZIS dapat disalurkan melalui pembiayaan *Qardul Hasan*, sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Pada akhirnya terjadi pemerataan ekonomi.
- 6) Peningkatan efisiensi mobilisasi dana. Artinya, ada produk *al-mudharabah al-muqayyadah*, berarti terjadi kebebasan bank untuk melakukan investasi atas dana yang diserahkan oleh investor, maka bank syariah sebagai *financial arranger*, bank memperoleh komisi atau bagi hasil, bukan karena bunga.
- 7) *Uswah Hasabah* implementasi moral dalam penyelenggaraan usaha bank.
- 8) Salah satu sebab terjadinya krisis adalah adanya Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN).

d. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Tabel 2.2

Perbedaan Bank Syari'ah dan Bank Konvensional

No.	Bank Syari'ah	Bank Konvensional
1	Melakukan investasi-investasi yang halal saja	Melakukan investasi yang halal dan haram
2	Berasadarkan prinsip bagi hasil	Menggunakan metode bunga
3	Profit dan falah oriented	Frofit oriented
4	Hubungan antara bank dan nasabah adalah mitra	Hubungan antara bank dan nasabah adalah kreditur dan debitur
5	Penyelesaian sengketa, diupayakan diselesaikan secara musyawarah antara bank nasabah, melalui pengadilan agama.	Penyelesaian sengketa melalui pengadilan negri setempat.

Sumber : (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.

Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena nasabah akan menyebarkan rasa puasnya ke calon nasabah, sehingga akan menaikkan reputasi si pemberi jasa. Kepuasan disebabkan karena adanya interaksi antara harapan dan kenyataan. Sebaliknya apa yang diterima nasabah seperti yang diharapkan adalah faktor yang menentukan kepuasan. Jadi harapan nasabah dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabat, serta janji dan informasi pemasar dan pesaing. Nasabah yang puas akan setia lebih lama tanpa memikirkan harga dan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan.

Beberapa metode yang digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2002) ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan kritik dan saran, pendapat serta keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus bebas pulsa dan lain-lain. Informasi-informasi yang masuk melalui metode ini dapat memberikan ide-ide dan warna baru yang sangat berharga bagi perusahaan. Metode ini bersifat pasif, sehingga sulit untuk mendapatkan gambaran yang lengkap mengenai kepuasan pelanggan.

b. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian *ghost shopper* menyampaikan temuan-temuan mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

c. *Lost customer analysis*

Sedapat mungkin perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok dan diharapkan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

d. *Survei kepuasan pelanggan*

Kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

3. Kepuasan Pelanggan Menurut Pandangan Al-Qur'an

Kepuasan pelanggan atau nasabah juga dijelaskan dalam Al-Qur'an yaitu dalam surat Ali Imran ayat 159

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ

هُم وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

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

Firman ini turun sewaktu perang Uhud dan ditunjukkan kepada Rasulullah SAW untuk menenangkan dan menyenangkan hati beliau, dan ditunjukkan kepada kaum muslimin untuk menyadarkan mereka terhadap nikmat Allah atas mereka. Diingatkan-Nya kepada beliau dan kepada mereka akan rahmat Allah SWT yang terlukis di dalam akhlak beliau yang mulia dan penyayang, yang menjadi tambatan hati para pengikut beliau. Hal itu dimaksudkan untuk memfokuskan perhatian kepada rahmat yang tersimpan di dalam hati beliau sehingga bekas-bekasnya dapat mengungguli tindakan mereka terhadap beliau dan mereka dapat merasakan hakikat nikmat Ilahi yang berupa Nabi yang

penyayang ini. Kemudian diserunya mereka, dimaafkan kesalahannya mereka, dan dimintakan ampunan kepada Allah bagi mereka. Diajaknya mereka bermusyawarah dalam menghadapi urusan ini, sebagaimana beliau biasanya bermusyawarah dengan mereka, dengan tidak berpengaruh emosinya terhadap hasil-hasil musyawarah itu yang dapat membatalkan prinsip asasi dalam kehidupan islami (Sayyid Quthb, 2001).

Menurut Arif Sulfiyanto, teori untuk berlemah lembut kepada sesama dalam QS. Ali-Imran ini mempunyai kesamaan dengan teori kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Dalam Islam, seperti yang dijelaskan oleh Abbas Asiisiy, obyek dakwah adalah juga pelanggan, sehingga harus dilayani dengan sepenuh hati. Jika seorang dai dapat sukses menarik perhatian obyek dakwahnya maka obyek dakwahnya tersebut akan terbiasa menerapkan nilai-nilai Islam akibat terbiasa berinteraksi antara di dan dai-nya. Obyek dakwahnya tersebut akan menjadi dai pula yang akan menarik objek dakwah lain. Inilah model marketing handal, yang sudah diterapkan Rasulullah SAW. Madinah dan Habsyi menjadi tempat yang kondusif untuk umat Islam, padahal yang memasuki pertama kalinya adalah para sahabat, bukan Rasulullah. Para sahabat ini dibekali ilmu pelayanan oleh Rasulullah sehingga menjadi diplomat yang unggul.

Lima dimensi pelayanan pelanggan yang diterapkan oleh Barat sudah lebih dulu diterapkan oleh Rasulullah berbekal SIFAT (*shiddiq, istiqomah, fathonah, amanah, tabligh*) Rasul sukses dalam berdakwah dan berdagang. Obyek dakwah dan pembelinya sama-sama meraakan kepuasan dan kebahagiaan berinteraksi dengan Rasulullah. Beliau memberikan jaminan barang yang dititipkan kepada beliau sehingga beliau dikenal dengan sebutan *Al-Amin*. Beliau juga pribadi yang empatik, memiliki kepedulian yang tinggi kepada sesama. Beliau sangat mengetahui pribadi atau sifat-sifat sahabatnya, sehingga ketika Utsman akan menghadap, beliau segera bangkit dari berbaring dan duduk.

Itulah keterkaitan antara pribadi lemah lembut Rasulullah didasarkan dalam QS. Ali-Imran ayat 159 dengan pelayanan kepuasan pelanggan. Ada

hubungan sinkronisasi, sama-sama mempedulikan sesama, mengenal dengan baik pribadi karakteristiknya serta melayani dengan hati.

C. Pelayanan

1. Pengertian 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).

Adapun karakteristik pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang baik, yaitu :

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- 3) Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadian bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Dari karakteristik di atas maka dapat dijadikan sebagai dasar perusahaan memberikan pelayanan terhadap konsumennya. Pelayanan yang diberikan harus nyata dan merupakan tindakan langsung dirasakan oleh konsumen, sehingga konsumen dapat merasakan secara langsung dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan (Zardila, 2019).

Menurut Fandy Tjiptono (2011), kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Untuk memperoleh pemahaman tentang kualitas jasa, maka perlu mengetahui empat karakteristik

yang mempengaruhi desain program pemasaran jasa menurut Kolter dan Keller (2009) diantaranya

- 1) Jasa tak berwujud (*intangibility*), jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar sebelum jasa itu dibeli.
- 2) Jasa tak terpisahkan (*inseparability*), jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya, tanpa mempedulikan apakah penyedia jasa itu orang atau mesin karena pelanggan juga hadir pada saat jasa itu diproduksi, interaksi penyedia jasa dan pelanggan menjadi fitur khusus pemasaran jasa.
- 3) Bervariasi (*variability*), kualitas jasa bergantung pada siapa yang menyediakan jasa itu dan kapan, dimana, dan bagaimana.
- 4) Dapat musnah (*perishability*), jasa tidak dapat disimpan untuk dijual atau digunakan beberapa saat kemudian.

Kepuasan konsumen dapat ditunjukkan melalui sikap konsumen pada pembelian. Menurut Kolter (2005) adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”.

2. Dasar-dasar Pelayanan

Suatu pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap karyawan telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini merupakan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang karyawan, yaitu :

- 1) Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih. Di sini karyawan harus menggunakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian necis tidak kumal, terkesan pakaian yang digunakan benar-benar memikat konsumen.
- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum. Karyawan harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama. Dalam melayani pelanggan karyawan haruslah murah senyum dengan raut wajah yang menarik hati, serta tidak dibuat-buat.
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal. Pada saat konsumen atau pelanggan datang karyawan harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan

menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu, apa yang kami dapat bantu.

- 4) Tenang, sopan, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan. Usahakan pada saat melayani pelanggan dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap. Kemudian tunjukkan sikap menghormati tamu, tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan pelanggan.
- 5) Berbicara dengan Bahasa yang baik dan benar. Dalam berkomunikasi dengan pelanggan gunakan bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.
- 6) Jangan menyela atau memotong pembicaraan. Pada saat pelanggan sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang dapat menyinggung perasaan pelanggan. Seandainya terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.
- 7) Mampu meyakinkan pelanggan atau nasabah serta memberikan kepuasan. Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan pelanggan dengan argumen-argumen yang masuk akal.
- 8) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan. Artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh karyawan, maka harus meminta bantuan kepada petugas lain yang mampu (Kasmir, 2008).

3. Konsep Pelayanan

Menurut Valarie A. Zethmal dan Mary Jo Bitner mendefinisikan pelayanan merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan

dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (Muhtosim, 2007).

Menurut Pasuraman terdapat lima dimensi pelayanan, yaitu:

- 1) Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi ruang tunggu pelayanan, perlengkapan yang digunakan dan penampilan petugas pelayanan.
- 2) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, Keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan, Keandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan, dan Keandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi.
- 4) Jaminan dan Kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, sopan santun dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi kemampuan administrasi petugas pelayanan, kemampuan teknis petugas pelayanan dan kemampuan sosial petugas pelayanan.
- 5) Empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Hal ini meliputi perhatian petugas pelayanan, kepedulian petugas dan keramahan petugas pelayanan (Lupiyadi dan Hamdana, 2009).

Pelayanan merupakan bagian dari suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Dalam pandangan Islam, pelayanan mempunyai nilai-nilai Islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu :

- 1) Profesional (*Fathanaah*) adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan.
- 2) Kesopanan dan Keramahan (*Tabligh*) artinya komunikatif dan argumentatif. Orang memiliki sifat tabligh akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat. Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain.
- 3) Jujur (*Siddiq*) yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Jujur juga merupakan kesesuaian antar berita yang disampaikan dan fakta, antara fenomena dan yang diberitakan, serta bentuk dan substansi.
- 4) *Amanah* berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban (Kartajaya dan Syakir Sula, 2006).

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain:

- 1) Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkarjanji. Hal ini sesuai dengan Al – Qur`an Surat Asy Syu`ara: 181-183.

Artinya: "Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan;. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan

- 2) Bertanggung jawab dan terpercaya (*Al-Amanah*) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
- 3) Tidak Menipu (*Al-Kadzib*) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.

- 4) Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.
- 5) Melayani dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.
- 6) Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya (Arifin, 2009).

D. 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 persepsikan kinerjanya 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).

IPA digunakan untuk mengetahui atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi hasilnya belum memuaskan dan perlu ditingkatkan. Pada teknik ini responden diminta untuk meniali tingkat kepentingan dan kinerja, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja dianalisis pada diagram IPA (Eko Hartanto, diakses 10 Agustus 2020)

Menurut Muluk (2008), pembagian kuadran diagram kartesius dalam IPA yaitu :

- a. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting dan tingkat kinerja yang masih rendah. Peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil.

b. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan, tapi kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai yang pelanggan harapkan (tingkat kinerja masih rendah). Variabel-variabel yang masuk kuadran ini harus ditingkatkan. Caranya perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus sehingga *performance* variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

c. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Variabel-variabel yang masuk kuadran ini tetap dipertahankan harus karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan.

d. Kuadran IV (Rendah Berlebihan)

Kuadran IV adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Variabel-variabel yang masuk kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

Gambar 2.1

Diagram kartesius



Sumber : Muluk (2008)

E. *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). Terdapat empat langkah untuk menentukan CSI, yaitu :

- Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*.

Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tiap responden.

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad \text{dan} \quad MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Dimana:

N = Jumlah Responden

Y_i = Nilai Kepentingan Atribut ke-i

X_i = Nilai Kinerja Atribut ke-i

- Membuat *Weight Factors (WF)*

Bobot ini merupakan fungsi dari MIS atau nilai rata-rata tingkat kepentingan masing-masing atribut yang dinyatakan dalam bentuk persen terhadap total MIS untuk seluruh atribut yang diuji.

$$W_{fi} = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^P MIS_i} \times 100\%$$

Dimana:

P = jumlah atribut kepentingan (k=23)

I = atribut bauran pemasaran ke-i

c. Membuat *Weight Score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara *Weight Factor* (WF) dengan rata-rata tingkat kepuasan (*Mean Satisfaction Score* = MSS)

$$WS_i = W_{fi} \times MSS_i$$

Dimana :

i = atribut bauran pemasaran ke-i

d. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^P WS_i}{5} \times 100\%$$

Menurut Ihsani (2005), tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dibagi ke dalam lima kriteria kepuasan.

Tabel 2.3

Kriteria nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81-1,00	Sangat Puas
0,66-0,80	Puas
0,51-0,65	Cukup Puas
0,35-0,50	Kurang Puas
0,00-0,32	Tidak Puas

Sumber : Ihsani (2005)



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode adalah cara yang dipakai untuk mencapai tujuan, sedangkan metode penelitian adalah penyelidikan dari suatu bidang ilmu pengetahuan yang dijalankan untuk memperoleh fakta-fakta secara sistematis. Metode penelitian dapat juga diartikan dengan suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2016).

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Disebut penelitian kuantitatif karena penelitian menggunakan perhitungan matematis untuk mendapatkan tingkat kepuasan dan mengetahui posisi masing-masing atribut pada diagram kartesius. Penelitian deskriptif kualitatif karena variabel berdiri sendiri tanpa mencari hubungan antar variabel dan juga penelitian ini mendeskripsikan tingkat kepuasan nasabah dengan menggunakan atribut-atribut pelayanan BRI Syari'ah.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di IAIN Purwokerto terhadap mahasiswa IAIN Purwokerto yang berada di Jl. Ahmad Yani No. 40A, Karanganjing, Purwanegara, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Penelitian ini akan mulai dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan September 2020.

C. Jenis Data

Data adalah sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari pengisian angket atau kuesioner yang didapatkan dari mahasiswa IAIN Purwokerto angkatan 2016-2019.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner secara personal. Angket (Kuesioner) merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran daftar pertanyaan kepada responden dengan

harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut (Umar, 2011). Angket tersebut digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan respon responden terhadap analisis tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan bank syariah. Angket akan diberikan kepada responden dan pengisiannya dilakukan secara jujur dan objektif tanpa tekanan dari pihak manapun.

Selanjutnya pembuatan angket, yaitu dengan cara sebagai berikut ini:

1. Menentukan kisi-kisi angket
2. Menentukan jumlah butir angket
3. Menentukan tipe angket
4. Menentukan skor item angket

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

Tabel 3.1
Pemberian Nilai Skor Berdasarkan Skala *Likert*
Pernyataan.

	5	4	3	2	1
Tanggapan nasabah terhadap tingkat kinerja	Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik
Tanggapan nasabah terhadap tingkat kepentingan	Sangat penting	Penting	Cukup penting	Kurang penting	Tidak penting

E. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Populasi (*universe*) adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu (Zardila, 2019). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Purwokerto tahun angkatan 2016-2019 yang diambil secara acak dari lima fakultas yang terdiri dari Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Syari'ah, Fakultas Dakwah, Fakultas Ushuludin Adab dan Humaniora, dan yang terakhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Tabel 3.2

**Daftar Mahasiswa S.1 IAIN Purwokerto
Tahun Akademik 2019/2020**

No	Nama Fakultas	Jumlah Mahasiswa
1	FTIK	3.704
2	FASYA	1.524
3	FADA	1.449
4	FUAH	512
5	FEBI	1.676
Jumlah		8.865

Sumber: TIPD IAIN Purwokerto (24/06/2020)

Berdasarkan hasil wawancara, peneliti mendapatkan data jumlah seluruh mahasiswa S.1 IAIN Purwokerto yaitu sebanyak 8.865. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan memiliki 3.704, Fakultas Syari'ah 1.524, Fakultas Dakwah 1.449, Fakultas Ushuludin Adab Humaniora 512, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 1.676.

2. Sampel

Sampel adalah bagian suatu objek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan suatu sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik

populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi bias, tidak dapat dipercaya, dan kesimpulannya pun dapat menjadi keliru, karena tidak dapat mewakili populasi. Dalam penentuan sampel yang akan digunakan, peneliti akan memilih secara acak individu dari populasi yang digunakan, dimana individu yang diharapkan tersebut dapat mewakili populasi yang diuji (Sugiyono, 2010). Adapun sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa S.1 IAIN Purwokerto angkatan 2016 sampai dengan 2019 tanpa kriteria khusus, karena seluruhnya diwajibkan menggunakan BRI Syari'ah.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah metode *sample random sampling* yaitu teknik pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Setiap nasabah memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi responden (Sugiyono, 2010).

Jadi penelitian ini menentukan ukuran jumlah sampel yang dibutuhkan sebagai responden dapat ditentukan dengan menggunakan *rumus Slovin* berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e² = Batas kesalahan

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{8.865}{1 + 8.865 (10\%)^2} \\ &= \frac{8.865}{1 + 8.865 (0,01)} \\ &= \frac{8.865}{89.65} \end{aligned}$$

= 98.8845511032

= 100

Maka jumlah sampel (n) yang diambil adalah sebesar 98.8845511032 dibulatkan menjadi 100, jadi peneliti mengambil sampel 100 orang untuk mewakili populasi yang ada.

F. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini membahas tentang analisis tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank BRI Syari'ah. Sesuai permasalahan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Alat ukur penelitian ini berupa kuesioner. Adapun teknik pengumpulan data, penulis gunakan untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

1. Metode observasi

Menurut Suhartanto (2014), observasi adalah teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap obyek penelitiannya. Sehingga akan mendapat gambaran secara jelas mengenai kondisi objek penelitian tersebut. Dalam penelitian ini, penulis datang langsung ke IAIN Purwokerto. Hal ini dilakukan untuk memperoleh data yang menjadi objek penelitian. Sehingga penulis akan mengetahui bagaimana kondisi mahasiswa IAIN Purwokerto.

2. Metode kuesioner

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang terdiri atas beberapa pertanyaan agar nantinya dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini, peneliti memberikan kuesioner kepada mahasiswa IAIN Purwokerto secara acak.

3. Metode Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Hartono, 2004). Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada masalah, tujuan, dan hipotesis penelitian. Ciri utama wawancara adalah kontak langsung dengan tatap muka antara pencari informasi dan sumber

informasi. Untuk memperoleh informasi yang tepat dan objektif, setiap pewawancara harus mampu menciptakan hubungan baik dengan responden (Hadi, 2005).

Wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Peneliti mengajukan berbagai pertanyaan, menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

Teknik ini bertujuan untuk menggali informasi lebih dalam mengenai tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan BRI Syari'ah. Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang terlibat terkait data yang dibutuhkan penulis.

G. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. *Editing*

Editing merupakan kegiatan pemeriksaan untuk pengecekan dari isi instrumen atau kuesioner yang telah diserahkan oleh pengumpul data. Kegiatan yang dilakukan yaitu, memeriksa kelengkapan semua pertanyaan apakah sudah terisi, memeriksa apakah semua jawaban atau tulisan masing-masing jawaban sudah jelas atau terbaca, memeriksa apakah jawaban relevan dengan pertanyaannya. Dalam penelitian ini proses *editing* dilakukan oleh peneliti sendiri dengan mengecek lembar kuesioner yang diisi oleh responden.

2. *Coding*

Coding merupakan klasifikasi jawaban-jawaban dari para responden ke dalam kategori. Peneliti memberi kode tertentu pada setiap jawaban kuesioner dari responden yaitu:

- a. Jawaban kuesioner diberi kode SS untuk jawaban sangat setuju dengan skor 5.
- b. Jawaban kuesioner diberi kode S untuk jawaban setuju dengan skor 4.
- c. Jawaban kuesioner diberi kode KS untuk jawaban kurang setuju dengan skor

- d. Jawaban kuesioner diberi kode TS untuk jawaban tidak setuju dengan skor
- e. Jawaban kuesioner diberi kode STS untuk jawaban sangat tidak setuju dengan skor 1.

Pemberian kode pada jawaban kuesioner bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data.

3. Tabulasi

Tabulasi merupakan bagian terakhir dari pengolahan data. Dan maksud dari tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya. Proses memasukkan data dari masing-masing responden ke dalam *program* atau *software* yang ada di komputer ataupun memasukkan data secara manual. Penulis menggunakan alat bantu Microsoft Excel 2013 yang ada di komputer untuk melakukan pengolahan data. Data yang dimasukkan ke dalam Microsoft Excel 2013 berupa data karakteristik responden yang telah di-*coding* sebelumnya dan data hasil penilaian yang terdapat dalam hasil pengisian kuesioner (Bungin, 2005).

H. Instrumen Penelitian

Kuesioner yang baik adalah kuesioner yang valid dan reliabel, sehingga perlu dilakukan kuesioner uji validitas dan uji reliabilitas dalam penelitian ini. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan yang ada mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut. Kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban atas pertanyaan yang diajukan menghasilkan jawaban yang stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner maka dilakukan pengujian kuesioner dalam penelitian ini menggunakan analisis SPSS versi 25.

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2006), uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Uji validitas diperoleh dengan cara mencari korelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05, karena taraf signifikan 0,05 mempunyai hubungan yang

signifikan terhadapkepuasan nasabah untuk mendapatkan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan bank syari'ah.

Menurut Lind (2007), pada umumnya tingkat signifikansi 0,05 dipilih untuk proyek-proyek penelitian konsumen, 0,01 untuk jaminan mutu dan 0,1 untuk poling politik. Taraf signifikansi (α) = 5% dalam pengujian validitas kuesioner dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel. Bila probabilitas dalam kolerasi kurang dari 0,05 (5%) maka instrumen tersebut dikatakan valid. Pertanyaan untuk suatu variabel dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* yaitu dengan cara mengkorelasikan butir-butir item dengan skor totalnya. Syarat untuk dianggap valid adalah nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

Korelasi *product moment* dihitung dengan rumus seperti yang dikemukakan oleh Faisal (2007)

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

Dimana:

r = koefisien korelasi

X = Skor variabel bebas

Y = Skor variabel terikat

n = jumlah responden

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2005), reabilitas adalah serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur itu dilakukan secara berulang. Uji kepercayaan merupakan tingkat kemampuan suatu alat ukur yang memberikan hasil yang sama jika alat ukur itu digunakan program komputer SPSS 25, dengan tingkat signifikansi 0,05 sehingga bila probabilitas r hitung \geq 0,6 berarti item tersebut telah reliabel. Pengujian menggunakan *cronbach's alpha* dengan rumus :

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

Dimana :

r = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

σ_b^2 = Jumlah varian butir

σ^2 = Varian total

I. Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode analisis yang bertujuan mendeskripsikan atau menjelaskan sesuatu hal seperti adanya (Irawan, 2004). Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik nasabah dan tanggapan mereka terhadap pelayanan yang diberikan BRI Syari'ah. Data-data yang diolah dengan analisis deskriptif ini kemudian akan ditampilkan dalam bentuk tabel.

2. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Menurut Rangkuti (2003) salah satu alat analisis yang dapat digunakan untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan adalah dengan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Metode ini merupakan suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan itu sendiri yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif. Adapun tahapan pengolahan dengan metode IPA adalah:

- a. Penentuan skor rata-rata atribut tingkat kepentingan dan pelaksanaan.

Rumus yang digunakan dalam tahap pertama ini adalah:

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

Dimana :

X = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan untuk atribut ke- i

Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan unntuk atribut ke- i

X = Jumlah skor tingkat pelaksanaan untuk atribut ke-i

Y = Jumlah skor tingkat kepentingan untuk atribut ke-i

- b. Penentuan skor rata-rata atribut pelayanan dan pelaksanaan secara keseluruhan.

Rumus yang digunakan adalah:

$$X_i = \frac{\sum X_i}{k} \quad \text{dan} \quad Y = \frac{\sum Y_i}{k}$$

Dimana:

X = Batas sumbu x (tingkat pelaksanaan)

Y = Batas sumbu y (tingkat kepentingan)

K = Banyaknya atribut pelayanan (k-22)

- c. Pemetaan Atribut

Pada tahapan ini rata-rata setiap atribut kemudian dipetakan ke dalam Diagram Kartesius dengan kemungkinan 4 posisi kuadran. Posisi setiap atribut tergantung kepada nilai rata-rata atribut. Penjelasan masing-masing kuadran tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Kuadran I (Prioritas Utama)

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

- 2) Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran pertahankan prestasi merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan pelaksanaan dari atribut-atribut tersebut telah sesuai dengan dirasakannya. Atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua atribut tersebut merupakan produk/jasa yang unggul di mata konsumen.

- 3) Kuadran III (Prioritas Rendah)

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

4) Kuadran IV (Prioritas Rendah)

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

3. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer Satisfaction Index (CSI) atau yang di kenal dengan indeks kepuasan konsumen merupakan metode yang menggunakan indeks atau mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan *atribut-atribut* tertentu. *Atribut* yang diukur dapat berbeda untuk masing-masing industri, bahkan untuk masing-masing perusahaan. Hal ini tergantung pada kebutuhan informasi yang ingin didapatkan perusahaan terhadap konsumen (Massnick, 1997). Terdapat empat langkah dalam perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)*, yaitu:

a. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*.

Nilai ini berasal dari rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tiap responden.

$$\text{MIS} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad \text{dan} \quad \text{MMS} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Dimana:

N = Jumlah Responden

Yi = Nilai Kepentingan Atribut ke-i

Xi = Nilai Kinerja Atribut ke-I

b. Membuat *Weight Factors* (WF)

Bobot ini merupakan presentasi nilai MIS per atribut terhadap soal MIS seluruh atribut.

$$Wfi = \frac{MISi}{\sum_{i=1}^P MISi} \times 100\%$$

Dimana:

P = jumlah atribut kepentingan (k=23)

I = atribut bauran pemasaran ke-i

c. Membuat *Weight Score* (WS)

Bobot ini merupakan perkalian antara *Weight Factor* (WF) dengan rata-rata tingkat kepuasan (*Mean Satisfaction Score* = MSS)

$$WSi = WFi \times MSSi$$

Dimana :

i = atribut bauran pemasaran ke-i

d. Menentukan *Costumer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^P WSi}{5} \times 100\%$$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah IAIN Purwokerto

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto merupakan pengembangan dan alih status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 139 tahun 2014 tentang Perubahan STAIN Purwokerto menjadi IAIN Purwokerto. Secara historis, STAIN Purwokerto juga merupakan alih status dari Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (1964-1994) dan Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang (1994-1997) yang berkedudukan di Purwokerto.

Secara embrional, IAIN Purwokerto diilhami oleh pidato Menteri Agama RI, Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, saat peresmian Sekolah Persiapan (SP) IAIN (sekarang menjadi MAN 1) yang antara lain mengharapkan kepada para pendiri SP IAIN agar usaha pendidikan formal tidak berhenti sampai tingkat Aliyah (SLTA) saja. Akan tetapi, pendidikan formal tersebut dilanjutkan dengan usaha mendirikan fakultas-fakultas agama, yang pada saatnya dapat dimasukkan ke dalam Institut Agama Islam Negeri (*Al-Djami'ah Al-Islamiyah Al-Hukumiyah*) Yogyakarta, sehingga dapat memberi kesempatan belajar lebih lanjut kepada lulusan SP IAIN khususnya, dan SLTA pada umumnya.

Ajakan Menteri Agama RI tersebut kemudian disambut oleh K.H. Muslich, yang ketika itu, selain sebagai ketua Yayasan Al-Hidayah, Pendiri SP IAIN, juga anggota DPRGR, Anggota MPRS, serta anggota Dewan Perancang Nasional, dengan mengajak tokoh-tokoh muslim Banyumas lainnya, antara lain: H.O.S. Noto Soewiryo (Kepala Pengawas Urusan Agama Karesidenan Purwokerto); Drs. Muzayyin Arifin (Ketua SP IAIN Purwokerto); K.H. Muchlis (Penghulu pada Kantor Urusan Agama di Purwokerto), dan Muhammad Hadjid (seorang pengusaha di Purwokerto) untuk mendirikan *Badan Wakaf Al-Djami'ah Sunan Kalijaga*. Tugas utama badan wakaf ini adalah mendirikan lembaga pendidikan tinggi agama di Purwokerto dengan segera.

Usaha keras Badan Wakaf yang diketuai oleh K.H. Muslich tersebut memperoleh simpati dan dukungan dari masyarakat luas. Oleh karenanya, pada 10 November 1962, Badan Wakaf *Al-Djami'ah* Sunan Kalijaga mendirikan Fakultas Tarbiyah *Al-Djami'ah* Sunan Kalijaga. Kemudian, pada tahun itu pula, 12 Desember 1962, Badan wakaf *Al-Djami'ah* Sunan Kalijaga secara resmi diakte-notariskan sebagai badan hukum yang mendirikan dan mengelola fakultas tersebut.

Setelah hampir dua tahun Fakultas Tarbiyah *Al-Djami'ah* Sunan Kalijaga Purwokerto berjalan, para pendiri yang dibantu para Residen Banyumas, melalui Rektor IAIN *Al-Djami'ah Al-Hukumiyah* Yogyakarta mengusulkan kepada Menteri Agama agar Fakultas Tarbiyah *Al-Djami'ah* Sunan Kalijaga Purwokerto dinegerikan.

Akhirnya, dengan Keputusan Menteri Agama Nomor 68 Tahun 1964 Tanggal 9 September 1964, Fakultas tersebut dinegerikan dan menginduk kepada IAIN *Al-Djami'ah Al-Hukumiyah* Yogyakarta, yang kemudian berubah namanya menjadi IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Serah terima penegerian Fakultas Tarbiyah Purwokerto sekaligus penggabungannya dengan IAIN Sunan Kalijaga dilakukan pada 3 Nopember 1964. Sejak saat itu, Fakultas Tarbiyah *Al-Djami'ah* Sunan Kalijaga Purwokerto resmi menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di Purwokerto.

Selanjutnya, atas dasar pertimbangan geografis dan efisiensi pembinaan teknis kewilayahan berdasarkan Keputusan Menteri Agama Nomor 385 Tahun 1993, Nomor 394 Tahun 1993, dan Nomor 408 Tahun 1993, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta di Purwokerto dilimpahkan dari IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta kepada IAIN Walisongo Semarang. Serah terima pengindukan dari IAIN Sunan Kalijaga kepada IAIN Walisongo itu baru bisa dilaksanakan pada 13 Desember 1994. Sejak saat itu, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Purwokerto berubah menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto.

Kemudian, dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri pada 21

Maret 1997, maka Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto, sebagai perguruan tinggi yang mandiri untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kualitas.

Perubahan status dari Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto ini memberi otonomi yang besar dan peluang yang banyak untuk mengembangkan potensi yang dimiliki STAIN Purwokerto sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan potensi civitas akademika, dengan cara membuka Jurusan dan Program Studi baru, serta melakukan penyempurnaan kurikulum dan melakukan reformasi dalam berbagai aspek.

Pada tahun 2012 STAIN Purwokerto membuka Pascasarjana Strata 2 (S-2) yaitu Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) dan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI). Berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 164 Tahun 2014 tentang Izin Penyelenggaraan Prodi, STAIN membuka program studi untuk Strata I (S-I) yaitu program studi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA) dan Manajemen Dakwah (MD).

Pada tahun 2014, status STAIN Purwokerto berubah dari SEKOLAH TINGGI menjadi INSTITUT. Perubahan status ini ditetapkan melalui Peraturan Presiden Nomor 139 tahun 2014. Seiring dengan alih status menjadi IAIN, terjadi penambahan 10 (sepuluh) program studi strata satu (S-1) baru berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 547 Tahun 2015 dan 4 program studi jenjang pascasarjana strata dua (S-2). Sampai saat ini IAIN Purwokerto mengelola 22 prodi S-1, 6 prodi S-2, dan 1 prodi Diploma III (TIPD Team IAIN Purwokerto, Akses 3/09/20).

Visi Misi dan Tujuan IAIN Purwokerto :

a. Visi :

“Unggul dan islami dalam mewujudkan masyarakat yang berkeadaban tahun 2039”

b. Misi :

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pengajaran yang unggul
- 2) Mengembangkan studi islam yang inklusif-integratif, dan

3) Mengembangkan nilai dan peradaban Islam Indonesia

c. Tujuan :

- 1) Menghasilkan lulusan yang profesional, berdaya saing, dan berakhlak mulia
- 2) Menghasilkan penelitian yang inovatif untuk kemajuan ilmu dan peradaban yang islami, dan
- 3) Membumikan nilai-nilai Islam transformatif dalam kehidupan masyarakat.

2. Kerjasama BRI Syari'ah dengan IAIN Purwokerto

Perjanjian kerjasama antara PT Bank BRISyari'ah dengan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto tentang Pembuatan Kartu BRIS dengan desain khusus (*CO-BRANDING*). Nomor. 103/BRIS-PWK/06-2016.

IAIN Purwokerto mengeluarkan KTM yang berfungsi sebagai ATM ini bekerjasama dengan BRI Syari'ah, dimana hal-hal ini menerangkan sebagai berikut :

- a. Pihak pertama adalah badan hukum berbentuk perseroan terbatas yang bergerak di dalam bidang-bidang Jasa Perbankan dengan menjalankan prinsip syari'ah berdasarkan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah.
- b. Pihak kedua adalah suatu Lembaga Pendidikan Islam Terpadu yang didirikan berdasarkan pada ketentuan perundangan-undangan di Negara RI dan menjalankan kegiatannya di bidang pendidikan.
- c. Para pihak sepakat melakukan kerjasama pembuatan dan penggunaan kartu BRIS *Co-Branding* untuk digunakan oleh pemegang kartu yaitu Mahasiswa/Mahasiswi IAIN Purwokerto.
- d. Bahwa perjanjian ini diselenggarakan berdasarkan kebutuhan, manfaat dan dalam batas kemampuan masing-masing pihak serta tidak bertentangan dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Untuk meknisme kerjasama, dijelaskan pada pasal 3 yang terdapat dalam surat perjanjian yang dikeluarkan oleh BRIS kepada IAIN Purwokerto, para

pihak sepakat mekanisme kerjasama berkenaan dengan penerbitan kartu BRIS *Co-Branding* berdasarkan perjanjian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pihak kedua mewajibkan mahasiswa/i untuk membuka rekening tabungan *Co-Branding* di kantor cabang pihak pertama dengan memenuhi persyaratan dan ketentuan yang berlaku pada umumnya di pihak pertama.
- b. Mahasiswa/i yang telah memenuhi persyaratan pembukaan rekening tabungan *Co-Branding* sebagaimana dimaksud pada butir pasal ini akan mendapatkan kartu BRIS *Co-Branding* yang diterbitkan oleh pihak pertama.
- c. Pihak kedua wajib memberitahukan bahwa mahasiswa/i selaku nasabah pihak pertama melakukan penyetoran awal pada rekening tabungan *Co-Branding* sebesar Rp. 50.000,- (lima puluh ribu rupiah) dengan saldo mengendap sebesar Rp. 50.000,- (lima puluh ribu rupiah).
- d. Pihak kedua wajib memberikan segala data dan keterangan yang diketahuinya tentang pemegang kartu maupun pemilik tabungan *Co-Branding* apabila diminta oleh pihak pertama.

B. Hasil Penelitian dan Analisis Data

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Purwokerto angkatan 2016-2019 karena merupakan nasabah BRI Syari'ah. Gambaran umum responden menjelaskan karakter responden berdasarkan jenis kelamin dan tahun angkatan. Karakteristik responden diperoleh dari jawaban responden dari kuesioner yang telah disebarkan kepada mahasiswa (responden). Gambaran umum responden dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1

Gambaran Umum Responden

No	Karakteristik Responden	Klasifikasi	Jumlah	
			Angka	Presentase (%)
1.	Jenis kelamin	Pria	19	18,6%
		Wanita	83	81,4%
2	Tahun angkatan	2016	61	59,8%
		2017	23	22,5%
		2018	5	4,9%
		2019	13	12,7%

Sumber : Data Primer, diolah (2020)

Data penelitian diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada seluruh responden yang berjumlah 100 mahasiswa. Hasil kuesioner dapat dilihat pada tabel. Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa responden perempuan lebih banyak dibanding laki-laki. Responden perempuan sebanyak 81,4%, sedangkan responden laki-laki sebanyak 18,6%. Ditinjau dari tahun angkatan responden, nampak bahwa tahun angkatan 2016 adalah responden terbanyak sebanyak 59,8%, yang kemudian diikuti tahun angkatan 2017 sebanyak 22,5%, lalu 2019 sebanyak 12,7% dan tahun angkatan 2018 menjadi jumlah paling sedikit dengan jumlah 4,9%.

2. Hasil Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2005), uji validitas digunakan untuk mengukur validitas suatu kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur tersebut untuk mengukur sesuatu yang diukur. Hal ini dilakukan dengan cara mengujinya dengan mengkorelasikan tiap-tiap atribut terhadap total seluruh atribut yang ada. Apabila secara statistik signifikan maka atribut tersebut valid dan sebaliknya jika tidak signifikan maka atribut tersebut tidak digunakan dalam penelitian atau tidak valid (Ghozali, 2005). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam pengujian validitas ini, yang menjadi dasar pengambilan keputusan adalah dengan cara membandingkan koefisien korelasi r hitung dengan r tabel. Untuk *degree of freedom* (df) = N-2, kemudian dalam hal ini (N) adalah jumlah sampel (Imam Ghozali, 2018). Suatu indikator dikatakan valid jika, $df = N - 2$, $df = 101 - 2 = 99$ dengan tingkat signifikan (α) = 0,05, maka df ke-99 didapat nilai r tabel = 0.1956, dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika nilai r hitung > r tabel, dan nilainya positif maka instrumen pernyataan tersebut dapat dikatakan valid.
- 2) Jika nilai r hitung < r tabel, maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

Dibawah ini merupakan olahan SPSS versi 25 uji validitas instrumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja dan Kepentingan

No	Atribut	rhitung Tingkat Kinerja (x)	Rhitung Tingkat Kepentingan (y)	r tabel Product Moment	Uji Validitas
1	Ruang tunggu yang nyaman	0,871	0,579	0,195	Valid
2	Tersedia kotak saran dan kritik	0,731	0,630	0,195	Valid
3	Penampilan pegawai profesional	0,804	0,803	0,195	Valid
4	Tersedia brosur	0,728	0,638	0,195	Valid
5	Pelayanan cepat	0,838	0,858	0,195	Valid
6	Mudah dimengerti dalam menyampaikan penjelasan terkait promo	0,799	0,841	0,195	Valid

7	Pengetahuan pegawai	0,858	0,847	0,195	Valid
8	Tanggap dalam keluhan nasabah	0,829	0,843	0,195	Valid
9	Menjalin komunikasi intens dengan nasabah	0,836	0,852	0,195	Valid
10	Kesiapan melayani nasabah	0,900	0,900	0,195	Valid
11	Cepat dalam merespon nasabah	0,868	0,908	0,195	Valid
12	Kerahasiaan data nasabah	0,764	0,715	0,195	Valid
13	Aman dalam melakukan transaksi	0,809	0,817	0,195	Valid
14	Kemudahan dalam memperoleh informasi	0,840	0,856	0,195	Valid
15	Memberikan perhatian secara individu	0,749	0,544	0,195	Valid
16	Kepekaan memperhatikan saran dan kritik	0,816	0,849	0,195	Valid
17	Pelayanan tidak membedakan status	0,782	0,873	0,195	Valid

Sumber : Data Primer, diolah (2020)

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa hasil perhitungan uji validitas masing-masing item pernyataan mempunyai r hitung yang lebih besar daripada r tabel. Dari hasil tersebut, bahwa data pada atribut tingkat kinerja (X) dan atribut tingkat kepentingan (Y) dinyatakan valid, maka kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini dapat diikutsertakan pada analisis selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan konsistensi dari alat ukur yang digunakan atau sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan

diandalkan. Untuk menguji keadaan (reliabel) suatu pernyataan dengan menggunakan teknik uji *Cronbach Alpha* (α) untuk tiap atribut melalui program SPSS, dengan derajat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$), dan $df = N-2$, maka kriteria pengujiannya sebagai berikut :

- 1) Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka dapat dikatakan reliabel.
- 2) Jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka dapat dikatakan tidak reliabel.

Hasil uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.3

Data Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

No	Atribut	Nilai hitung <i>Cronbach Alpha</i>	Nilai r tabel	Uji Reliabilitas
1	Tingkat Kinerja	0,967	0,195	Reliabel
2	Tingkat Kepentingan	0,961	0,195	Reliabel

Sumber : Data Primer, diolah (2020)

Dari hasil pengujian realibilitas di atas, maka dapat disimpulkan bahwa atribut kinerja dan atribut kepentingan dinyatakan reliabel. Karena berdasarkan keterangan masing-masing atribut nilai r alpha $>$ nilai r tabel, sehingga seluruh atribut penelitian dinyatakan reliabel.

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

a. Analisis Tingkat Kesesuaian Atribut

Pada penelitian ini terdapat perbandingan antara dua sub variabel yaitu tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Tingkat kesesuaian mempunyai arti yaitu hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Yola, 2013).

Tabel 4.4

Hasil Perhitungan IPA

No	Atribut	Tingkat kepentingan (Hi)	Tingkat kinerja (Ki)	Tingkat kesesuaian (Tki)%	Rata-rata Hi (Yi)	Rata-rata Ki (Xi)
1	Ruang tunggu yang nyaman	436	412	94,50	4,32	4,08
2	Tersedia kotak saran dan kritik	387	375	96,90	3,83	3,71
3	Penampilan pegawai profesional	444	415	93,47	4,40	4,11
4	Tersedia brosur	407	398	97,79	4,03	3,94
5	Pelayanan cepat	440	394	89,55	4,36	3,90
6	Mudah dimengerti dalam menyampaikan penjelasan terkait promo	428	392	91,59	4,24	3,88
7	Pengetahuan pegawai	456	403	88,38	4,51	3,99
8	Tanggap dalam keluhan nasabah	442	407	89,25	4,38	4,03
9	Menjalin komunikasi intens dengan nasabah	409	379	92,08	4,05	3,75
10	Kesiapan melayani nasabah	441	418	92,67	4,37	4,14
11	Cepat dalam merespon nasabah	450	410	94,78	4,46	4,06
12	Kerahasiaan data nasabah	467	430	91,11	4,62	4,26
13	Aman dalam melakukan transaksi	463	430	92,08	4,58	4,26
14	Kemudahan dalam memperoleh informasi	437	400	91,53	4,33	3,96

15	Memberikan perhatian secara individu	386	369	95,60	3,82	3,65
16	Kepekaan memperhatikan saran dan kritik	408	385	94,36	4,04	3,81
17	Pelayanan tidak membedakan status	452	407	90,04	4,48	4,03
Rata-rata				92,90	4,28	3,97

Sumber : Data Primer, diolah (2020)

Berdasarkan perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, tingkat kesesuaian yang memiliki nilai terbesar 97,78% pada atribut tersedia brosur. Hal ini dikarenakan kinerja atribut tersedia brosur sudah sangat baik, yaitu BRI Syariah sudah menyediakan brosur yang diharapkan nasabah. Tingkat kesesuaian yang memiliki nilai terkecil diperoleh hasil 88,38% yaitu atribut pengetahuan pegawai. Hal ini dikarenakan pegawai BRI Syariah memiliki pengetahuan yang kurang menurut nasabah dan nasabah menganggap atribut ini kurang baik dan perlu ditingkatkan. Hasil rata-rata tingkat kesesuaian atribut yaitu, sebesar 92,90% masuk ke dalam kategori tingkat kesesuaian yaitu “sangat sesuai”. Hal ini menunjukkan tingkat kesesuaian masuk ke dalam tingkat “sangat sesuai”. Menurut Sukardi dan Cholidis (2006), jika nilai dari tingkat kesesuaian mendekati 100% dan berada di atas rata-rata maka dapat dikatakan tingkat kesesuaian sudah baik. Kategori tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dapat dilihat dari kriteria kesesuaian yang terdapat pada tabel 4.5

Tabel 4.5

Kategori Tingkat Kesesuaian Kepentingan terhadap Kinerja

Tingkat Kesesuaian	Kisaran Kesesuaian (%)
Sangat sesuai	80-100
Sesuai	70-79

Cukup sesuai	60-69
Kurang sesuai	50-59
Tidak sesuai	40-49

Sumber : Indrawinangsih dan Sudaryanto (2007)

Skor rata-rata tingkat kinerja tiap atribut merupakan dasar untuk menentukan tingkat kinerja kualitas pelayanan BRI Syari'ah sudah baik atau belum pada atribut tersebut. Hal ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai skor rata-rata kinerja tiap atribut (X). Rata-rata kepentingan atribut merupakan dasar untuk menentukan tingkat kepentingan pada atribut tersebut, yaitu membandingkan nilai skor rata-rata kepentingan tiap atribut (Y).

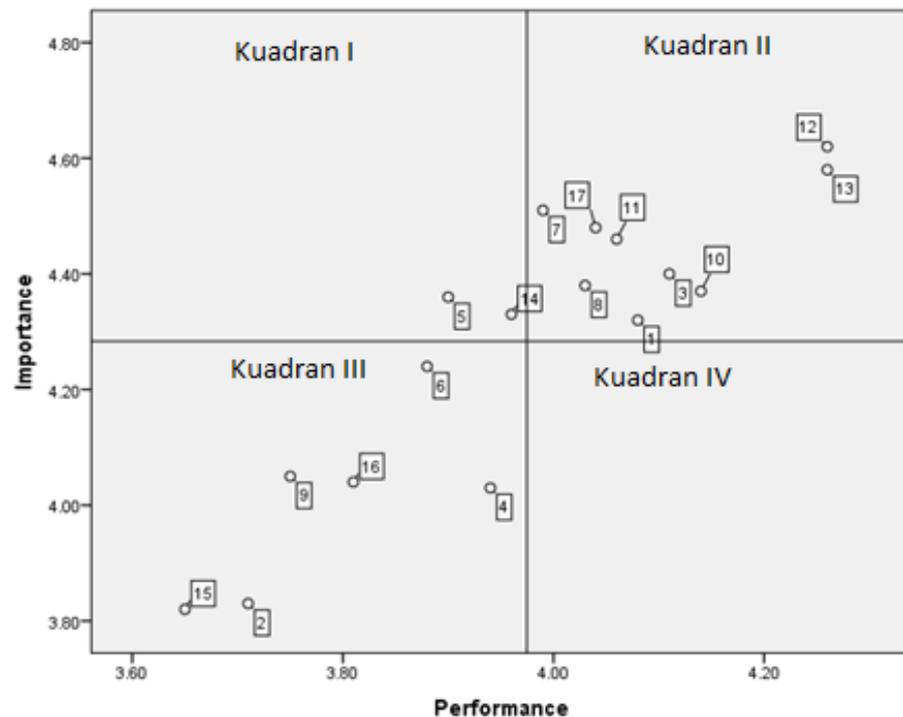
Hasil perhitungan rata-rata seluruh atribut tingkat kinerja (X) diperoleh nilai sebesar 3,97, sedangkan hasil perhitungan rata-rata kepentingan (Y) diperoleh sebesar 4,28. Nilai tersebut digunakan sebagai pembagi pembagi dalam diagram *Importance Performance Analysis* menjadi empat bagian kuadran yaitu kuadran I prioritas utama, kuadran II pertahankan prestasi, kuadran III prioritas rendah serta kuadran IV berlebihan (Supranto, 2006).

b. Analisis Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu diagram yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y) dengan X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diagram kartesius digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, apakah terletak pada posisi yang harus diperbaiki atau terletak pada posisis dipertahankan (Supranto, 2006). Adapun letak masing-masing atribut pada setiap kuadran dalam diagram kartesius terlihat pada Gambar 1.2. Diagram kartesius pada Gambar 1.2 menjelaskan posisi masing-masing atribut yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terbagi ke dalam empat kuadran.

Gambar 4.1

Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis*



Keterangan :

1. Ruang tunggu yang nyaman
2. Tersedia kotak saran dan kritik
3. Penampilan pegawai profesional
4. Tersedia brosur
5. Pelayanan cepat
6. Mudah dimengerti dalam menyampaikan penjelasan terkait promo
7. Pengetahuan pegawai
8. Tanggap dalam keluhan nasabah
9. Menjalin komunikasi intens dengan nasabah
10. Kesiapan melayani nasabah
11. Cepat dalam merespon nasabah
12. Kerahasiaan data nasabah
13. Aman dalam melakukan transaksi
14. Kemudahan dalam memperoleh informasi

15. Memberikan perhatian secara individu
16. Kepekaan memperhatikan saran dan kritik
17. Pelayanan tidak membedakan status

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

1) Kuadran I (Prioritas Utama)

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

Terdapat 2 atribut yang termasuk dalam kuadran I antara lain, pelayanan cepat, nasabah menganggap atribut ini penting namun pada kenyataannya Bank masih harus meningkatkan kinerja pada atribut ini. Lalu atribut selanjutnya adalah atribut kemudahan memperoleh informasi, nasabah menganggap penting atribut ini namun Bank masih belum bisa memenuhi harapan nasabah yang artinya kinerja pada atribut ini masih harus ditingkatkan.

2) Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran pertahankan prestasi merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dan pelaksanaan dari atribut-atribut tersebut telah sesuai dengan dirasakannya. Atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran ini harus

tetap dipertahankan karena semua atribut tersebut merupakan produk/jasa yang unggul di mata konsumen.

Pada gambar di atas terdapat 9 atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini antara lain ruang tunggu yang nyaman, penampilan pegawai profesional, pengetahuan pegawai, tanggap dalam keluhan nasabah, kesiapan melayani nasabah, cepat dalam merespon nasabah, aman dalam melakukan transaksi, kerahasiaan data nasabah, dan pelayanan tidak membedakan status.

3) Kuadran III (Prioritas Rendah)

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

Terdapat 6 atribut yang termasuk dalam kuadran ini antara lain tersedia 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.

4) Kuadran IV (Berlebihan)

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

Pada kuadran ini, tidak ada atribut yang termasuk di dalamnya. Itu artinya nasabah menganggap tidak ada atribut yang tidak penting, hanya saja Bank harus meningkatkan kinerja dari beberapa atribut.

4. Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut-atribut kualitas produk yang diukur. Nilai dari CSI berbanding lurus dengan besarnya rata-rata skor kepentingan dan skor kinerja, sehingga apabila rata-rata skor kepentingan dan kinerja ditingkatkan maka akan berpengaruh terhadap peningkatan nilai CSI (Aritonang, 2005). Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dapat dilihat pada Tabel 1.11

Tabel 4.6
Hasil Perhitungan CSI

No	Atribut	Rata-rata Skor Kepentingan (MISi)	Weighted Factor (WF)	Rata-rata Skor Kinerja (MSSi)	Weighted Score (WS)
1	Ruang tunggu yang nyaman	4,32	0,06	4,08	0,24
2	Tersedia kotak saran dan kritik	3,38	0,05	3,71	0,20
3	Penampilan pegawai profesional	4,40	0,06	4,11	0,25
4	Tersedia brosur	4,03	0,06	3,94	0,22
5	Pelayanan cepat	4,36	0,06	3,90	0,23
6	Mudah dimengerti dalam menyampaikan penjelasan terkait promo	4,24	0,06	3,88	0,23
7	Pengetahuan pegawai	4,51	0,06	3,99	0,25

8	Tanggap dalam keluhan nasabah	4,38	0,06	4,03	0,24
9	Menjalin komunikasi intens dengan nasabah	4,05	0,06	3,75	0,21
10	Kesiapan melayani nasabah	4,37	0,06	4,14	0,25
11	Cepat dalam merespon nasabah	4,46	0,06	4,06	0,25
12	Kerahasiaan data nasabah	4,62	0,06	4,26	0,27
13	Aman dalam melakukan transaksi	4,58	0,06	4,26	0,27
14	Kemudahan dalam memperoleh informasi	4,33	0,06	3,96	0,24
15	Memberikan perhatian secara individu	3,82	0,05	3,65	0,19
16	Kepekaan memperhatikan saran dan kritik	4,04	0,06	3,81	0,21
17	Pelayanan tidak membedakan status	4,48	0,06	4,03	0,25
Jumlah Total		4,28	1,00	3,97	3,98
CSI = (Weighted Score Total : 5) x 100% = 79%					

Sumber : data Primer, diolah (2020)

Atribut-atribut yang perlu diperbaiki menurut hasil CSI adalah tersedia kotak saran dan kritik, tersedia brosur, Mudah dimengerti dalam menyampaikan penjelasan terkait promo, menjalin komunikasi intens dengan nasabah, memberikan perhatian secara individu, kepekaan memperhatikan saran dan

kritik. Apabila dihubungkan dengan IPA, nilai CSI yang belum mencapai 100% bisa diakibatkan karena adanya atribut-atribut kepuasan konsumen yang berada pada kuadran I yang merupakan prioritas utama untuk diperbaiki serta kuadran III yang menjadi prioritas kedua dalam hal perbaikan kinerja. Atribut-atribut yang tertelat pada kuadran II juga harus dipertahankan agar kualitas kinerjanya tidak turun dan menyebabkan penurunan nilai CSI.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 101 responden untuk mengetahui Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan BRI Syari'ah dengan Metode CSI, diperoleh hasil sebesar 29% yang berarti pada kisaran antara 66,00-80,00. Berdasarkan hasil CSI tersebut, maka kualitas pelayanan pada BRI Syari'ah tersebut merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan selama ini.

Meskipun berdasarkan hasil CSI menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada BRI Syari'ah dikategorikan puas, namun berdasarkan penelitian dengan menggunakan metode IPA, masih ada beberapa atribut kualitas pelayanan yang harus diperbaiki agar pelayanan yang diberikan BRI Syari'ah kepada nasabah dapat tetap mempertahankan kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanannya. Perbaikan atribut yang dihasilkan melalui analisis IPA diharapkan dapat meningkatkan nilai CSI. Menurut Muharastri (2008) bahwa nilai CSI dapat ditingkatkan dengan melakukan perbaikan pada kinerja atribut dari hasil IPA. Perbaikan atribut yang diperoleh melalui IPA diharapkan dapat meningkatkan nilai CSI hingga 100%.

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, Jogiyanto. 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 Cangkuang 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 Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang ICOSA, 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 Syariah (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.
- Siyamto, Yudi. 2017. “Kualitas Pelayanan 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.
- Wirnyaningsih, 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.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 :

KUESIONER

KUESIONER PENELITIAN

**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 IAIN Purwokerto Angkatan 2016-2019)

Kepada Yth.

Saudara/I.....

Assalam 'alaikum Wr Wb.

Dengan hormat,

Saya Febria Ningtyas Putri Hidayat mahasiswa semester 8 Program Studi Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto memohon kesediaan Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini guna mengumpulkan data penelitian dalam rangka penyelesaian tugas akhir skripsi di Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, jurusan Perbankan Syari'ah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan bank BRI Syari'ah. Untuk itu saya mengharapkan ketulusan dan kerelaan Saudara/I untuk menjawab pernyataan dalam kuesioner ini.

Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/I dalam mengisi kuesioner ini saya mengucapkan terima kasih.

Waassalamu 'alaikum Wr. Wb

Hormat Saya,

Febria Ningtyas Putri Hidayat
NIM. 1617202013

***:wajib diisi**

A. Identitas Diri

1. Nama* :
2. Jenis Kelamin* : Laki-laki / Perempuan
3. Tahun Angkatan* :

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Kuesioner Bagian 1.

Penilaian Kepentingan Kualitas Pelayanan Bank BRI Syari'ah oleh Nasabah

Keterangan :

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

Pertanyaan	Tingkat Kepentingan (<i>Importance</i>)				
	STP	TP	CP	P	SP
Berwujud (<i>Tangibles</i>)					
1. Ruang tunggu yang nyaman*					
2. Tersedia kotak saran dan kritik*					
3. Tersedia brosur*					
4. Penampilan pegawai profesional*					
Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
1. Pelayanan cepat*					
2. Mudah dimengerti dalam menyampaikan penjelasan terkait promo*					
3. Pengetahuan pegawai*					
Ketanggapan (<i>Responsive</i>)					
1. Tanggap terhadap keluhan nasabah*					
2. Menjalinkan komunikasi intens dengan nasabah*					

3. Kesiapan melayani nasabah*					
4. Cepat merespon nasabah*					
Jaminan dan Kepastian (<i>Assurance</i>)					
1. Kerahasiaan data nasabah*					
2. Merasa aman melakukan transaksi*					
Empati (<i>Emphaty</i>)					
1. Kemudahan memperoleh informasi*					
2. Memberikan perhatian secara individu*					
3. Kepekaan memperhatikan saran dan kritik*					
4. Pelayanan tidak membedakan status*					

2. Kuesioner bagian 2

Penilaian Kualitas Pelayanan Bank BRI Syari'ah oleh Nasabah

Keterangan :

1 : Sangat Buruk (SBr)

2 : Buruk (Br)

3 : Cukup (C)

4 : Baik (Ba)

5 : Sangat Baik (Sba)

Pertanyaan	Tingkat Kualitas Pelayanan (<i>Performance</i>)				
	SBr	Br	C	Ba	Sba
Berwujud (<i>Tangibles</i>)					
5. Ruang tunggu yang nyaman*					
6. Tersedia kotak saran dan kritik*					
7. Tersedia brosur*					
8. Penampilan pegawai profesional*					
Kehandalan (<i>Reliability</i>)					
4. Pelayanan cepat*					

5. Mudah dimengerti dalam menyampaikan penjelasan terkait promo*					
6. Pengetahuan pegawai*					
Ketanggapan (<i>Responsive</i>)					
5. Tanggap terhadap keluhan nasabah*					
6. Menjalinkan komunikasi intens dengan nasabah*					
7. Kesiapan melayani nasabah*					
8. Cepat merespon nasabah*					
Jaminan dan Kepastian (<i>Assurance</i>)					
3. Kerahasiaan data nasabah*					
4. Merasa aman melakukan transaksi*					
5. Bank memiliki citra yang positif*					
6. Mampu memberikan kepercayaan*					
Empati (<i>Empathy</i>)					
5. Kemudahan memperoleh informasi*					
6. Memberikan perhatian secara individu*					
7. Kepekaan memperhatikan saran dan kritik*					
8. Pelayanan tidak membedakan status*					

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 2 :

TABULASI

Hasil Tabulasi Atribut Kinerja (X)

No	X1 Kinerja				X2 Kinerja			X3 Kinerja				X4 Kinerja		X5 Kinerja				TOTAL X
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	63
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	62
5	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	21
6	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	3	50
7	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	82
8	5	3	5	5	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	3	5	3	73
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
10	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	66
11	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	56
12	5	5	4	5	3	5	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	67
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
14	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	65
15	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	83
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	70
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	84
18	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	57
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
20	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	81
21	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	67
22	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	78
23	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	5	5	5	4	4	5	69
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	67
25	4	3	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	72
26	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	79
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	79
28	3	2	3	4	2	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	51
29	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	78
30	2	1	1	1	3	2	1	4	2	2	1	1	2	3	1	1	4	32
31	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	83
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	69

33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
34	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	5	4	3	3	3	3	60
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
37	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	79
38	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	58
39	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	62
40	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	81
41	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	5	5	5	3	3	3	3	59
42	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	83
43	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	74
44	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	64
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
46	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
47	5	3	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	77
48	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	76
49	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	65
50	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	68
51	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	71
52	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	54
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
54	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	5	5	3	3	2	4	60
55	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	63
56	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	65
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	46
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
59	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	34
60	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	66
61	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	70
62	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	61
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
64	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5	4	3	4	5	76
65	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	72
66	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	1	4	4	72
67	3	3	3	4	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	50
68	5	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	59
69	5	5	2	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	77
70	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	79
71	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	80
72	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	63
73	3	5	5	5	4	3	4	3	4	5	4	5	5	4	3	4	3	69

74	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	76
75	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	62
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
77	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
78	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	78
79	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	76
80	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	3	3	4	3	64
81	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	72
82	5	3	3	4	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	71
83	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	71
84	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	64
85	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	80
86	3	4	4	4	5	3	5	3	3	4	4	3	3	5	3	4	5	65
87	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	66
88	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	82
89	3	4	5	3	5	3	3	5	3	5	5	3	5	5	3	4	4	68
90	3	4	4	4	3	2	3	3	2	4	3	5	5	4	3	3	3	58
91	5	3	5	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	73
92	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	80
93	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	78
94	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	72
95	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	73
96	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	56
97	3	1	3	3	1	4	3	2	1	1	1	4	4	2	1	2	4	40
98	3	2	3	2	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	54
99	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	77
100	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	67
101	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	81

Hasil Tabulasi Kepentingan (Y)

No	Y1 Kepentingan				Y2 Kepentingan			Y3 Kepentingan				Y4 Kepentingan		Y5 Kepentingan				TOTAL LY
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
3	4	3	4	2	5	4	5	5	2	4	4	5	5	5	2	3	5	67
4	4	5	4	4	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	3	4	4	74
5	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	23
6	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	84
7	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	81

8	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	79
9	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	69
10	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	1	3	3	60
11	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	57
12	4	3	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	35
13	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
14	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	69
15	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	82
16	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	82
17	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	80
18	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	56
19	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	70
20	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	82
21	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	71
22	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	77
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	69
25	4	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	78
26	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	5	78
27	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	83
28	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	81
29	4	5	4	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	4	3	3	4	71
30	1	2	2	1	1	2	4	1	1	1	2	5	4	2	4	2	1	36
31	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	82
32	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	80
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
34	5	2	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	72
35	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	77
36	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	79
37	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	82
38	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	84
39	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	79
40	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	84
41	4	3	4	3	5	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	71
42	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	82
43	5	4	2	1	5	3	4	5	4	5	5	4	4	4	3	3	5	66
44	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	71
45	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	53
46	5	4	5	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	79
47	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	78
48	5	3	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	76

49	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	70	
50	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	68
51	4	3	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	69	
52	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	57
53	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	75	
54	5	3	5	3	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	75
55	5	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	2	4	5	76
56	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5	71
57	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
58	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	75
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
60	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	82
61	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	79
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
63	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	84
64	4	4	5	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	5	4	3	3	5	73
65	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	73
66	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	1	5	5	80
67	3	2	4	4	2	2	3	3	2	2	3	4	4	4	3	3	2	3	49
68	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	73
69	4	4	4	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	73
70	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	82
71	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	81
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
74	4	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	76
75	3	4	5	3	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	73
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	70
77	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	84
78	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	77
79	3	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	5	72
80	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	78
81	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	80
82	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	68
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	84
84	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	63
85	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	81
86	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	77
87	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	66
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85
89	4	4	5	3	5	4	4	5	4	5	5	3	5	3	3	3	4	4	69

90	4	4	4	4	2	2	4	4	2	4	3	5	5	4	3	3	3	60
91	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	77
92	5	4	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	77
93	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	79
94	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	80
95	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	80
96	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	4	74
97	4	1	4	3	1	3	3	3	1	1	1	5	4	2	1	1	3	41
98	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	62
99	5	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	3	4	4	76
100	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	81
101	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	81



Y.10	Pearson Correlation	.533**	.553**	.709**	.487**	.777**	.696**	.783**	.818**	.774**	1	.881**	.542**	.691**	.735**	.408**	.796**	.811**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.11	Pearson Correlation	.491**	.525**	.701**	.509**	.879**	.712**	.762**	.787**	.784**	.881**	1	.619**	.741**	.753**	.435**	.719**	.806**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.12	Pearson Correlation	.314**	.366**	.607**	.454**	.574**	.562**	.716**	.594**	.505**	.542**	.619**	1	.803**	.618**	.341**	.485**	.600**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y.13	Pearson Correlation	.402**	.420**	.729**	.477**	.660**	.646**	.752**	.708**	.600**	.691**	.741**	.803**	1	.748**	.362**	.584**	.722**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000

Y.17	Pearson Correlation	.510**	.465**	.634**	.495**	.794**	.706**	.731**	.764**	.737**	.811**	.806**	.600**	.722**	.744**	.416**	.718**	1	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.579**	.630**	.803**	.638**	.858**	.841**	.847**	.843**	.852**	.900**	.908**	.715**	.817**	.856**	.544**	.849**	.873**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101

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

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

Uji Reliabilitas Kinerja (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.967	.967	17

WOKERTO

Uji Reliabilitas Kepentingan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.961	.961	17



Lampiran 4 :

SERTIFIKAT PPL

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

IAIN PURWOKERTO

Sertifikat

No. : 0911/In.17/D.FEBI/PP.009/VI/2020

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Febria Ningtyas Putri Hidayat
NIM : 1617202013

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto Pada Semester Genap 2019/2020 di :

Bank Syariah Mandiri KC Purbalingga

Periode Bulan Desember 2019 sampai dengan Maret 2020 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai A. Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munaqosyah/Skripsi.

Mengetahui,
Dean
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Purwokerto, 9 Juni 2020
Kepala Laboratorium FEBI

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

H. Sochimuly, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 5 :

SERTIFIKAT KKN

SERTIFIKAT

Nomor: 132/K.LPPM/KKN.45/05/2020

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menyatakan bahwa :

Nama : FEBRIA NINGTYAS PUTRI HIDAYAT
NIM : 1617202013
Fakultas / Prodi : FEBI / PS

TELAH MENGIKUTI

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-45 IAIN Purwokerto Tahun 2020
dan dinyatakan LULUS dengan Nilai 88 (A).

Purwokerto, 18 Mei 2020
Ketua LPPM
Dr. H. Ansori, M.Ag.
NID. 196504071992031004

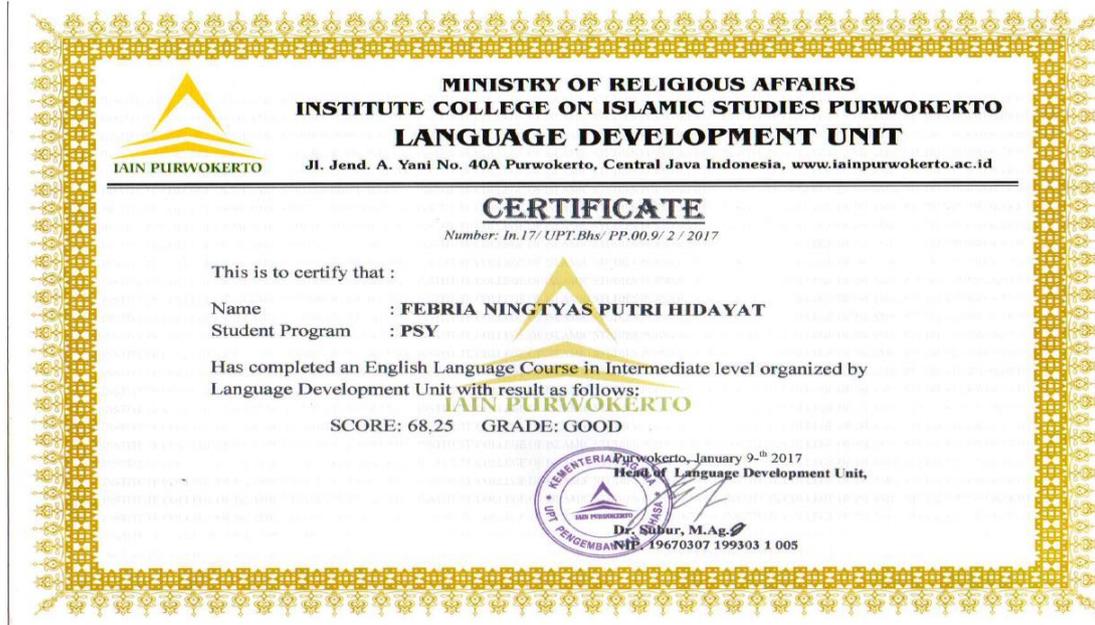


IAIN PURWOKERTO

Lampiran 6 :

SERTIFIKAT PENGEMBANGAN BAHASA

Bahasa Inggris

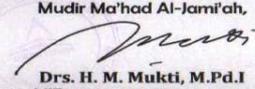


Bahasa Arab



Lampiran 7 :

SERTIFIKAT BTA PPI

 IAIN PURWOKERTO	<p>KEMENTERIAN AGAMA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO UPT MA'HAD AL-JAMI'AH Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id</p>										
<h1>SERTIFIKAT</h1> <p>Nomor: In.17/UPT.MAJ/Sti.006/0010/2017</p> <p>Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:</p> <h2><u>FEBRIA NINGTYAS P.H</u></h2> <p>1617202013</p> <p>Sebagai tanda mahasiswa bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).</p> <p>Purwokerto, 24 Agustus 2017 Mudir Ma'had Al-Jami'ah,  Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I NIP. 19570521 198503 1 002</p>											
<table border="1"><thead><tr><th>MATERI UJIAN</th><th>NILAI</th></tr></thead><tbody><tr><td>1. Tes Tulis</td><td>76</td></tr><tr><td>2. Tartil</td><td>70</td></tr><tr><td>3. Kitabah</td><td>75</td></tr><tr><td>4. Praktek</td><td>70</td></tr></tbody></table> <p>NO. SERI: MAJ-G2-2017-381</p>	MATERI UJIAN	NILAI	1. Tes Tulis	76	2. Tartil	70	3. Kitabah	75	4. Praktek	70	
MATERI UJIAN	NILAI										
1. Tes Tulis	76										
2. Tartil	70										
3. Kitabah	75										
4. Praktek	70										

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 8 :

SERTIFIKAT APLIKOM

SERTIFIKAT

APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. (0291-855624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53128



IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/707/MI/2020

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

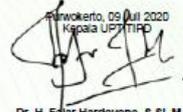
MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	80 / B+
Microsoft Excel	90 / A
Microsoft Power Point	100 / A

Diberikan Kepada:
FEBRIA NINGTYAS PUTRI HIDAYAT
NIM: 1617202013
Tempat / Tgl. Lahir: Purbalingga, 20 Februari 1998

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan LULUS Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program Microsoft Office® yang telah diselenggarakan oleh UPT-TIPD IAIN Purwokerto pada tanggal 16-02-2017.



Purwokerto, 09 Juni 2020
Kepala UPT-TIPD

Dr. H. Fajar Hardiyono, S.Si, M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 9 :

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Febria Ningtyas Putri Hidayat
2. NIM : 1617202013
3. Tempat/Tgl lahir : Purbalingga, 20 Februari 1998
4. Alamat : Jalan Raya Inpres RT 005/002 Kelurahan
Tengah, Kecamatan Kramatjati, Jakarta Timur,
DKI Jakarta 13540
5. Nama Ayah : Heri Hidayat
6. Nama Ibu : Marlin Revolusi Yanti

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD : SDIT Al-Bariyyah Jakarta Timur
 - b. SMP : MTs Negeri 6 Jakarta Timur
 - c. SMA : SMA Muhammadiyah 4 Jakarta Timur
 - d. S.1 (2016) : IAIN Purwokerto
2. Pendidikan Non Formal
Pondok Pesantren Roudlotul 'Ulum, Karangsalam Kidul

C. Pengalaman Organisasi

1. Himpunan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syari'ah Periode 2018-2019
2. Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Periode 2019-2020

Purwokerto, 29 September 2020



Febria Ningtyas P. H