

**PENGARUH PELAYANAN *COMPLAINT HANDLING* DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP CITRA PT. BANK SUMUT KCP SYARIAH HM
YAMIN MEDAN**

Oleh:

DWI SAKINAH

NIM. 0503173232

Program Studi:

PERBANKAN SYARIAH



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA MEDAN

2021

**PENGARUH PELAYANAN *COMPLAINT HANDLING* DAN KUALITAS
LAYANAN TERHADAP CITRA PT. BANK SUMUT
KCP SYARIAH HM YAMIN MEDAN**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat Guna
Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) Pada Program Studi Perbankan
Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara**

Oleh:

DWI SAKINAH

NIM. 0503173232

Program Studi:

PERBANKAN SYARIAH



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

2021

PENGESAHAN

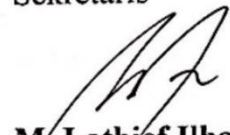
Skripsi berjudul “**PENGARUH PELAYANAN *COMPLAINT HANDLING* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP CITRA PT. BANK SUMUT KCP SYARIAH HM YAMIN MEDAN**”. Atas nama Dwi Sakinah, NIM 0503173232, Program Studi Perbankan Syariah telah di Munaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah pada tanggal 23 Desember 2021. Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi Perbankan Syariah.

Medan, 30 Desember 2021
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah
UINSU Medan

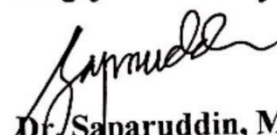
Ketua


Dr. Tuti Anggraini, M.Ag
NIDN. 2031057701

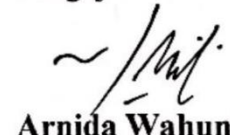
Sekretaris


M. Lathief Ilhamy Nasution, M.E.I
NIDN. 2026048901

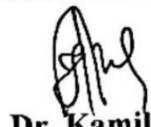
Penguji I


Dr. Saparuddin, MA
NIDN. 2018076301


Penguji II


Arnida Wahuni, M.Si
NIDN. 2016068403


Pembimbing I


Dr. Kamila, S.E,Ak, M.Si, CA
NIDN. 2023107901

Pembimbing II


Laylan Syafira, M.Si
NIDN. 2027089103

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UINSU Medan


Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN. 0105018901

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PELAYANAN *COMPLAINT HANDLING* DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP CITRA PT. BANK SUMUT KCP SYARIAH HM YAMIN MEDAN.**

Oleh:

DWI SAKINAH

NIM: 0503173232

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Pada Program Studi Perbankan Syariah

Medan, Oktober 2021

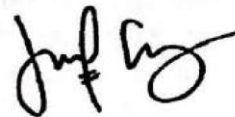
Pembimbing I



Dr. Kamilah S. E. Ak, M.Si, CA

NIP. 197910232008012014

Pembimbing II



Laylan Syafina, M. Si

NIP.199108272018012002

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Tuti Anggraini, MA

NIP. 197705312005012007

ABSTRAK

Dwi Sakinah(2021), NIM: 0503173232, Judul Skripsi: Pengaruh Pelayanan *Complaint Handling* Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Pt. Bank Sumut Kcp Syariah Hm Yamin Medan, Dibimbing oleh Pembimbing Skripsi I Ibu Dr. Kamilah, S. E, Ak, M.Si, CA dan Pembimbing Skripsi II Ibu Laylan Syafina, M.Si.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *complaint handling* dan kualitas layanan terhadap citra bank. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sifat deskriptif asosiatif. Sumber data pada penelitian ini berasal dari data primer dan sekunder. Sampel penelitian ini sebanyak 98 responden yang diambil dengan teknik *probability sampling* dengan cara *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi dan wawancara. Metode analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesa (uji t dan uji F), kemudian pengolahan data nya menggunakan aplikasi SPSS 25 For Windows. Dari hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *complaint handling* berpengaruh signifikan terhadap citra yang dibuktikan dengan t hitung $5,867 > t$ tabel $0,1986$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap citra yang dibuktikan dengan nilai t hitung $2,321 > t$ tabel $0,1986$ dan nilai signifikansi $0,022 < 0,05$. Dari hasil uji F nilai F hitung $> F$ tabel ($31,787 > 3,091$) dan nilai signifikansi $0,0 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh positif secara bersama-sama (simultan) antara variabel independen dengan variabel dependen. Kemudian berdasarkan hasil uji determinasi atau uji R^2 adalah $0,388$, hal tersebut berarti variabel citra dapat dijelaskan oleh variabel *complaint handling* dan kualitas layanan. Sedangkan sisanya sebesar $0,612$ dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Complaint Handling*, Kualitas Layanan, dan Citra Perusahaan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,
Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah rabbil'alamini, rasa syukur yang tak terhingga bagi yang Maha tak terbatas Allah SWT tuhan semesta alam yang telah melimpahkan segala bentuk nikmat yang tak terbendung untuk mensyukurinya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir atas izin Nya. Shalawat beriringkan salam juga penulis haturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang merupakan suri tauladan ummat dalam menjalankan aktivitas sehari – hari dan semoga kita merupakan orang – orang yang selalu berada di jalan kebaikan sesuai perintah Nya dan berharap mendapatkan syafaat di hari akhir kelak. Aamiin ya rabbal alamin.

Mengingat perlunya membuat suatu karya ilmiah sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (Sarjana Ekonomi), maka penulis membuat skripsi yang berjudul: “Pengaruh Pelayanan *Complaint Handling* Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra PT. Bank Sumut Kcp Syariah HM Yamin Medan” Sebagai wujud dari pengembangan wawasan pengetahuan, pola pikir yang kritis dan melatih kemampuan menganalisis suatu permasalahan sebagai bahan perbaikan kedepan nya bagi kita semua. Maka dengan selesai nya penulisan Skripsi ini tentu saja tak lepas dari pihak – pihak yang turut serta membantu dari segala aspek, maka dengan kesempatan ini izinkan saya dengan kerendahan hati dan tanpa mengurangi rasa hormat untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar – besar nya telah membantu dalam kepenulisan skripsi ini. Kepada yang terkasih yaitu Ibu saya Nurhayati dan yang tersayang Ayah saya Darwono yang telah mencurahkan rasa kasih dan sayang dengan sepenuh hati teruntuk putri mereka dengan memberikan segala kebutuhan, dukungan serta melangitkan doa dari pagi hingga malam tanpa henti agar Penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini, semoga penulis dapat menjadi jalan kebahagiaan untuk kalian kelak. Aamiin ya rabbal alamin.

Selain dari pada itu penulis juga ingin mengucapkan rasa terimakasih kepada pihak – pihak lain, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
2. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
3. Ibu Dr.Tuti Anggraini, MA selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara serta bapak Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, M.E.I selaku sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Kepada yang terhormat pembimbing skripsi penulis Ibu Dr. Kamilah, S. E, Ak, M.Si, CA dan Ibu Laylan Syafina, M.Si selaku Pembimbing Skripsi II, yang telah memberikan bimbingan, arahan serta didikan dari awal penulisan hingga selesainya skripsi, sehingga skripsi ini dapat menjadi karya ilmiah yang layak sebagai tugas akhir perkuliahan untuk memperoleh gelar sarjana. Hanya doa yang dapat saya munajatkan kepada Allah SWT, yang dapat penulis berikan. Semoga Allah SWT memberikan kebaikan, keberkahan dan rahmat, serta kesehatan dan kesuksesan dalam beraktifitas.
5. Seluruh dosen dan para jajarannya staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang telah memberikan kontribusi dari awal penulis masuk ke bangku perkuliahan dalam bidang akademik hingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kepada Tante Diana dan Om Kardi yang sudah kuanggap seperti orangtuaku sendiri, dan kepada Imam Azizi selaku abang kandung, Dara Delila dan Denissa Yori sebagai sepupu yang selalu menemani, dan semua keluarga yang telah memberi dukungan moril maupun materil kuucapkan terimakasih sedalam dalamnya.
7. Kepada teman temanku Safira Ayura dan Annisa Ansis terimakasih telah melengkapi dan menemani perjalananku dalam penulisan skripsi ini setiap

harinya. Kepada keluarga besar KASU dan teman teman yang tidak bisa kusebutkan namanya satu persatu terimakasih untuk terus memberikan semangat dan dukungan.

8. Kepada temanku Mustaqim Ramadhan yang mengerahkan seluruh tenaganya untuk membantu jalannya penelitian ini selama satu tahun lamanya, trima kasih saja mungkin tidak cukup untuk membalas semuanya, semoga selalu diberi kesuksesan kedepannya, Aamiin YaRabbal Alamin.
9. Kepada para perempuan yang sedang berjuang dalam menyelesaikan studi yaitu ada Nurul Habibi Lubis, Syahriani Rambe serta Isnaini Fazrah saya ucapkan semangat dalam menjalani proses hingga akhir. Terima kasih takdir telah membawa mereka hadir mewarnai hari – hari tanpa akhir dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga kelancaran dan kebaikan selalu menghampiri perjalanan kalian selalu.

Terimakasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan kepada penulis Insya Allah kita selalu dilimpahkan rahmat dan karunia serta keberkahan-Nya. Akhir kata dengan kerendahan hati penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini. Demikianlah yang dapat penulis sampaikan dan semoga skripsi yang sederhana ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin YaRabbal Alamin.

Medan, 10 Maret 2022

Dwi Sakinah

0503173232

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORITIS	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Citra	8
2. Pelayanan dan Kualitas Layanan	10
3. <i>Complaint handling</i>	16
4. Hubungan Antar Variabel	20
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Konseptual	24
D. Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Metode Penelitian	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	29

C. Sumber Data Penelitian	30
D. Populasi dan sampel	31
E. Defenisi Operasional	33
F. Metode Pengumpulan Data.....	35
G. Teknik Analisis Data	36
1. Uji Kualitas Data.....	36
2. Uji Asumsi Klasik	36
3. Analisis Regresi Linier Sederhana	37
4. Uji Hipotesis	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Gambaran Umum Sejarah Bank SUMUT Syariah.....	39
B. Analisis Deskriptif	49
C. Analisis Data.....	51
1. Gambaran Distribusi Jawaban Responden.....	51
2. Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	56
3. Uji Asumsi Klasik.....	60
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
5. Uji Hipotesis.....	64
6. Pembahasan.....	67
BAB V KESIMPULAN	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Table 3.1 Waktu Penelitian.....	27
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.....	30
Tabel 4.1 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Tabungan	50
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X1 <i>Complaint Handling</i>	52
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel X2 Kualitas Pelayanan.....	54
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Y Citra.....	55
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel X1 (<i>Complaint Handling</i>)	57
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)	58
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Y (Citra)	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedasitas	62
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4.14 Hasil Uji-t.....	65
Tabel 4.15 Hasil Uji-F.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Bank Sumut KCP Syariah HM Yamin	48

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Isu globalisasi perekonomian merupakan salah satu isu yang paling penting, bahkan menjadi ruh dalam globalisasi itu sendiri. Globalisasi perekonomian merupakan proses kegiatan pertukaran bisnis dan perdagangan suatu negara yang sistematis, dimana batasan ekonomi suatu negara menjadi bias, karena perekonomian satu negara dipengaruhi oleh perekonomian lainnya.¹

Setiap orang mendirikan suatu usaha tentu menginginkan usahanya dapat hidup terus-menerus tanpa dibatasi oleh waktu. Hal ini merupakan salah satu tujuan didirikannya suatu perusahaan. Dapat hidup terus-menerus artinya dapat terus beroperasi, berkembang menikmati laba dan panjang umur. Semakin panjang umur suatu perusahaan semakin baik, dalam praktiknya kehidupan suatu usaha beragam, mulai dari yang berumur panjang sekali hingga ratusan tahun (untuk beberapa generasi) sampai yang hanya hidup beberapa tahun saja. Bahkan tidak sedikit perusahaan yang sudah mati sebelum dewasa.

Agar suatu perusahaan dapat bertahan lama, hal yang harus dilakukan yaitu meningkatkan penjualannya atau jumlah pelanggannya (nasabah) karena hanya dengan meningkatkan penjualan, atau jumlah pelanggan, tujuan dapat tercapai. Meningkatkan penjualan pada akhirnya akan dapat pula meningkatkan laba perusahaan. Peningkatan laba penting bagi usaha dalam rangka terus dapat beroperasi dan berekspansi lebih luas lagi sehingga mampu mempertahankan hidupnya. Tentu saja laba yang diinginkan harus sesuai dengan target yang telah ditentukan setiap periodenya.

¹ Rismi Somad, Donni Juni Priansa, Manajemen Komunikasi mengembangkan bisnis berorientasi pelanggan, Bandung: ALFABETA, 2014, h.5

Berbagai cara dilakukan perusahaan dalam mempertahankan nasabahnya serta mendapatkan citra yang baik di kalangan masyarakat. Cara tersebut dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan prima, meningkatkan kualitas produk dan SDM, membangun relationship marketing sehingga nasabah merasa nyaman untuk selalu berhubungan dengan pihak bank, menentukan harga sesuai selera pasar, dan dengan cara-cara yang lain. Semua upaya untuk meningkatkan penjualan seperti di atas harus dilakukan dengan skala prioritas tentunya. Peningkatan omset penjualan atau jumlah pelanggan merupakan aspek yang paling optimal karena dengan pelayanan yang optimal dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan ini akan menjadi promosi gratis dari pelanggan yang sudah merasakan kemudian disebarkan ke calon pelanggan lainnya.²

Seperti halnya di dunia perbankan, perbankan syariah merupakan industri keuangan yang harus mampu menjalankan amanah secara profesional serta memiliki frontliners dan bankir dengan keterampilan layanan yang dapat memperkuat citra bisnis berbasis syariah yang menjadi diferensiasinya. Hal itu sangat penting untuk memperoleh rida Allah Swt, mencapai tujuan perusahaan, memenuhi kebutuhan nasabah, menyikapi perilaku pesaing, serta memenuhi kebutuhan ekspektasi masyarakat yang tinggi terhadap peran dan keberadaan bank syariah.

Dalam pelaksanaan operasional perbankan, sering kali terdapat komplain nasabah baik secara langsung maupun tidak langsung (melalui berbagai media). Komplain nasabah merupakan ungkapan ketidakpuasan nasabah yang disebabkan oleh kerugian finansial yang diduga akibat kesalahan atau kelalaian bank. Apapun keluhan dari nasabah yang berkaitan dengan pihak bank akan ditangani dan dicarikan jalan keluarnya oleh frontliner yang menangani complain nasabah agar nasabah merasa nyaman untuk terus menggunakan jasa bank. Penanganan perlu dilakukan secara bijaksana karena apabila tidak diselesaikan dengan baik oleh pihak bank akan menjadi perselisihan atau sengketa yang pada akhirnya akan dapat

² Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005, h.1

merugikan perbankan. Komplain, keluhan atau pengaduan yang tersebar kepada publik melalui berbagai media apabila tidak segera ditanggulangi akan dapat menurunkan kepercayaan masyarakat pada lembaga perbankan umumnya dan reputasi bank pada khususnya. Oleh karena itu untuk mengurangi permasalahan mengenai complain nasabah maka sangat diperlukan pengelolaan dan penanganan complain yang baik.

Apabila terkait dengan kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.³

Menurut Shirley Harrison informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen yaitu *Personality* (karakteristik perusahaan), *Reputation* (reputasi perusahaan), *Value* (Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan), *Corporate Identity* (Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik).⁴

Pada beberapa kasus yang ditemukan penulis dari orang terdekat, tidak sedikit yang merasa bahwa setiap pelaporan permasalahan nasabah itu di tindak lanjuti dengan proses yang lama. Bahkan sulit untuk menghubungi customer service yang seharusnya bertugas untuk mendengarkan complain nasabah. Salah satu survei yang dilakukan oleh frontliner terhadap 2000 responden yang menjadi nasabah, menunjukkan bahwa tidak semua pelanggan yang kecewa akan melakukan komplain. Pelanggan yang tidak puas dan tidak komplain, sekitar 20% menyatakan akan beralih ke perusahaan lain. Sedangkan mereka yang menyatakan komplain dan kemudian diberikan penyelesaian, hanya sekitar 2% sampai 3% yang mempunyai niat untuk pindah ke perusahaan lain.⁵ Hal ini menunjukkan bahwa

³Muhammad Lathief. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Medan:Febi UINSU Press. 2018, h. 50.

⁴ Iman Mulyana Dwi Sumandi, Ebook, *Citra Perusahaan (Seri Manajemen Pemasaran)*.

⁵ Akh Muwafik Saleh, *Public Service Communication*, Malang, hlm. 158

setiap perusahaan, harus berterima kasih kepada pelanggan atau nasabah yang lebih suka komplain dan cerewet karena pada dasarnya mereka menginginkan perbaikan kualitas produk atau jasa yang diberikan dari perusahaan ataupun perbankan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak customer service di Bank Sumut Kcp Syariah HM Yamin ini, cs mengaku bahwa jarang ditemukan nasabah yang melakukan handling complaint pada bank ini, hanya sekitar 2 atau 3 orang perbulannya. Belum diketahui secara pasti apakah nasabah yang tidak melakukan *complaint* akan langsung beralih ke perusahaan lain atau tidak. Data yang didapat dari Bank Sumut Kcp Syariah HM Yamin Medan, bank ini mengalami kenaikan saldo normatif sebesar 9,77% serta mengalami kenaikan jumlah nasabah tabungan sebesar 7,35% pada periode 2019-2020. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah pada bank ini terus meningkat karena pelayanan yang diberikan oleh bank sesuai dengan keinginan nasabah yang menyebabkan nasabah terus menggunakan pelayanan dari bank dan tidak beralih ke perusahaan lain.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono dan Chandra untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi yaitu bukti fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal; Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya; Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas; Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan; Empati (*empathy*), memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami

kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan.⁶

Kenyataannya, pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu mempertahankan pelanggan yang ada (lama) untuk terus mengonsumsi atau membeli produk yang kita tawarkan, serta akan mampu pula untuk menarik calon pelanggan baru untuk mencobanya. Pelayanan yang optimal pada akhirnya juga akan mampu meningkatkan image perusahaan sehingga citra perusahaan di mata pelanggannya terus meningkat pula. Dengan memiliki citra baik, segala yang dilakukan perusahaan akan dianggap baik pula.

Akan tetapi penulis menemukan permasalahan dalam hal pelayanan di bank ini, customer service yang seharusnya melayani dan menangani complaint nasabah sempat tidak hadir selama 1 bulan dan tidak ada pengganti pada posisi tersebut dikarenakan bank kekurangan pegawai.⁷ Hal ini menyebabkan urusan nasabah menjadi tertunda prosesnya. Penulis sempat bertanya pada customer service tentang bagaimana mereka menyikapi nasabah yang datang ke bank untuk complain, menurutnya dalam menyikapi masalah nasabah seorang customer service harus tetap tenang dan tersenyum dalam kondisi apapun. Dalam hal mengelola dan menangani complain nasabah diperlukan sikap, perilaku, pola bicara, gerakan tubuh dan ekspresi yang baik agar dapat menyenangkan hati nasabah. Product knowledge yang dimiliki oleh petugas bank juga sangat penting dalam menangani complain nasabah tersebut.

Bank SUMUT yang memiliki slogan ‘Memberi Pelayanan Terbaik’ seharusnya menunjukkan kualitas pelayanan terbaiknya untuk menunjukkan citra perusahaan melalui slogan tersebut. Namun dalam survey mengukur kualitas service atau layanan bank di mata nasabah yang dilakukan oleh MRI (Marketing Research Indonesia) 2021 Bank SUMUT tidak termasuk dalam salah satu bank

⁶ Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Service Quality, dan Satisfaction*. (Yogyakarta: ANDI. 2016)

⁷ Berdasarkan hasil wawancara karyawan bank, Oktober 2021

yang memberikan pelayanan terbaik.⁸ Penyebab utamanya berasal dari aspek kualitas layanan di bank, bank yang termasuk dalam penghargaan pelayanan terbaik merupakan bank yang telah berhasil beralih ke layanan digital.

Dengan adanya permasalahan ini dapat mempengaruhi citra bank di mata nasabah dikarenakan nasabah merasa pelayanan yang diberikan bank tidak maksimal. Apabila pelayanan *complaint handling* serta kualitas layanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah maka citra Bank Sumut Syariah di mata masyarakat akan semakin membaik. Maka dari itu, penulis tertarik untuk membahas masalah tersebut dan menuangkannya dalam tugas akhir skripsi yang berjudul **“PENGARUH PELAYANAN *COMPLAINT HANDLING* DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP CITRA PT BANK SUMUT KCP SYARIAH HM YAMIN MEDAN”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat diidentifikasi masalah yaitu:

1. Pelayanan *complaint handling* berpengaruh terhadap citra Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan
2. Kualitas layanan berpengaruh terhadap citra Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan
3. Bank Sumut tidak termasuk dalam salah satu bank yang memberikan pelayanan terbaik pada survey *MRI*

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak terlalu luas maka penulis membatasi permasalahan Pengaruh Pelayanan *Complaint handling* dan kualitas layanan terhadap citra Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.

D. Rumusan Masalah

Dari pokok pembahasan di atas penulis menyimpulkan rumusan masalah:

⁸ <https://infobanknews.com/ini-dia-bank-bank-dengan-layanan-terbaik-tahun-2021/>, diakses 20 September 2021

1. Apakah Pelayanan *Complaint handling* berpengaruh terhadap Citra Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Citra Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan?
3. Apakah Pelayanan *Complaint handling* dan Kualitas Layanan berpengaruh secara simultan terhadap Citra Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan?

E. Tujuan Penelitian

Dari pokok masalah yang dirumuskan maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh Pelayanan *Complaint handling* terhadap citra Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas layanan terhadap citra Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.
3. Untuk menguji apakah Pelayanan *Complaint handling* dan Kualitas Layanan berpengaruh secara simultan terhadap Citra Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
 - a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang pelayanan *complaint handling* dan kualitas layanan pada Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.
 - b. Sebagai Tambahan referensi dan informasi mengenai Pengaruh Pelayanan *Complaint handling* dan Kualitas Layanan Terhadap Citra Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.
2. Bagi Universitas

- a. Sebagai tambahan informasi mengenai pelayanan *Complaint handling* dan kualitas layanan yang ada pada Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.
 - b. Sebagai tambahan guna penyempurnaan materi perkuliahan.
 - c. Dapat terjalin kerja sama yang baik antara Universitas Islam Negeri Sumatera Utara dengan Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.
3. Bagi Bank
- a. Dapat dijadikan referensi untuk meninjau Pelayanan *Complaint handling* dan kualitas layanan yang diterapkan.
 - b. Dapat mempererat silaturahmi dan kerjasama yang baik antara Mahasiswa, Universitas dan Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.
4. Bagi Pembaca
- Sebagai tambahan referensi dan informasi bagi mahasiswa mengenai pelayanan *Complaint handling* dan kualitas layanan pada Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Landasan Teori

1. Citra

a. Pengertian Citra

Citra menurut KBBI artinya rupa, gambar atau gambaran. Citra juga merupakan gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi perusahaan, organisasi, atau produk, atau bisa juga kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frasa, atau kalimat.⁹

Dalam menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakat. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk pelayanan dan keamanan. Tanpa citra yang positif, kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan dapat terjaga.

Menurut Kotler citra adalah kumpulan kepercayaan, buah pikir atau gagasan dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek.¹⁰ Citra positif yang dimiliki oleh sebuah perusahaan merupakan hasil dari proses panjang yang dibangun oleh perusahaan dalam memberikan layanannya kepada para pelanggannya. Dengan demikian, kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan serta produk perusahaan didapat dari citra yang baik perusahaan itu sendiri sehingga pelanggan atau nasabah merasa puas menjadi mitra dari perusahaan tersebut.

b. Dimensi Citra Perusahaan

Faktor yang mempengaruhi citra perusahaan (Mayer dalam Oktaviani):

1) Fasilitas Fisik

Fasilitas fisik sebagai penunjang bangunan pokok dan produk yang dijual juga mempunyai pengaruh yang kuat bagi konsumen.

⁹<https://kbbi.web.id/citra>, di akses 19 Mei 2021

¹⁰ Deli Darlina, Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas PelayananJOM FSIP, Vol 1 No. 3 Februari 2016

2) Pelayanan

Atribut pelayanan konsumen yang berperan dalam pembentukan *image* perusahaan dimata pelanggan yang langsung diberikan oleh pramuniaga dan langsung dapat dirahasiakan oleh pelanggan.

3) Kualitas Jasa dan Produk

Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain yang merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.¹¹

Adapun menurut pemikiran Van Riel citra sendiri terbentuk oleh beberapa elemen seperti *Behaviour, Communication, dan Symbolism*:

1) *Behaviour*

Sejauh ini, media yang paling penting dan paling efektif untuk membentuk *corporate identity* adalah perilaku dari perusahaan yang bersangkutan. Perilaku dari perusahaan yang bersangkutan berpengaruh terhadap persepsi target kelompok (publik) terhadap perusahaan yang bersangkutan. Jadi, publik akan menilai perusahaan tersebut dari perilaku (apa yang telah dilakukan oleh perusahaan) akan tetapi, adalah mungkin untuk menekankan aspek yang utama dari perilaku perusahaan dengan memaknai komunikasi dan atau simbol yang diciptakan.

2) *Communication*

Komunikasi di sini melibatkan 2 aspek, yaitu komunikasi verbal dan non verbal. Kedua aspek tersebut merupakan instrumen *corporate identity* yang paling fleksibel dan dapat segera dilaksanakan dalam penggunaan praktis. Perusahaan, dengan segera dapat menginformasikan kepada target audiensnya secara langsung.

¹¹ Royhan Jamaan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepercayaan nasabah serta dampaknya terhadap loyalitas nasabah (studi kasus bank syariah mandiri)", Skripsi, 2016

Dalam menyampaikan segala informasi kepada publiknya (eksternal maupun internal) perusahaan akan menggunakan kedua aspek tersebut, yang tentunya saling mendukung dan menguatkan satu sama lain. Dengan konsistensi tersebut maka tidak terdapat pesan yang rancu atau bertentangan. Jika pesan yang sama hanya disampaikan melalui perilaku dari anggota perusahaan, maka hal tersebut akan banyak memakan waktu dan biaya. Namun, apabila yang dikomunikasikan kepada publik tidak didukung oleh perilaku organisasi, maka komunikasi itu pun akan menjadi sebuah upaya “promosi” *corporate identity* yang sia-sia belaka

3) *Symbolism*

Mengacu pada Birkigt dan Stadler, simbol seharusnya sesuai dengan ekspresi lain dari identitas perusahaan. Hal ini memberikan indikasi implisit dari tujuan organisasi berdiri atau paling tidak harapan untuk apa sebuah perusahaan berdiri. Simbol organisasi terdiri atas gambar visual yang memperkuat dan mendukung aktivitas dan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan. Salah satu simbol dasar dari sebuah perusahaan adalah nama perusahaan tersebut. Selain itu terdapat juga simbol berupa gambar visual seperti photographs, ilustrasi, gravik non verbal, Branco marks, logo, dan tipe rumah serta warna perusahaan.¹²

c. Elemen Citra Perusahaan

Empat Elemen Citra Perusahaan Menurut Shirley Harrison informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen sebagai berikut:

1) *Personality*

Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.

¹² Riel, Cees, B.M van, “Principles of corporate communication” (Prentice Hall:1995), h. 32-33

2) *Reputation*

Hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.

3) *Value*

Nilai-nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.

4) *Corporate Identity*

Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, dan slogan. Dapat dipahami efektivitas upaya perusahaan dalam komunikasinya dengan publik sasaran yang membentuk citra perusahaan penting.¹³

d. Manfaat Citra Perusahaan

Citra perusahaan di mata masyarakat tentunya berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan dalam mencapai tujuan. Dalam hal ini citra perusahaan yang baik dan kuat mempunyai manfaat :

- 1) Daya saing jangka menengah dan panjang. Perusahaan berusaha memenangkan persaingan pasar dengan menyusun strategi pemasaran praktis.
- 2) Menjadi perisai selama masa krisis. Sebagian besar masyarakat dapat memahami atau memaafkan kesalahan yang dibuat perusahaan dengan citra baik, yang menyebutkan mereka mengalami masa krisis.
- 3) Menjadi daya tarik eksekutif handal, yang mana eksekutif handal adalah aset perusahaan.
- 4) Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran.
- 5) Menghemat biaya operasional karena citranya baik.

¹³ Iman Mulyana Dwi Sumandi, Ebook, *Citra Perusahaan (Seri Manajemen Pemasaran)*.

2. Pelayanan dan Kualitas Layanan

a. Pengertian Pelayanan

Kamus Besar Bahasa Indonesia berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani adalah “membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang”.¹⁴ Moenir mengemukakan bahwa: “pelayanan sebagai proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung”.¹⁵

Defenisi lain menjelaskan pelayanan adalah sebagian sebuah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang menyangkut segala usaha yang dilakukan orang lain dalam rangka mencapai tujuan.

b. Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.¹⁶ Kualitas layanan sering kali dikonseptualisasikan sebagai perbandingan harapan dengan persepsi kinerja sesungguhnya dari jasa.

Menurut Kotler kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan dalam usaha meningkatkan kualitas layanan, perusahaan harus meningkatkan komitmen dan kesadaran serta kemampuan para karyawan, terutama mereka yang langsung berhubungan dengan pelanggan.¹⁷

c. Dimensi Pelayanan

¹⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Edisi Keempat, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 301

¹⁵ Moenir, Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia, (Jakarta, Bumi Aksara, 2003), h. 88.

¹⁶ Tjiptono, Fandy dan Chandra, *Gregorius. Service Quality and Satisfaction*. (Yogyakarta : Andi. 2005)

¹⁷ Luthfy, Zainul, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal. h.11

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Tjiptono dan Chandra untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi yaitu :

- 1) Bukti fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksterna. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Diantaranya meliputi fasilitas fisik (gedung, buku, rak buku, meja dan kursi, dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang digunakan, serta penampilan pegawai).
- 2) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Mengabaikan dan membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- 4) Jaminan (*assurance*), yaitu pengetahuan kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- 5) Empati (*empathy*), memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang

pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan.¹⁸

d. Konsep Pelayanan Prima

Pada awalnya konsep pelayanan prima timbul dari kreativitas para pelaku bisnis yang kemudian diikuti dengan organisasi nirlaba dan instansi pemerintah. Budaya pelayanan prima dapat dijadikan acuan dalam berbagai aspek kehidupan. Ada enam faktor pelayanan prima, yaitu:

1) *Ability* (Kemampuan)

Yaitu suatu pengetahuan dan keterampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima, yang meliputi kemampuan penguasaan pengetahuan tentang bidang kerja yang ditekuni pada konteks ini seluruh pegawai bank syariah serta harus memahami apa yang dimaksud dengan bank syariah serta seluruh produk bank syariah tersebut, melakukan komunitatif efektif, mengembangkan motivasi, dan menggunakan sarana public relation sebagai instrumen dalam membina hubungan ke dalam dan ke luar perusahaan.

2) *Attitude* (Sikap)

Yaitu perilaku, sikap dan tingkah laku yang harus ditonjolkan oleh pegawai ketika menghadapi pelanggan. Seorang pegawai bank terutama yang berada di petugas pelayanan terdepan seperti *costumer service* dan *teller* harus mampu menghadapi pelanggan dengan senyuman.

3) *Appearance* (Penampilan)

Penampilan seseorang pegawai bank baik yang bersifat fisik saja maupun fisik dan nonfisik mampu merefleksikan kepercayaan diri dan kredibilitas perusahaan dan konsumen.

4) *Attention* (Perhatian)

¹⁸ Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. *Service Quality, dan Satisfaction*. (Yogyakarta: ANDI. 2016)

Karyawan harus mampu memberikan kepedulian penuh terhadap pelanggan baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan pelanggan maupun pemahaman atas sarana dan kritiknya.

5) *Action* (Tindakan)

Karyawan harus mampu memberikan berbagai kegiatan nyata yang harus diberikan dalam memberikan pelayanan prima kepada konsumen.

6) *Accountability* (Pertanggung jawaban)

Suatu sikap keberpihakan kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindari atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.¹⁹

e. Pelayanan Bank

Terjadinya keluhan pada suatu perusahaan harus ditangani dengan baik hal yang paling penting yaitu pada bidang pelayanannya. Pelayanan nasabah dapat diberikan oleh berbagai pihak, baik *costumer service*, *teller* atau kasir maupun *public relation*. Namun, istilah *costumer service* digunakan secara khusus untuk dunia perbankan. Artinya memang ada bagian yang khusus melayani nasabah yang dinamakan *costumer service*.²⁰ *Customer service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah. Secara umum peranan *customer service bank* adalah:

- 1) Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
- 2) Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.²¹

¹⁹Muhammad Lathief. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Medan: Febi UINSU Press. 2018, h. 45-46.

²⁰ Kasmir, S.E, MM , “Etika Costumer Service”, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), h. 179.

²¹ Kasmir, *Etika Customer Service...*, h.181

Setiap Customer Service tentu telah di terapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas yang harus benar-benar dipahami dan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya sehingga dapat menjalankan tugasnya secara prima. Fungsi dan tugas Customer Service sebagai berikut :

1) Sebagai receptionis

Receptionis artinya Customer Service sebagai penerima tamu atau nasabah yang datang ke bank. Dalam menerima tamu, Customer Service harus bersikap ramah, sopan, dan menyenangkan. Dalam hal ini Customer Service harus bersikap memberikan perhatian, berbicara dengan suara yang lembut dan jelas dengan bahasa yang mudah dimengerti. Selama melayani nasabah Customer Service tidak diperkenankan untuk merokok, makan dan minum.

2) Sebagai deskman

Deskman artinya seorang Customer Service berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. Pelayanan yang diberikan berupa informasi mengenai produk-produk bank. Termasuk memberikan arahan dan petunjuk cara-cara pengisian aplikasi tersebut hingga tuntas, serta prosedur transaksi yang diinginkan oleh nasabah atau calon nasabah. Sebagai deskman juga harus menyiapkan berbagai brosur dan formulir untuk kepentingan nasabah.

3) Sebagai salesman

Salesman artinya Customer Service sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pendekatan, mencari nasabah baru, mengatasi dan menjawab segala permasalahan nasabah.

4) Sebagai Customer Relation Officer

Customer Relation Officer sebagai orang membina hubungan baik kepada seluruh nasabah. Dalam menajaga hubungan baik kepada

nasabah dengan cara menjaga image bank sehingga nasabah merasa senang, puas dan makin percaya kepada bank.

5) Sebagai komunikator

Sebagai komunikator, customer Service sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah. Komunikasi penting karena akan dapat mempererat hubungan antara nasabah dengan bank.²²

3. *Complaint handling*

a. Pengertian *Complaint handling*

Complaint handling adalah teknik penanganan atau mengelola keluhan nasabah dengan cepat, tepat dan memuaskan.²³ Untuk dapat memberikan kepuasan nasabah maka terlebih dahulu harus mengenal siapa nasabah, bagaimana ciri cirinya. Untuk dapat mengenali nasabah, perlu diketahui ciri ciri dari seorang nasabah yang antara lain:

- 1) Mempunyai banyak keinginan
- 2) Mempunyai kebutuhan yang tak terbatas
- 3) Mempunyai harga diri dan gengsi
- 4) Menghargai waktu
- 5) Ingin selalu dilayani

Sehingga wajarlah jika nasabah menuntut pelayanan yang tinggi dari kita yang menjadi kebutuhannya, maka tugas kita adalah memenuhi kebutuhan nasabah tersebut.²⁴

Keluhan atau komplain merupakan sebuah harapan yang belum terpenuhi. Keluhan atau komplain pelayanan adalah ekspresi perasaan ketidakpuasan atas standar pelayanan, tindakan atau ketiadaan tindakan

²² Kasmir, *Etika Customer Service...*, h.180

²³ Ikatan Bankir Indonesia (a), *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, Jakarta; PT Gramedia, 2014, h.129

²⁴ Muhammad Lathief. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Medan: Febi UINSU Press. 2018, h. 46-47

aparat pelayanan yang berpengaruh kepada para pelanggan.²⁵ Dalam hal *complaint handling* yang efektif membutuhkan prosedur yang jelas dan terstruktur dengan baik agar dapat menyelesaikan masalah serta didukung oleh sumber daya dan infrastruktur yang memadai untuk mendapatkan kinerja kerja yang memuaskan bagi bank dan nasabah.

Menurut peraturan Bank Indonesia Nomor 7/7/PBI Tahun 2005 telah menetapkan standar waktu dan mekanisme penyelesaian pengaduan nasabah sebagai bentuk perlindungan konsumen.

b. Indikator *Complaint handling*

Complaint handling secara efektif memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk / jasa perusahaan yang puas dalam arti lain *complaint handling* dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

Menurut Tjiptono dalam Artanti dan Ningsih, terdapat empat indikator penanganan keluhan yang penting, yaitu:²⁶

1) Empati terhadap pelanggan yang marah

Dalam menghadapi pelanggan yang emosi atau marah, perusahaan perlu bersikap empati, karena bila tidak maka situasi akan bertambah runyam. Untuk itu perlu diluangkan waktu untuk mendengarkan keluhan mereka dan berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dengan demikian, permasalahan yang dihadapi dapat menjadi jelas sehingga pemecahan yang optimal dapat diupayakan bersama.

2) Kecepatan dalam penanganan keluhan

Kecepatan merupakan hal yang sangat penting dalam penanganan keluhan. Apabila keluhan pelanggan tidak segera ditanggapi, maka rasa tidak puas terhadap perusahaan akan menjadi permanen dan

²⁵ Fandy Tjiptono, "Strategi Pemasaran", (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2008), h. 35

²⁶ Artanti, Yessy dan Ningsih Lestari. 2018, Pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah Pt. Bank muamalat indonesia,tbk. dengan kepuasan nasabah sebagai variabel perantara (studi pada nasabah bank muamalat cabang surabaya). Jurnal Ekonomi Vol. 14, No. 2

tidak dapat diubah lagi. Sedangkan apabila keluhan dapat ditangani dengan cepat, maka ada kemungkinan pelanggan tersebut menjadi puas. Apabila pelanggan puas dengan cara penanganan keluhannya, maka besar kemungkinannya mereka menjadi pelanggan perusahaan kembali.

- 3) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan

Perusahaan harus memperhatikan aspek kewajaran dalam hal biaya dan kinerja jangka panjang. Hasil yang diharapkan tentunya adalah situasi “win-win” realistis, fair, dan proporsional, dimana pelanggan dan perusahaan jasa sama-sama diuntungkan.

- 4) Kemudahan bagi konsumen untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, maupun keluhannya

Hal ini sangat penting bagi pelanggan untuk menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, dan keluhannya. Disini sangat dibutuhkan adanya metode yang mudah dan relatif tidak mahal, dimana pelanggan dapat menyampaikan keluhan kesahnya. Bila perlu dan memungkinkan, suatu perusahaan menyediakan jalur atau saluran telepon khusus untuk menampung keluhan pelanggan atau memanfaatkan e-mail di jaringan Internet.

c. Langkah *Complaint handling*

Mendapatkan hasil yang baik dalam pemberian jasa, tentu harus dibarengi dengan adanya desain dan strategi yang tepat dari perusahaan jasa bersangkutan. Beberapa langkah penting dalam layanan konsumen adalah:

- 1) Mengetahui Misi Jasa

Sebagai tahap awal tentu harus ditetapkan misi perusahaan agar dapat menciptakan suatu komitmen dan filsafah kerja yang sama untuk mencapai misi tersebut.

- 2) Menetapkan tujuan layanan konsumen

Hal ini bermanfaat untuk menentukan unsur mana yang paling ditonjolkan agar mencapai hasil yang optimal. Tujuan pelayanan ini mencakup aktivitas sebelum transaksi, dan setelah aktivitas transaksi.

3) Strategi layanan konsumen

Strategi layanan konsumen yang ditetapkan harus mencakup identifikasi dari segmen konsumen, jasa dan konsumen yang paling penting, serta bagaimana metode pemberian jasanya agar dapat bersaing di pasaran sekaligus merupakan keunggulan tersendiri bagi perusahaan.

4) Implementasi

Dalam implementasi layanan konsumen merupakan satu kesatuan dengan bauran pemasaran lainnya yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan jasa hendaknya senantiasa berusaha beradaptasi setiap perubahan lingkungan yang terjadi terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen.²⁷

d. *Complaint handling* Dalam Perspektif Islam

Terkait dengan judul subbab di atas, Allah berfirman dalam Alqur'an Surah Al-Baqarah Ayat 267 sebagai berikut. Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”* (QS, Al-Baqarah (2): 267).

Pada ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Thorik G dan Utus H (2006: 77) menjelaskan bahwa

²⁷ Rambat Lopiyoadi, A. Hamdani, “Manajemen Pemesaran Jasa”, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 140

pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan demikian maka penyampaian akan sampai pada heart share dan memperkokoh posisi di dalam mind share konsumen. Adanya kedua unsur tersebut, tentu loyalitas konsumen semakin kokoh pula.

Tolak ukur kualitas pelayanan dalam Islam disebut dengan standardisasi syariah. Inilah yang kemudian dijadikan sebagai standar penilaian. Sebut saja yang pertama adalah daya tanggap (*responsiveness*) dan menepati komitmen sebagaimana disebut dalam Alqur'an Surah Al-Ma'idah Ayat 1. Artinya: "*Hai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji....*". Juga profesional dalam bekerja, sebagaimana disebut dalam Alqur'an Surah al-Insyirah Ayat 7. Artinya: "*Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)*".²⁸

4. Hubungan Antar Variabel

a. Hubungan Pelayanan *Complaint handling* dengan Citra

Penanganan Komplain (*Complaint handling*) yang baik merupakan kunci kesuksesan bagi sebagian besar perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Kualitas layanan dalam menangani komplain yang baik akan berpengaruh terhadap citra perusahaan. Jika kualitas layanan sudah baik dan sesuai keinginan dari pelanggan maka citra dari perusahaan akan semakin baik. Kualitas layanan merupakan faktor kunci untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan karena jika kualitas layanan yang diberikan perusahaan sama dengan yang dipersepsikan maka akan menimbulkan keinginan pembelian kembali oleh pelanggan.

Berdasarkan landasan teori di atas, pelayanan konsumen merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi citra perusahaan. Pelayanan

²⁸ Dr. Sunardi, Sri Handayani, "*Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia*". ISLAMINOMIC JURNAL Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, h. 88

konsumen berperan dalam pembentukan *image* perusahaan dimata pelanggan yang langsung diberikan oleh pramuniaga (*costumer service*).

b. Hubungan Kualitas Layanan dengan Citra

Kualitas layanan merupakan kunci kesuksesan bagi sebagian besar perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Kualitas layanan yang baik akan berpengaruh terhadap citra perusahaan. Jika kualitas layanan sudah baik dan sesuai keinginan dari pelanggan maka citra dari perusahaan akan semakin baik.

Hasil penelitian yang dilakuka oleh Luthfie Purnanta Adzie dan Zainul Arifin menjelaskan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Citra Perusahaan. Semakin tinggi Kualitas Layanan akan semakin meningkatkan Citra Perusahaan. Nasabah menilai bahwa layanan yang diterima sudah sesuai dengan yang diharapkan, baik dari segi fisik, daya tanggap karyawan, dan kemampuan dalam memberikan informasi, dari keseluruhan layanan yang diterima akan lebih meningkatkan image Perusahaan.²⁹

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah deskripsi ringkas tentang kajian atau penelitian yang sudah pernah dilakukan di seputar masalah yang diteliti sehingga terlihat jelas bahwa kajian yang sedang akan dilakukan ini bukan merupakan pengulangan atau duplikasi dari kajian atau peneliti yang telah ada. Berdasarkan penelusuran kajian kepustakaan yang peneliti lakukan, berikut ada beberapa penelitian yang terkait dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini, diantaranya:

²⁹ Luthfy, Zainul, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal. h.11

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1	Hilda Dewi Kusumawati (2018)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BPRS Suriyah Cabang Semarang)	Menggunakan metode penelitian kuantitatif menggunakan data primer, serta meneliti variabel Citra bank	<i>Complaint handling</i> ; Lokasi studi kasus	Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Suriyah cabang Semarang. Hal ini berarti bahwa jika citra perusahaan baik dimata para nasabah maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat.
2	Ma'mun (2019)	Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah	Menggunakan Penelitian Kuantitatif serta membahas tentang	Tidak terdapat pembahasan seputar citra perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan penanganan komplain berpengaruh positif dan signifikan

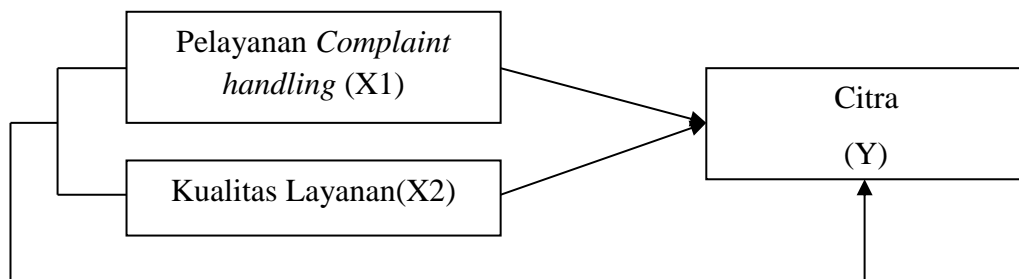
		Mandiri Kcp Pringsewu Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pringsewu)	Penanganan Komplain	an; Lokasi Studi Kasus	terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Pringsewu
3	Luthfy Purnanta Anzie, Zainul Arifin, Jurnal	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Nasabah Pengguna Produk Tabungan BCA Di Wilayah Rungkut Mapan, Surabaya)	Explanatory research dengan pendekatan kuantitatif	Variabel independen; Lokasi studi kasus.	Terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Citra Perusahaan. Semakin tinggi Kualitas Layanan akan semakin meningkatkan Citra Perusahaan.
4	Nisa Kusumawati	Pengaruh Kualitas	Menggunakan	Tidak terdapat	Kualitas pelayanan

	ardhani (2017)	Pelayanan, Penanganan Komplain, Kualitas Produk, Dan Tingkat Margin Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus Pada KSPPS Ubasyada Ciputat, Tangerang Selatan)	penelitian kuantitatif deskriptif, penelitian tentang penangan an komplain	pembaha san seputar citra perusaha an; Lokasi Studi Kasus	berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah; Penanganan Komplain berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pembiayaan murabahah.
5	Ratna Anjani, 2020	Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Muamalat Kcp Palopo	Mengguna kan penelitian kualitatif serta meneliti seputar citra bank	Tidak terdapat pembaha san seputar <i>Complai nt handling</i>	Adapun hasil analisis bahwa terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan menabung di Bank Muamalat KCP Palopo.

C. Kerangka Konseptual

Setiap pelayanan *complaint handling* yang telah dilakukan oleh seorang *Customer Service* bertujuan untuk memberikan pelayanan prima yang optimal untuk nasabah, dari pelayanan tersebut apabila nasabah merasa puas dengan cara seorang *Customer Service* menyelesaikan permasalahannya maka secara tidak langsung akan meningkatkan citra perbankan syariah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Pelayanan *Complaint handling* yang dilakukan seorang *Customer service* dengan baik akan meningkatkan citra perbankan syariah. Dapat digambarkan dengan kerangka sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara oleh peneliti terhadap rumusan masalah penelitian yang akan diteliti. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan pada teori teori yang relevan, dan belum didasarkan pada fakta fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, landasan teori, kerangka berpikir di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebaga berikut:

- H1 : Pelayanan *Complaint handling* berpengaruh dan signifikan terhadap Citra Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.
- H2 : Kualitas Layanan berpengaruh dan signifikan terhadap Citra Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.

H3 : Pelayanan *Complaint handling* dan Kualitas Layanan berpengaruh dan signifikan terhadap Citra Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang ditentukan adalah dengan menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistic. Terdapat dua macam statistic yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu statistic deskriptif dan statistic inferensial.³⁰

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode kuantitatif. Jika dilihat dari sifatnya, penelitian ini bersifat deskriptif analisis, yaitu penelitian yang memaparkan data yang didapatkan di lapangan dan selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan pendekatan landasan teori yang ada sebagai pijakan dalam menganalisis. Selain itu peneliti menggunakan penelitian kepustakaan guna membantu melengkapi data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Penelitian itu juga bersifat asosiatif, yaitu penelitian yang memiliki sifat hubungan antara dua variabel atau lebih.³¹ Asosiatif yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu ada tidaknya pengaruh handling complaint terhadap citra Bank Sumut Kcp Syariah HM Yamin Medan.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan yang berada di Jl. Prof Muhammad Yamin No. 484 Kec. Medan Timur. Dimana objek penelitiannya adalah nasabah Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan yang pernah melakukan *complaint handling*.

2. Waktu Penelitian

³⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, , Bandung:Alfabeta ,2015.

³¹ Sugiyono, Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D, ctk 21, (Bandung: Alfabet 2014), h. 7

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Juli 2021 sampai dengan selesai.

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2021							
		Ap ril	Me i	Ju ni	Jul i	Ag ust us	Sept emb er	Okt ober	Nov emb er
1	Pengajuan Judul								
2	Bimbingan Proposal Skripsi								
3	Seminar Proposal								
4	Penelitian								
5	Pengerjaan Skripsi								
6	Sidang Munaqah								

C. Sumber Data

Untuk menyelesaikan tugas akhir ini dan menyelesaikan masalah tersebut, penulis memperoleh sumber data antara lain :

1. Data primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli ataupun pertama.³² Dalam penyusunan tugas akhir ini data primer adalah informasi tentang data nasabah yang meninmati pelayanan dan pernah melakukan complain di Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan melalui penyebaran kuesioner.

2. Data Sekunder

³²Jonathan Sarwono, Analisis Data Penelitian Dengan Menggunakan SPSS, Yogyakarta: Cv.Andi Offset, 2006, h.8

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau data yang diterbitkan oleh organisasi.³³ Data sekunder dalam penelitian ini adalah majalah, artikel, dan buku-buku. Data Sekunder yang didapat dalam penyusunan tugas akhir ini adalah lampiran dokumen-dokumen dan buku-buku yang berkaitan dalam pelayanan *complaint handling* pada Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁴ Populasi yang diteliti harus didefinisikan dengan jelas sebelum penelitian dilakukan. Adapun kriteria yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan yang telah menggunakan pelayanan bank di Bank Sumut Kcp Syariah HM Yamin Medan. Berdasarkan kriteria tersebut ditemukan populasi sebanyak 4352 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian individu yang diselidiki dari keseluruhan individu penelitian.³⁵ Sampel yang baik yaitu sampel yang memiliki populasi atau yang representatif artinya yang menggambarkan keadaan populasi atau yang mencerminkan populasi secara maksimal tetapi walaupun mewakili sampel bukan merupakan duplikat dari populasi. Pada tahap ini, peneliti memfokuskan sampel pada nasabah aktif Bank Sumut Kcp Syariah HM Yamin Medan.

Dalam mengetahui jumlah sampel dari suatu populasi maka dapat diketahui dengan rumus slovin:³⁶

³³ Suliyanto, Metode Riset Bisnis, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006, h.132

³⁴ Sugiyono, Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi, Bandung: ALFABETA, 2013, h.34

³⁵ Cholid Nabuko, Abu Achmadi, Metodologi Penelitian (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 107

³⁶ Husein Umar, Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis (Jakarta: Rajawali Pers 2011), h. 78

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

Keterangan:

n : Sampel

N : Jumlah populasi

e : Tingkat kesalahan (error level) 10%

(ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir)

Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan kelonggaran 10% sehingga didapat:

$$n = \frac{4352}{1+4352(0,10)^2}$$

$$n=97,75$$

Maka dengan sudah ditentukan bahwa jumlah sampel adalah 97,75 dibulatkan menjadi 98 orang sampel.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Teknik pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.³⁷ Jadi yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah nasabah yang beresiko dalam terjadi kasus komplain dan yang telah menggunakan layanan seperti produk Tabungan, Deposito, dan Giro di Bank Sumut Kcp Syariah HM Yamin Medan. Peneliti mendatangi langsung lokasi penelitian untuk dapat menemui nasabah yang kemungkinan beresiko dalam terjadinya kasus complain selama menjadi nasabah di bank ini.

E. Defenisi Operasional

Agar penelitian ini dapat dilakukan sesuai yang diharapkan, perlu dipahami unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yaitu, yaitu; konsep, variable, dan indikator empirik. Dalam penelitian ilmiah suatu konsep akan dijabarkan kembali kedalam suatu bentuk yang dipahami dan diuji tingkat validitas dan reabilitasnya. Agar konsep tersebut dapat diteliti secara empiric perlu dioperasionalkan dengan cara mengubah dan menjabarkannya menjadi

³⁷ Sugiono (2014), Op.Cit, h 82

suatu variabel atau sub variabel. Adapun variabel, definisi operasional variabel dan indikator penelitian, disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2
Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Pelayanan <i>Complaint handling</i>	Sikap kita dalam melayani nasabah harus diatur sedemikian rupa. Janganlah ketika kita mengerjakan sesuatu, kita bersikap seperti berpura-pura, atau jengkel, atau sikap yang tidak menyenangkan lainnya	a. Empati b. Kecepatan c. Keadilan d. Kemudahan	Skala <i>Likert</i> .
2	Kualitas Layanan	Totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	a. Bukti fisik (<i>tangibels</i>) b. Keandalan (<i>reliability</i>) c. Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) d. Jaminan (<i>assurance</i>) e. Perhatian (<i>emphaty</i>)	Skala <i>Likert</i>

3	Citra	Rupa, gambaran, atau gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi perusahaan, organisasi, atau produk, atau bisa juga kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frasa, atau kalimat.	<i>a. Personality</i> (Kepribadian) <i>b. Reputation</i> (Reputasi) <i>c. Value</i> (Nilai) <i>d. Corporate Identity</i> (Identitas Perusahaan)	Skala Likert
---	-------	---	---	--------------

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan oleh penulis yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala likert, maka variabel penelitian yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan dan pertanyaan.³⁸

F. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan penulis untuk memperoleh data dan informasi adalah:

1. Kuesioner

³⁸ Sugiyono, Metode..., h.93

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.³⁹ Angket atau kuesioner terdiri dari 3 (tiga) macam yaitu : angket tertutup, angket terbuka, dan kombinasi angket terbuka dan angket tertutup, dalam penelitian ini penulis menggunakan angket tertutup. Angket tertutup terdiri dari pertanyaan atau pernyataan dengan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan. Responden mengecek jawaban yang paling sesuai dengan pendiriannya.⁴⁰ Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert 5 poin.

Kuesioner dalam penelitian ini merupakan hasil modifikasi penelitian terdahulu.⁴¹ Maka dari populasi yang telah dipilih sebagai responden akan diberikan kumpulan pernyataan yang diharapkan dapat menggambarkan dan mengukur dari variable-variabel penelitian.

Jawaban responden berupa pilihan dari 5 alternatif yang ada, yaitu:

- a. SS = Sangat Setuju
- b. S = Setuju
- c. N = Netral
- d. TS = Tidak setuju
- e. STS = Sangat Tidak Setuju

Masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

- a. SS = Diberi skor 5
- b. S = Diberi skor 4
- c. N = Diberi skor 3
- d. TS = Diberi skor 2
- e. STS =Diberi skor 1

³⁹ Burhan Bungin, *metodelogi Penelitian kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta; 2005, h.119

⁴⁰ Muchamad Fauzi, *Metode Penelitian Kuantitatif sebuah pengantar*, Semarang; Walisongo Press, 2009, h.177

⁴¹ Modifikasi dari penelitian: Agista Anggun Pratami, *Pengaruh Teknik Handling Complain Terhadap Citra PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang*, Skripsi, 2015

2. Observasi

Observasi yaitu melakukan penelitian menggunakan pengamatan dan ingatan dari kejadian di lapangan yang terjadi. Observasi dilakukan pada saat pra survey dengan mengamati kejadian yang terjadi sesuai dengan kejadian di lapangan yaitu di Bank Sumut Kcp Syariah HM Yamin Medan. Observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi *Nonpartisipan*.⁴² Yaitu peneliti tidak terlibat dari kegiatan pada Bank Sumut Kcp Syariah HM Yamin Medan. Peneliti hanya mencatat, menganalisa dan selanjutnya membuat kesimpulan berdasarkan kejadian di lapangan.

3. Wawancara

Wawancara (*interview*) yaitu cara pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan objek yang diteliti atau dengan perantara yang mengetahui persoalan dari objek yang diteliti.⁴³

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Validitas (*validity*) menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau set dari operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur untuk melakukan tugasnya mencapai sasaran. Validitas juga berhubungan dengan kenyataan (*actually*). Validitas juga berhubungan dengan tujuan pengukuran.

Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Alat ukur yang tidak valid adalah yang memberikan hasil ukuran menyimpang dari tujuannya. Penyimpangan pengukuran ini disebut dengan kesalahan (*error*) atau varian. Tinggi rendah validitas suatu angket atau kuesioner dihitung dengan menggunakan metode Koefisien Korelasi Momen produk Pearson (*Pearson's Product Moment Correlation*) yaitu dengan menghitung korelasi antara skor

⁴²Sugiono (2014), Op.Cit, h 82

⁴³ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, cet IV, (Jakarta: Bumo Aksara, 2009) h.24

item pertanyaan dengan skor total. Penghitungan apakah kuesioner tersebut valid atau tidak didapat dari perbandingan r hitung dengan r tabel. Taraf kepercayaan yang digunakan yang digunakan adalah sebesar 5%.

Tingkat validitas diukur dengan cara membandingkan nilai r -hitung dengan nilai r -tabel untuk *Degree of Freedom* (df) = $n - 2$. Dimana jumlah sampel adalah 98 ($n=98$) dan $\alpha = 0,05$. Kriteria untuk penilaian uji validitas sebagai berikut :

- a. Apabila r hitung $>$ r table, maka pernyataan valid.
 - b. Apabila r hitung $<$ r table, maka pernyataan tidak valid.
- b. Uji Reabilitas

Reabilitas menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurannya. Reliabilitas berhubungan dengan akurasi (*accurately*) dari pengukurannya. Reliabilitas berhubungan dengan konsistensi dari pengukur. Suatu pengukur dikatakan dapat diandalkan (*reliable*) jika dapat dipercaya, maka hasil dari pengukuran harus akurat dan konsisten. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu, Repeated Measurei atau pengukuran ulang dan One shot atau pengukuran sekali saja.⁴⁴

Penelitian ini menggunakan pengukuran sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pernyataan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pernyataan. Untuk mengukur pada penelitian agar dapat dikatakan reliabel dengan uji statistik Cronbach Alpha pada SPSS 22.0. Suatu konstruk dikatakan jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0,70.⁴⁵

2. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji Normalitas

⁴⁴Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23" (Semarang: Universitas Dipenogoro 2013), h. 53

⁴⁵ Ibid, h.47-48

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variable berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dapat dilihat dari grafik normal probability plot. Apabila variabel berdistribusi normal, maka penyebaran plot akan berada di sekitar dan di sepanjang garis 45°.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada dan tidaknya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas. Untuk menunjukkan tidak adanya uji multikolinieritas dalam model regresi yaitu dengan menggunakan *VIF (Varians Inflation Factor)* dan *tolerance*.

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi, dapat dilihat dari beberapa hal, diantaranya:

- 1) Jika nilai *VIF* tidak lebih dari 10, maka model regresi bebas dari multikolinieritas.
- 2) Jika nilai *tolerance* tidak lebih dari 1, maka model regresi bebas dari multikolinieritas.⁴⁶

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain berbeda disebut Heteroskedastisitas, sedangkan model regresi yang baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas.⁴⁷ Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien. Menurut Ghozali salah satu cara untuk mendeteksi ada

⁴⁶ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT.Elex Media Komputindo, 2000) h.166

⁴⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Edisi Kedua, 2005), hlm 105

tidaknya Heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji Glejser. Uji Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variable independen. Hasil profitabilitas dikatakan signifikan jika nilai signifikasinya diatas kepercayaan 5%. Uji Glejser dilakukan dengan melihat nilai Obs*Rsquared. Data tidak terkena Heteroskedastisitas apabila Obs*R-squared atau probabilitas Chi-Square > alpha ($\alpha = 0,05$).⁴⁸

Hipotesis untuk uji Glejser adalah sebagai berikut:

H0 : residual identic

H1 : residual tidak identic

Statistik Uji:

$$F_{hitung} = \frac{MSR}{MSE} = \frac{\left[\sum_{i=1}^n (|\hat{e}_i| - |\bar{e}|)^2 \right] / (p)}{\left[\sum_{i=1}^n (|\hat{e}_i| - |\hat{e}_i|)^2 \right] / (n - p - 1)}$$

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan umum yang digunakan dalam analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Citra Bank Sumut Syariah (Variabel dependen/nilai yang dipengaruhi)

a = Konstanta interception

b₁ = Koefisien regresi dari X1

b₂ = Koefisien regresi dari X2

X₁ = Pelayanan *Complaint handling*

X₂ = Kualitas Layanan

e = error

⁴⁸ Lembaga administrasi negara, processing data dan penelitian kuantitatif menggunakan Eviews, (Jakarta: pusat kajian dan pendidikan dan pelatihan aparatur IV LAN,2010), hlm 1

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Individual (Uji-t)

Berguna untuk mengetahui derajat atau kekuatan pengaruh antara variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri) dengan variabel terikat (Y). Pengujian digunakan untuk membandingkan thitung dengan ttabel pada taraf signifikan 5% (0,05). Adapun persyaratan uji-t yaitu:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya variabel bebas (Independen) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak, artinya variabel bebas (Independen) secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji f dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen atau terikat. Uji F juga dapat digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Jika hasilnya signifikan, berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan) dengan melihat pada nilai Sig (pvalue) atau membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Kriteria pengambial keputusan adalah:

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{table}$ dan tingkat signifikansi (α) $< 0,05$ maka H_0 ditolak. Artinya secara bersamaan semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{table}$ dan tingkat signifikansi (α) $> 0,05$ maka H_0 diterima. Artinya secara bersamaan semua variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (Uji- R^2)

Suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel independen dikatakan Koefisien determinasi. Dengan

mengetahui nilai koefisien determinasi bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi untuk memprediksi variabel dependen. Nilai *R square* (R^2) menunjukkan koefisien determinasi yang mengukur besar presentase perubahan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas secara bersama-sama.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Sejarah Bank SUMUT Syariah

1. Sejarah Singkat Bank SUMUT Syariah

Bank Sumut Unit Syariah merupakan salah satu bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan zindari BI NO.6/DPIP/PRZ/Mdn tanggal 18 Oktober 2004. Pembukaan Kantor Cabang Syariah Medan dan Padang Sidempuan No.5/142/PRZ/Mdn tanggal 28 Oktober 2005 diikuti dengan dibukanya Cabang Syariah Tebing Tinggi pada tanggal 26 Desember 2005 sesuai dengan zin operasional Bank ndonesia sesuai dengan surat Bank ndonesia Medan kepada Direksi PT. Bank Sumut.

PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah telah didukung oleh sistem operasional perbankan yang disebut OLIB'S Syariah. Dalam menjalankan operasional perbankan sehari-hari PT. Bank Sumut Unit Syariah menggunakan sistem operasional perbankan yang berdasarkan pada prinsip Syariah.

Pada sistem operasi PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah pemilik dana menanamkan uangnya di bank tidak dengan motif mendapatkan bunga, tapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan dalam bentuk modal usaha, dengan perjanjian keuntungan yang disepakati bersama.

PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah diresmikan pada tanggal 04 November 2004, dengan dibukanya 2 unit Kantor operasional yaitu :

- a. Kantor Cabang Syariah Medan

b. Kantor Cabang Syariah P.Sidimpuan

Sejalannya waktu sampai dengan tahun 2018 ini Bank Sumut Unit Usaha Syariah telah memiliki 22 kantor Operasional yang terdiri dari 5 Kantor Cabang dan 17 Kantor Cabang Pembantu yang tersebar di Medan dan kota- kota besar lainnya di Sumatera Utara yaitu :

- a. Kantor Cabang Syariah Medan
- b. Kantor Capem Syariah Karya
- c. Kantor Capem Syariah HM. Jhoni
- d. Kantor Capem Syariah Marelan Raya
- e. Kantor Capem Syariah Kota Baru Marelan
- f. Kantor Capem Syariah HM Yamin
- g. Kantor Cabang Syariah Medan Ring Road
- h. Kantor Capem Syariah Brigjen Katamso
- i. Kantor Capem Syariah Stabat
- j. Kantor Capem Syariah Hamparan Perak
- k. Kantor Capem Syariah Kayu Besar
- l. Kantor Cabang Syariah Padang Sidimpuan
- m. Kantor Capem Syariah Panyabungan
- n. Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi
- o. Kantor Capem Syariah Lubuk Pakam
- p. Kantor Cabang Syariah Kisaran
- q. Kantor Cabang Syariah Kampung Pon
- r. Kantor Cabang Syariah Sibolga
- s. Kantor Cabang Syariah Pematang Siantar
- t. Kantor Cabang Syariah Perdagangan
- u. Kantor Cabang Syariah Rantau Prapat

1) Visi, Misi, dan Tujuan Bank Sumut

a) Visi

Menjadi Bank andalan untuk membuat dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala

bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

b) Misi

Mengelola dana pemerintah masyarakat secara professional yang didasarkan pada prinsip-prinsip *compliance*. Tujuan dari Bank Sumut Syariah adalah untuk menampung keinginan masyarakat yang ingin menggunakan Bank Syariah serta untuk mempercepat pembangunan kegiatan Usaha Syariah dengan memanfaatkan jaringan Bank Sumut Syariah.

2. Ruang Lingkup Bidang Usaha

Tata cara beroperasi Bank Syariah umumnya dan Unit Usaha Syariah PT. Bank Sumut khususnya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Hadits. Prinsip tersebut juga menempati dasar pada produk-produk Bank Sumut Unit Usaha Syariah, baik itu produk pembiayaan maupun produk penghimpunan dana.

Adapun produk sumber dana dan penyaluran dana di PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah adalah sebagai berikut :

a. Produk Penghimpun Dana

a) Tabungan B Marhamah

Tabungan Marhamah berdasarkan fatwa Majelis Ulama Nomor 02/DSNMUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/ 1 April 2000 M. Tabungan Marhamah berdasarkan prinsip mudharabah muthlaqah yaitu investasi yang dilakukan oleh nasabah sebagai pemilik dana (shahibul maal) dan Bank sebagai pengelola (mudharib).

b) Tabungan B Martabe

Bank Sumut Unit Usaha Syariah mempunyai produk tabungan marwah yang berprinsip *wadiah yad al-dhamanah* (titipan dana) yang berdasarkan majelis ulama ndonesia nomor 02/DSN-MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H / 1 April

2004 M. Bank tidak mengurangi saldo tabungan milik nasabah kecuali dengan persetujuan penabung untuk tujuan tertentu.

Selain itu tabungan marwah (iB Martabe) juga bebas administrasi bulanan. Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan setiap hari dan jam kerja diseluruh Bank Sumut secara online. Bank tidak memberikan bagi hasil kepada penabung tetapi memungkinkan diberikan bonus namun tidak dijanjikan di awal kesepakatan.

c) Simpanan Giro B Wadiah

Bank Sumut Unit Usaha Syariah memiliki produk giro wadiah yang berprinsip *wadiah yad al-dhamanah* (tujuan murni) yang berdasarkan Fatwa Majelis Ulama Nomor 01/DSN/MUI/IV/2000 tanggal 26 Dzulhijjah 1420 H/1 April 2000 M.

Pada produk giro wadiah ni, anda menitipkan dana pada Bank Sumut Unit Usaha Syariah. Bank Sumut Unit Usaha Syariah akan mempergunakan dana tersebut sesuai dengan prinsip syariah dan menjamin akan mengembalikan titipan tersebut secara utuh bila sewaktu-waktu anda membutuhkannya.

Saldo giro wadiah dapat dijadikan jaminan pembiayaan Nasabah dapat menarik dananya setiap saat dengan menggunakan cek atau bilyet giro diseluruh unit Kantor Bank Sumut secara online dengan mengikuti ketentuan yang berlaku.

d) Simpanan Giro B Mudharabah

Pada produk giro mudharabah ni pemilik dana (*shaibul mal*) melakukan transaksi dengan pengelola dana (*mudharib*) yang dalam mekanisme mudharabah, bank bertindak sebagai wali amanah yang harus berhati-hati dalam mengelola dana milik *shaibul mal*.

e) Deposito iB badah Mudharabah

Investasi berjangka yang aman dengan bagi hasil yang menguntungkan dan akan terus tumbuh. Dengan prinsip

Mudharabah Mutlaqah, deposito badah akan mengelola dana nvestasi anda sebagai nvestasi berjangka yang akan terus tumbuh dengan aman,berkah,tentram dan menguntungkan.

f) Tabungan B Haji Makbul

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan badah haji dan umrah.

b. Produk Pembiayaan

a) iB Modal Kerja Mudharabah

Pembiayaan B modal kerja dengan akad mudharabah adalah akad kerjasama antara Bank sebagai pemilik dana penuh (100%) dengan nasabah sebagai pengelola dana (pemilik keahlian) untuk melaksanakan usaha tertentu dimana pembagian keuntungan/bagi hasil dihitung dengan menggunakan metode bagi untung dan rugi atau metode bagi pendapatan antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati.

b) iB Modal Kerja Musyarakah

Pembiayaan B modal kerja dengan akad musyarakah adalah akad kerjasama antara Bank dengan nasabah yang sama-sama memiliki modal dalam mengelola usaha tertentu, dimana nasabah akan melakukan bagi hasil atau usaha sesuai nisbah yang disepakati pada jangka waktu yang tertentu.

c) Pembiayaan KPR B Griya

Pembiayaan KPR B Griya adalah pembiayaan yang diberikan kepada perorangan untuk kebutuhan pembelian Rumah baik berupa Rumah Tinggal yang dijual melalui Pengembangan atau bukan Pengembang di lokasi-lokasi yang telah ditentukan Bank dengan system Murabahah (jual/beli).

d) Pembiayaan B Multiguna

Pembiayaan B Multiguna dengan akad murabahah adalah jual beli atau sesuatu barang dengan harga yang disepakati di awal pada akad, dimana bank menyebutkan harga beli dan margin

keuntungan bank. Produk pembiayaan ini dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan usaha untuk investasi pengadaan barang modal dan lahan perkebunan.

c. Produk Jasa

Adapun jasa yang ditawarkan PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah adalah sebagai berikut:

a) Gadai Emas

Pinjaman dengan gadai emas adalah fasilitas pinjaman tanpa mbalan dengan jaminan emas yang kewajiban peminjam mengembalikan pokok pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu, jaminan emas yang diberikan disimpan dan dalam penguasaan/pemeliharaan Bank dan atas penyimpanan tersebut nasabah diwajibkan membayar biaya sewa.

b) ATM Bank SUMUT Syariah

ATM Bank Sumut Syariah adalah fasilitas yang diberikan kepada nasabah tabungan B Martabe Wadiah bagi hasil untuk memudahkan dalam melakukan transaksi penarikan uang tunai, transfer dana antar cabang Bank SUMUT dan transfer antar bank lainnya. Selain itu, ATM Bank Sumut Syariah juga dapat digunakan untuk membayar telepon, Telkom speedy, Flexi, pembeian pulsa, pembayaran tagihan handphone bahkan untuk pembelian tiket pesawat.

c) Kiriman Uang (Transfer)

Transfer uang (Transfer) yaitu suatu jasa bank dalam pengiriman dana dari suatu cabang ke cabang yang lain atas permintaan pihak ketiga (Ijab dan Qabul) untuk dibayarkan kepada penerima ditempat lain. Kiriman uang menggunakan prinsip wakalah.

d) Kliring

Kliring yaitu tata cara perhitungan utang piutang dalam bentuk surat-surat dagang dan surat-surat berharga antara bank peserta kliring dengan maksud agar perhitungan utang piutang tu

terselenggara dengan mudah, cepat dan aman, serta landasan syariahnya dengan menggunakan prinsip wakalah.

e) Bank Garansi

Bank Garansi yaitu pemberian janji Bank (penjamin) kepada pihak lain (terjamin) untuk jangka waktu tertentu, jumlah tertentu dan keperluan tertentu, bahwa bank akan membayar kewajiban nasabah yang diberi Garansi Bank kepada pihak lain tersebut, apabila bank tersebut cedera janji.

f) Inkaso (Jasa Tagihan)

Merupakan fasilitas yang diberikan kepada nasabah atas kepastian dan pengurusan penagihan warkat-warkat yang berasal dari kota lain secara cepat dan aman berdasarkan prinsip wakalah.

3. Job Description

a. Pimpinan Cabang

Tugas dan tanggung jawab Pimpinan Cabang Bank adalah sebagai berikut:

- a) Mempersiapkan, mengusulkan, melakukan negosiasi, merevisi rencana kerja dan anggaran (RKA) dalam rangka mencapai target bisnis yang ditetapkan.
- b) Membina dan mengkoordinasi unit-unit kerja dibawahnya untuk mencapai target yang telah ditetapkan.
- c) Memfungsikan semua unit kerja dibawahnya dan pekerja binaanya dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan guna mewujudkan pelayanan yang sebaik-baiknya.
- d) Mengawasi semua bawahannya dan unit-unit kerja dibawahnya dalam rangka melaksanakan dan mencapai sasaran dari rencana kerja yang telah ditetapkan.
- e) Melaksanakan kegiatan pemasaran dana, jasa serta kredit dalam rangka memperluas pangsa pasar.

b. Wakil Pimpinan

- a) Melakukan koordinasi kerja dengan unit kerja di kantor pusat maupun unit kerja dibawahnya.
 - b) Mengajukan rencana anggaran, inventaris untuk unit kerja dibawah koordinasi yang harus diketahui dan disetujui oleh pimpinan perusahaan.
 - c) Membantu laporan terkait operasional bank sesuai ketentuan yang berlaku.
- c. *Account Officer*
- a) Mencari nasabah yang layak sesuai dengan kriteria peraturan bank.
 - b) Menilai dan mengevaluasi berapa pembiayaan yang akan diberikan yang berada pada bagian perkreditan yang memiliki tugas dan kewajiban secara umum yaitu mengelola kredit nasabahnya.
- d. *Funding Sales Officer*
- Adapun tugas dan tanggung jawab dari *Funding Sales Officer* adalah sebagai berikut :
- a) Mempromosikan dan memasarkan produk bank yang berupa tabungan, giro, dan deposito.
 - b) Membuka rekening tabungan baru atau akuisisi
 - c) Mejalin hubungan baik kepada para nasabah agar tetap menyimpan atau berinvestasi di bank tersebut.
 - d) Mencari dan mengajak nasabah untuk melakukan top up dana.
 - e) Mengawasi dan memonitoring produk bank yang telah terjual.
- e. *Customer Service Officer (CSO)*
- Adapun tugas dan tanggung jawab dari *Customer Services Officer* adalah sebagai berikut:
- a) Melayani nasabah dalam pembukaan buku tabungan, deposito, giro, haji dan SMS Banking
 - b) Melayani nasabah yang membuat kartu ATM, buku Cek dan buku Bilyet Giro dan melakukan pengkinian data nasabah.
 - c) Melakukan penyaluran dana-dana bantuan, beasiswa dan lain-lain.

- d) Membuat laporan penanganan dan penyelesaian pengaduan nasabah dan membuat laporan bulanan.

f. *Teller*

Adapun tugas dan tanggung jawab dari Teller adalah sebagai berikut:

- a) Menerima dan mengembalikan modal kas setiap hari kerja kepada head teller.
- b) Melayani transaksi keuangan mitra, baik penarikan tunai, setoran tunai, transfer KU dan KU keluar serta nota masuk dan nota keluar, SP2D, setoran pajak MPN G2 dan Payment online lainnya.
- c) Melakukan posting terhadap penutupan rekening nasabah.
- d) Melakukan validasi terhadap pembukuan nota-nota transaksi.

4. Lokasi Perusahaan

a. Kantor Cabang Utama

Kantor cabang berlokasi di Jl. mam Bonjol No. 18 Medan 20152 Sumatera Utara. Telp (061) 41551100, Fax (061) 4574153, (061) 4574153.

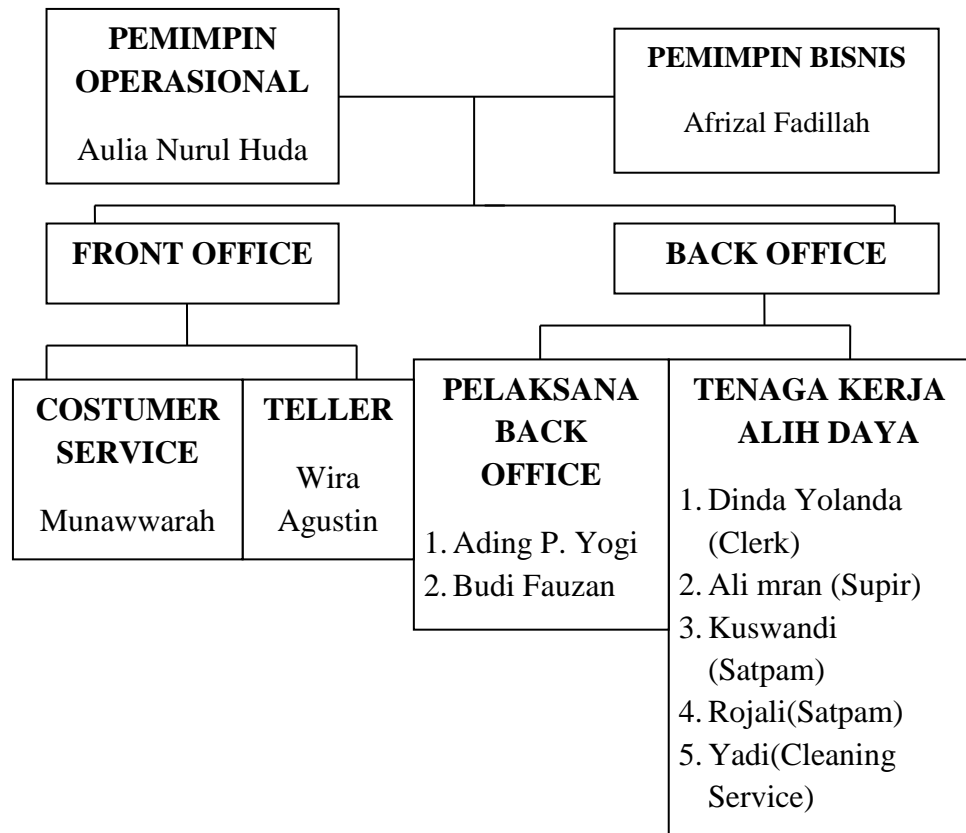
b. Kantor cabang syariah Medan

PT. Bank Sumut Capem Syariah cabang HM. Yamin (serdang) berdiri pada tanggal 18 juli 2011 beralamat di Jl. H.M Yamin No.484 Medan, NoTelp. (061) 4515233 dan Fax (061) 4515234. Dengan lokasinya juga sangat strategis karena disekitarnya banyak sekali UKM. Ini merupakan peluang besar untuk meningkatkan laba perusahaan dan perekonomian masyarakat disekitar bank tersebut.

c. Daerah pemasaran Daerah pemasaran produk-produk Bank Sumut Syariah Capem HM. Yamin Medan meliputi Medan khususnya dan Sumatera Utara umumnya.

5. Struktur Organisasi

Organisasi merupakan salah satu fungsi manajemen yang paling penting adanya suatu manajemen yang baik dan tepat dalam organisasi, maka otomatis dalam pengaturan tugas setiap bidang ditata dengan baik.



Gambar 4.1

Struktur Organisasi PT Bank Sumut KCP Syariah HM Yamin

B. Analisis Deskriptif

Dalam bab ini penulis akan menganalisis data yang telah terkumpul, data yang telah dikumpulkan tersebut berupa hasil jawaban responden untuk mengetahui pengaruh *Handling Complaint* terhadap citra Bank Sumut Syariah Kcp HM Yamin dengan subjeknya yaitu Nasabah Bank Sumut Syariah sebanyak 98 pelaku. Kriteria subjek penelitian yaitu nasabah yang telah melakukan pelayanan *complaint handling* dan menjadi nasabah tabungan minimal 6 bulan.

Penelitian ini dilakukan selama 3 minggu penelitian. Penulis menemui langsung nasabah Bank Sumut Syariah yang datang ke Bank Sumut Syariah Cabang Pembantu HM Yamin sebab apabila ada nasabah yang kurang mengerti dan ada yang ingin ditanyakan dalam kuesioner dapat penulis jelaskan secara langsung. Nasabah yang penulis temui bermacam-macam usia, tingkat

pendidikan, pekerjaan responden, lama menjadi nasabah dan jenis kelamin. Untuk melihat tanggapan responden terhadap indikator-indikatornya, disajikan dalam uraian berikut:

1. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden Bank SUMUT Syariah KCP HM Yamin Medan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase(%)
1	Pria	44	44,9%
2	Wanita	54	55,1%
Total		98	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada Tabel 4.1 diatas dapat diketahui tentang jenis kelamin nasabah Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin yang paling banyak adalah wanita yaitu sebesar 55,1% atau sebanyak 54 orang dan pria sebesar 44,9% atau sebanyak 44 orang. Dari data tersebut menunjukkan sebagian besar nasabah yang menjadi responden penelitian ini adalah wanita.

2. Lama Menabung

Data mengenai lama responden menggunakan tabungan di Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Tabungan

Lama Menggunakan Tabungan	Frekuensi	Persentase(%)
1 Tahun	14	14,3%
2-3 Tahun	19	19,4%
4-5 Tahun	25	25,5%

6-7 Tahun	22	22,4%
8-9 Tahun	10	10,2%
10-11 Tahun	5	5,1%
≥12 Tahun	3	3,1%
Total	98	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui lama nasabah menggunakan produk tabungan selama 1 tahun berjumlah 14 orang atau sebesar 14,3%, 2-3 tahun berjumlah 19 orang atau 19,4%, 4-5 tahun berjumlah 22 orang atau 22,4%, 6-7 tahun berjumlah 25 orang atau sebesar 25,5%, 8-9 tahun berjumlah 10 orang atau 10,2%, 10-11 tahun berjumlah 5 orang atau sebesar 5,1%, dan ≥12 tahun 3 orang atau 3,1%. Dengan demikian dapat disimpulkan dari keseluruhan responden yang berjumlah 98 orang bahwa mayoritas nasabah Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan dengan lamanya menggunakan produk tabungan antara 4-5 tahun.

C. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan atau kevalidan item-item dalam suatu pertanyaan. Validitas item ditunjukkan dengan adanya dukungan terhadap skor total. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Untuk menentuka suatu item pertanyaan itu valid atau tidak, yang harus dilakukan adalah membandingkan r hitung dengan r tabel dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau 5% dengan jumlah responden atau $n= 98$, sehingga r tabel dalam penelitian ini adalah : $r(0,05;98-2) = 0.1986$. Untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu item pertanyaan, maka yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah melakukan perhitungan statistik dengan menggunakan aplikasi SPSS 25. Adapun hasil output SPSS perhitungan uji validitas dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.6

Uji Validitas Variabel X1 (*Complaint Handling*)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Item 1	0,533	0,1986	Valid
Item 2	0,494	0,1986	Valid
Item 3	0,531	0,1986	Valid
Item 4	0,429	0,1986	Valid
Item 5	0,315	0,1986	Valid
Item 6	0,341	0,1986	Valid
Item 7	0,525	0,1986	Valid
Item 8	0,431	0,1986	Valid
Item 9	0,355	0,1986	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas, secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel X1 dapat dinyatakan valid karena memiliki r hitung $>$ r tabel, dengan nilai r tabel yaitu 0,1986.

Tabel 4.7

Uji Validitas Variabel X2 (*Kualitas Pelayanan*)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Item 1	0,576	0,1986	Valid
Item 2	0,632	0,1986	Valid
Item 3	0,652	0,1986	Valid
Item 4	0,615	0,1986	Valid
Item 5	0,687	0,1986	Valid
Item 6	0,624	0,1986	Valid
Item 7	0,706	0,1986	Valid
Item 8	0,601	0,1986	Valid
Item 9	0,540	0,1986	Valid
Item 10	0,556	0,1986	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel X2 dapat dinyatakan valid karena memiliki r hitung $>$ r tabel.

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel Y (Citra)

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Item 1	0,436	0,1986	Valid
Item 2	0,613	0,1986	Valid
Item 3	0,583	0,1986	Valid
Item 4	0,659	0,1986	Valid
Item 5	0,562	0,1986	Valid
Item 6	0,669	0,1986	Valid
Item 7	0,410	0,1986	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel Y dapat dinyatakan valid karena memiliki r hitung $>$ r tabel.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Untuk mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* (α) lebih dari 0,60 ($>0,60$). Hasil pengujian reliabilitas instrumen menggunakan alat bantu aplikasi statistik SPSS 25. Adapun hasil output perhitungan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Batas Cronbach Alpha	Keterangan
X1	0,756	0,6	Reliabel
X2	0,885	0,6	Reliabel
Y	0,818	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2021

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X1, X2, dan Y adalah reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak, karena data yang baik adalah data yang memiliki distribusi normal. Untuk mengujinya dapat digunakan uji normalitas *Kolmogrov Smirnov*. Pengambilan keputusan untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menentukan nilai signifikannya. Jika signifikansi > 0.05 maka data tersebut berdistribusi normal dan sebaliknya, jika signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.58597061
Most Extreme Differences	Absolute	.066

	Positive	.060
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil Output SPSS 25, 2021

Berdasarkan hasil pengujian diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0.200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mnguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas (tidak terjadi multikolinearitas). Jika variabel bebas saling berkolerasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal, yaitu variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara yakni:

Berikut adalah hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4.11

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	1.506	3.472		.434	.665		
Complaint Handling	.522	.089	.517	5.867	.000	.812	1.232
KualitasLayanan	.159	.069	.205	2.321	.022	.812	1.232

a. Dependent Variable: Citra

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dari hasil uji *Variance Inflation Factor* (VIF) pada hasil output SPSS tabel Coefficients, masing-masing

variabel independen memiliki $VIF < 10$ dan nilai $Tolerance > 0,10$, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi multikolinearitas pada data yang diuji.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara memprediksinya dilakukan dengan melakukan uji glejser sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.130	2.029		-.064	.949
	Complaint Handling	.040	.052	.086	.760	.449
	KualitasLayanan	.015	.040	.043	.379	.705

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikansinya dari kedua variabel lebih besar dari 0,05 dengan rincian, untuk variabel X1 nilai signifikansi yang dihasilkan $0,449 > 0,05$, untuk variabel X2 nilai signifikansi $0,705 > 0,05$. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa pada model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas pada masing-masing variabel dependen.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda yaitu hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis

ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif, dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.506	3.472		.434	.665
	Complaint Handling	.522	.089	.517	5.867	.000
	Kualitas Layanan	.159	.069	.205	2.321	.022

a. Dependent Variable: Citra

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

Pada tabel diatas, dijelaskan nilai koeficients dari persamaan regresi, dimana:

$$Y = \text{Citra}$$

$$X1 = \text{Complaint Handling}$$

$$X2 = \text{Kualitas Layanan}$$

Dalam penelitian ini persamaan regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b1 X1 + b2X2 + b3X3$$

$$Y = 1,506 + 0,522 X1 + 0,159 X2$$

Berdasarkan regresi diatas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 1.506, artinya jika nilai variabel dengan koefisien variabel X1 (*Complaint Handling*) dan X2 (Kualitas Layanan) bernilai konstan tau nol (0), maka variabel cira tetap sebesar 1.506.
- b. Nilai koefisien variabel *Complaint Handling* (X1) sebesar 0,522, artinya bahwa setiap kenaikan variabel *Complaint Handling* satu satuan maka variabel Citra akan naik sebesar 0,522 dengan asumsi bahwa variabel

lain dari model regresi adalah tetap. Artinya terjadi hubungan positif antara variabel *complaint handling* dengan variabel citra. Hal ini menunjukkan apabila variabel *complaint handling* semakin baik, maka variabel citra akan mengalami kenaikan.

- c. Nilai koefisien variabel kualitas layanan (X2) sebesar 0,159, artinya bahwa setiap kenaikan variabel kualitas layanan satu satuan maka variabel Citra akan naik sebesar 0,159 dengan asumsi bahwa variabel lain dari model regresi adalah tetap. Artinya terjadi hubungan positif antara variabel kualitas layanan dengan variabel citra. Hal ini menunjukkan apabila variabel kualitas layanan semakin baik, maka variabel citra akan mengalami kenaikan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Individual (Uji-t)

Uji statistik t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen atau bebas secara individual dalam mengukur variasi variabel dependen terkait. Jika nilai t hitung > t tabel maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara individual berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi t hitung lebih kecil dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel diperoleh dari:

$$\begin{aligned}
 t \text{ tabel} &= t_{\alpha/2}(df) \\
 &= t_{0,05/2}(98-2) \\
 &= t_{0,025}(96) \\
 &= 1,98498 \\
 &= 1,985
 \end{aligned}$$

Tabel 4.14
Hasil Uji-t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.506	3.472		.434	.665
	Complaint Handling	.522	.089	.517	5.867	.000
	Kualitas Layanan	.159	.069	.205	2.321	.022

a. Dependent Variable: Citra

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021

1) Variabel *Complaint Handling*

Dari hasil perhitungan diatas didapatkan nilai t hitung sebesar 5,867 > t tabel sebesar 1,985 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan H1 diterima, yang artinya variabel *Complaint Handling* berpengaruh signifikan terhadap variabel Citra.

2) Variabel Kualitas Layanan

Dari hasil perhitungan diatas didapatkan nilai t hitung sebesar 2,321 > 1,985 dan nilai signifikansi 0,022 < 0,05 maka dapat disimpulkan H2 diterima, yang artinya variabel Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Citra.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F simultan digunakan untuk mengukur pengaruh fariabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat dengan menggunakan nilai probabilitas (sig). Kriteria pengujian simultan pada skripsi ini yaitu jika F hitung < F tabel maka tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan jika F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

F tabel diperoleh dari:

F-tabel = k; n-k

F = 2; 98-2

=2; 96

=3,091

Pengujian simultan pada skripsi ini dengan menggunakan SPSS 25 for windows. Hasil uji F dapat dilihat dari output ANOVA berikut ini:

Tabel 4.15

Hasil Uji-F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	434.082	2	217.041	31.787	.000 ^b
	Residual	648.663	95	6.828		
	Total	1082.745	97			
a. Dependent Variable: Citra						
b. Predictors: (Constant), KualitasLayanan, Complaint Handling						

Sumber: Hasil Output SPSS,2021

Berdasarkan data pada kolom F diatas nilai F hitung adalah 31,787 sedangkan. Nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai F hitung > F tabel, karena $31,787 > 3,091$ dan nilai signifikansi $0,0 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti complaint handling dan kualitas layanan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap citra perusahaan.

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji- R^2)

Koefisien determinasi (Adjusted R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.633 ^a	.401	.388	2.613
a. Predictors: (Constant), KualitasLayanan, Complaint Handling				

Sumber: Hasil Output SPSS,2021

Berdasarkan hasil uji determinasi yang tampak pada tabel diatas, besarnya koefisien determinasi (Adjusted R^2) adalah 0,388 hal tersebut berarti 38,8% variabel citra dapat dijelaskan oleh variabel *complaint handling* dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya adalah 61,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan diatas.

5. Pembahasan

a. Pengaruh pelayanan *complaint handling* terhadap citra

Dari hasil analisa data variabel *complaint handling* memiliki nilai t hitung $5,867 > t$ tabel $1,985$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, nilai koefisien β dari variabel *complaint handling* bernilai positif yaitu $0,522$. Jadi hipotesis yang telah dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak, atau dengan kata lain secara parsial *complaint handling* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra. Arah koefisien regresi bertanda positif, hal ini berarti bahwa peningkatan nilai *complaint handling* secara positif mampu meningkatkan citra perusahaan. Artinya semakin baik pelayanan *complaint handling* yang diberikan Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin, maka citra perusahaan juga akan semakin baik.

Penelitian ini selaras dengan teori *complaint handling* yang dikemukakan oleh Fandy Tciptono yaitu keluhan atau komplain merupakan sebuah harapan yang belum terpenuhi. Keluhan atau komplain pelayanan adalah ekspresi perasaan ketidak puasan atas

standar pelayanan, tindakan atau ketiadaan tindakan aparat pelayanan yang berpengaruh kepada para pelanggan.⁴⁹

Akan tetapi penelitian lain dari Agista Anggun Pratami menyebutkan hasil yang berlawanan yaitu variabel *handling complaint* tidak berpengaruh terhadap citra bank BNI Syariah. Terdapat faktor lain yang mempengaruhi citra bank.⁵⁰

b. Pengaruh kualitas layanan terhadap citra

Dari hasil analisa data variabel kualitas layanan memiliki nilai t hitung $2,321 > t$ tabel $1,985$ dan nilai signifikansi $0,022 < 0,05$, nilai koefisien β dari variabel kualitas pelayanan bernilai positif yaitu $0,519$. Jadi hipotesis yang telah dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak, atau dengan kata lain secara parsial kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra bank. Arah koefisien regresi bertanda positif, hal ini berarti bahwa peningkatan nilai kualitas layanan secara positif mampu meningkatkan citra perusahaan yang baik. Artinya semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin, maka citra bank juga akan semakin meningkat.

Penelitian tersebut didukung oleh pendapat yang dikemukakan oleh Kotler bahwa kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan dalam usaha meningkatkan kualitas layanan, perusahaan harus meningkatkan komitmen dan kesadaran serta kemampuan para karyawan, terutama mereka yang langsung berhubungan dengan pelanggan.⁵¹

⁴⁹ Fandy Tjiptono, "Strategi Pemasaran", (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2008), h. 35

⁵⁰ Agista Anggun Pratami, "Pengaruh Teknik Handling Complain Terhadap Citra PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang", (Semarang: Skripsi, 2015)

⁵¹ Luthfy, Zainul, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Citra Perusahaan, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*. Jurnal. h.11

c. Pengaruh pelayanan *complaint handling* dan kualitas layanan terhadap citra

Berdasarkan pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen nilai Adjusted R Square diperoleh 0,388 atau 38,8%. Artinya bahwa variasi variabel independen memberikan kontribusi terhadap variabel citra, sedangkan sisanya sebesar 61,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Secara bersama-sama dapat dijelaskan oleh uji F (Uji simultan) menunjukkan F hitung sebesar 31,787 sedangkan F tabel sebesar 3,091. Sehingga F hitung lebih besar dari F tabel ($31,787 > 3,091$), dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti *complaint handling* dan kualitas layanan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap citra perusahaan.

Hal ini selaras dengan teori Shirley Harrison untuk menentukan pelayanan *complaint handling* dan kualitas layanan yaitu dengan melalui empat elemen berupa *personality, reputation, value, dan corporate identity* sebagai acuan untuk menentukan citra perusahaan. Apabila keempat elemen tersebut telah dipenuhi maka dapat tercipta citra yang baik khususnya bagi Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan analisis data yang telah dilakukan terhadap 98 sampel responden dalam penelitian tentang “Pengaruh Pelayanan *Complaint Handling* Dan Kualitas Layanan Terhadap Citra PT. Bank Sumut Kcp Syariah HM Yamin Medan” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *complaint handling* berpengaruh terhadap citra bank dan memiliki hubungan yang searah dan bernilai positif, hal ini berarti bahwa peningkatan pelayanan *complaint handling* mampu meningkatkan citra, artinya semakin baik pelayanan *complaint handling* yang diberikan maka, citra perusahaan juga akan semakin baik.
2. Variabel kualitas layanan memiliki berpengaruh terhadap citra bank dan memiliki hubungan yang searah dan bernilai positif, hal ini berarti bahwa peningkatan nilai kualitas layanan secara positif mampu meningkatkan citra perusahaan yang baik. Artinya semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin, maka citra bank juga akan semakin meningkat.
3. Variabel independen (*complaint handling* dan kualitas layanan) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (citra), hal ini berarti bahwa variabel independen sudah cukup baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin
 - a. Lebih meningkatkan penanganan komplain dari para nasabah, agar penanganan yang dilakukan dapat memberikan kepuasan bagi para nasabah

- b. Meningkatkan kualitas pelayanan yang dimiliki, baik berupa fasilitas fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati sehingga para nasabah merasa aman dalam menggunakan jasa Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin dan memberikan pelatihan kepada karyawan sehingga akan memberikan kepuasan kepada nasabah.
 - c. Hendaknya Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin tetap mempertahankan kinerja yang telah dicapai baik kinerja perusahaan dan kinerja karyawan agar citra perusahaan tetap terjaga dan dapat terus bertahan dalam persaingan dunia lembaga keuangan mikro syariah yang berkembang saat ini.
2. Bagi penelitian selanjutnya
- Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi citra perusahaan, karena dari penelitian ini diketahui 61,2% masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi citra perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Akh Muwafik Saleh. 2012. *Public Service Communication*. Malang:UMM Press.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT.Rineka Putra.
- Artanti, Yessy dan Ningsih Lestari.2018. *Pengaruh penanganan keluhan terhadap loyalitas nasabah Pt. Bank muamalat indonesia,tbk. dengan kepuasan nasabah sebagai variabel perantara (studi pada nasabah bank muamalat cabang surabaya)*. Jurnal Ekonomi Vol. 14, No. 2
- Asnawi dan Masyhuri. 2009. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Malang Press.
- Awal, Isgiyanto. 2009. *Teknik Pengambilan Sampel*. Jogjakarta: Mitra Cendikia.
- Burhan, Bungin. 2005. *Metodelogi Penelitian kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta.
- Darlina, Deli. 2016. *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan*. JOM FSIP, Vol 1 No. 3 Februari.
- Dr. Sunardi, Sri Handayani, “*Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia*”. ISLAMINOMIC JURNAL Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah.
- Fauzi, Muchamad. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif sebuah pengantar*. Semarang; Walisongo Press.
- <https://kbbi.web.id/citra>, di akses 19 Mei 2021
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia.

- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, Jakarta: PT Gramedia.
- Iman Mulyana & Dwi Sumandi. Ebook. *Citra Perusahaan (Seri Manajemen Pemasaran)*.
- Jamaan, Royhan. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepercayaan nasabah serta dampaknya terhadap loyalitas nasabah (studi kasus bank syariah mandiri)*. Skripsi.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2008. Edisi Keempat, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.
- Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Lathief, Muhammad. 2018. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Medan: Febi UINSU Press.
- Malhotra, Naresh K, and David F. Birks. 2012. *Marketing Research: An Applied Approach 3rd European Edition*. Harlow: England: Prentice-Hall.
- Moenir. 2003. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta, Bumi Aksara.
- Nazir. 1988. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia,
- Rambat Lopiyoadi, A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rismi Somad, Donni Juni Priansa, 2014. *Manajemen Komunikasi mengembangkan bisnis berorientasi pelanggan*. Bandung: ALFABETA.
- Santoso, Tjiptono, 2001. *Riset Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Analisis Data Penelitian Dengan Menggunakan SPSS* Yogyakarta: Cv. Andi Offset.
- Sugiyono. 2013. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi*, Bandung: ALFABETA.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :Alfabeta.

Suharyadi dan Purwanto S.K. 2003. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern. Jilid 1*. Jakarta: Salemba Empat.

Suliyanto, 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

Kuesioner penelitian skripsi

Assalamualaikum Wr. Wb

Perkenalkan nama saya Dwi Sakinah mahasiswi S1 Perbankan Syariah Univesitas Islam Negeri Sumater Utara (UINSU). Kuesioner ini saya buat dalam rangka mengumpulkan data untuk kepentingan penelitian tugas akhir (skripsi) saya yang berjudul 'Pengaruh Pelayanan *Handling Complaint* Terhadap Citra Bank Sumut Kcp Syariah HM Yamin Medan' di univesitas terkait.

Saya selaku peneliti meminta ketersediaan rekan rekan untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner berikut. Data yang responden berikan bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk penelitian saja.

Petunjuk Pengisian:

Pilihlah salah satu jawaban yang dirasa sesuai dengan jawaban saudara/i

- a. Sangat Setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Netral (N)
- d. Tidak Setuju (TS)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS)

Terimakasih,

Nama Lengkap :
Email :
Jenis Kelamin :
Lama Menabung :

Apakah anda pernah melakukan pelayanan komplain? (ATM tertelan, ATM terblokir, Saldo terdebit tapi tidak keluar uang, transferan tidak masuk, dan lain sebagainya)

- a. Ya
- b. Tidak

1. Ketika melakukan *handling complaint* (pelayanan komplain), cs akan meminta maaf terlebih dahulu kepada nasabah.
 - a. Sangat Setuju (SS)

- b. Setuju (S)
 - c. Netral (N)
 - d. Tidak Setuju (TS)
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Ketika melakukan *handling complaint* (pelayanan komplain), cs akan memberikan nasabah kesempatan berbicara
 - a. Sangat Setuju (SS)
 - b. Setuju (S)
 - c. Netral (N)
 - d. Tidak Setuju (TS)
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
3. Ketika melakukan *handling complaint* (pelayanan komplain), cs akan mendengarkan baikbaik
 - a. Sangat Setuju (SS)
 - b. Setuju (S)
 - c. Netral (N)
 - d. Tidak Setuju (TS)
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
4. Ketika melakukan *handling complaint* (pelayanan komplain), cs tidak menyelapembicaraan
 - a. Sangat Setuju (SS)
 - b. Setuju (S)
 - c. Netral (N)
 - d. Tidak Setuju (TS)
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
5. Ketika melakukan *handling complaint* (pelayanan komplain), cs akan mengajukan pertanyaan setelah nasabah selesai berbicara
 - a. Sangat Setuju (SS)
 - b. Setuju (S)
 - c. Netral (N)
 - d. Tidak Setuju (TS)
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
6. Ketika melakukan *handling complaint* (pelayanan komplain), cs tidak marah dan tidak mudah tersinggung
 - a. Sangat Setuju (SS)
 - b. Setuju (S)
 - c. Netral (N)
 - d. Tidak Setuju (TS)
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS)
7. Ketika melakukan *handling complaint* (pelayanan komplain),

- cs tidak mendebat nasabah
- Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (S)
 - Netral (N)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)
- Ketika melakukan *handling complaint* (pelayanan komplain), cs akan bersifat sopan, ramah, dan selalu berlaku tenang.
 - Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (S)
 - Netral (N)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)
 - Ketika melakukan *handling complaint* (pelayanan komplain), cs akan menunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu
 - Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (S)
 - Netral (N)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)
 - Bank Sumut Syariah dipercaya dan memiliki tanggung jawab sosial
 - Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (S)
 - Netral (N)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)
 - Bank Sumut Syariah memiliki kinerja dan pelayanan yang memuaskan
 - Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (S)
 - Netral (N)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)
 - Bank Sumut Syariah memiliki tingkat keamanan yang baik
 - Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (S)
 - Netral (N)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)
 - Bank Sumut Syariah memiliki respon yang cepat atas permintaan nasabah
 - Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (S)
 - Netral (N)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)
 - Bank Sumut Syariah memiliki respon yang cepa tatas keluhan nasabah
 - Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (S)
 - Netral (N)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)
 - Bank Sumut Syariah memiliki logo dan warna yang membedakan dari perbankan lain
 - Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (S)
 - Netral (N)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)
 - Bank Sumut Syariah memiliki slogan yang membedakan dari perbankan lain
 - Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (S)
 - Netral (N)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)

Saran dan masukan terhadap Bank Sumut Syariah kedepannya:

No	Pelayanan	SS	S	N	TS	STS
1	Bank SUMUT Syariah memiliki produk yang beragam					
2	Karyawan mampu dan terampil dalam melayani nasabah					
3	Layanan yang diberikan Bank SUMUT Syariah sesuai dengan yang ditawarkan					
4	Karyawan sigap dalam memberikan layanan					
5	Karyawan Bank SUMUT Syariah memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan nasabah					
6	Karyawan bersungguh sungguh dalam melayani nasabah serta jujur dalam memberikan informasi					
7	Bank SUMUT Syariah memiliki prosedur pelayanan yang jelas					
8	<i>Frontliner</i> ramah dalam melayani nasabah					
9	Karyawan Bank SUMUT Syariah mampu berkomunikasi dengan baik kepada nasabah					
10	Secara keseluruhan kantor Bank SUMUT Syariah bersih dan nyaman					

Lampiran 2: Jawaban Kuesioner Responden Bank SUMUT Kcp Syariah HM Yamin Medan

Complaint Handling (X1)									X1	Kualitas Layanan										X2	Citra							Y
X1 1	X1 2	X1 3	X1 4	X1 5	X1 6	X1 7	X1 8	X1 9	Tot al	X2 1	X2 2	X2 3	X2 4	X2 5	X2 6	X2 7	X2 8	X2 9	X2 10	Tot al	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Tot al
4	5	5	5	5	5	5	4	4	42	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	44	5	4	5	5	5	4	4	32
4	4	5	5	4	5	4	3	5	39	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	44	5	4	5	4	4	5	5	32
4	4	5	5	4	4	4	5	4	39	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	45	5	5	5	4	4	5	5	33
4	5	5	4	5	5	4	3	4	39	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44	4	3	5	4	4	4	3	27
3	4	4	4	5	4	4	4	4	36	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	46	3	4	4	4	4	3	3	25
4	3	4	4	3	4	3	3	4	32	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49	4	4	4	3	4	4	4	27
4	4	3	3	4	3	3	3	4	31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	4	4	4	3	3	4	26
4	4	3	3	4	4	4	4	3	33	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	43	3	3	4	4	4	4	4	26
4	5	4	5	5	3	4	5	5	40	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	36	4	4	4	5	4	5	5	31
4	5	4	5	4	5	5	4	5	41	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	44	4	4	3	4	3	4	4	26
4	5	5	4	5	3	4	5	4	39	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	45	3	5	3	5	4	5	4	29
4	5	4	5	4	4	3	4	4	37	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47	5	3	3	4	5	4	2	26
4	5	4	3	5	4	5	3	5	38	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	44	3	5	4	4	5	5	2	28

5	4	4	5	4	3	3	4	4	36	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41	5	2	2	3	3	3	3	21	
5	5	5	5	5	4	4	5	4	42	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	46	4	4	4	4	5	5	4	30
5	4	5	5	5	5	4	5	5	43	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	45	5	4	4	4	4	5	5	31
5	4	5	5	5	4	5	5	4	42	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	43	3	5	5	4	4	4	4	29
5	5	5	5	4	5	4	4	5	42	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4	5	4	4	5	5	5	32
5	4	4	5	5	5	4	4	4	40	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44	3	3	5	5	4	4	4	28
5	5	5	3	4	4	5	5	4	40	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43	3	4	4	3	4	4	4	26
5	4	4	5	5	5	4	5	5	42	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4	5	4	4	4	4	4	29
5	5	4	4	4	5	4	3	4	38	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41	3	4	4	3	4	4	4	26
5	5	5	5	5	5	5	4	3	42	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36	3	4	3	4	4	4	4	26
5	4	4	4	5	4	4	4	4	38	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	35	5	4	4	4	4	4	4	29
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	4	4	5	5	43	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	45	5	5	4	4	5	5	5	33
5	4	4	5	4	5	3	5	3	38	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	39	5	3	5	4	5	5	3	30

5	5	5	5	4	4	4	4	5	41	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44	5	5	5	5	4	4	3	31
5	5	5	4	4	5	5	3	3	39	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39	5	4	5	5	3	4	4	30
5	4	4	5	5	4	4	3	4	38	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38	4	3	3	4	4	4	4	26
5	5	5	5	4	5	5	4	4	42	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	44	4	3	3	3	4	4	4	25
5	5	5	4	5	4	4	4	3	39	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38	3	4	4	4	4	3	4	26
5	4	4	5	5	5	4	4	3	39	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37	4	4	4	3	4	4	4	27
5	5	5	4	5	4	4	4	3	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41	3	3	4	4	3	3	4	24
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42	4	4	4	5	5	5	5	32
5	4	5	5	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	4	4	4	4	3	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	5	4	5	3	4	5	4	39	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	45	3	5	3	5	4	5	4	29
5	4	4	5	5	5	4	4	4	40	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44	3	3	5	5	4	4	4	28
5	5	5	3	4	4	5	5	4	40	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43	3	4	4	3	4	4	4	26
5	4	4	5	5	5	4	5	5	42	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4	5	4	4	4	4	4	29
5	5	5	5	4	4	4	4	5	41	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44	5	5	5	5	4	4	3	31

4	4	4	4	5	5	4	5	5	40	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	40	5	5	5	4	4	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	35
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	21
5	4	4	5	5	5	5	5	5	43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	4	4	4	4	4	4	29
5	4	4	5	4	5	3	5	3	38	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	39	5	3	5	4	5	5	3	30
5	5	5	5	4	4	4	4	5	41	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44	5	5	5	5	4	4	3	31
5	5	5	4	4	5	5	3	3	39	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39	5	4	5	5	3	4	4	30
5	4	4	5	5	4	4	3	4	38	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38	4	3	3	4	4	4	4	26
5	5	5	5	4	5	5	4	4	42	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	44	4	3	3	3	4	4	4	25
5	5	5	4	5	4	4	4	3	39	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38	3	4	4	4	4	3	4	26
4	4	4	3	5	5	4	4	4	37	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	5	4	29
5	5	5	5	5	4	4	5	4	42	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	3	4	5	5	5	5	39	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	46	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	4	4	5	5	5	5	43	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49	5	5	4	5	5	5	5	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	21
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	35

5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42	4	4	4	5	5	5	5	32
5	4	5	5	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	4	4	4	4	3	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	5	5	5	4	5	5	42	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4	5	4	4	4	4	4	29
5	5	5	5	4	4	4	4	5	41	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44	5	5	5	5	4	4	3	31
5	5	5	5	4	5	5	4	4	42	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	44	4	3	3	3	4	4	4	25
5	5	5	4	5	4	4	4	3	39	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38	3	4	4	4	4	3	4	26
4	4	4	4	4	4	4	5	5	38	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42	5	5	5	5	4	4	3	31
4	5	4	4	5	5	5	5	5	42	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	36	4	4	5	5	3	4	4	29
4	5	4	5	5	5	5	4	4	41	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	37	4	3	3	4	4	4	4	26
5	5	4	4	5	5	5	4	4	41	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	41	4	3	3	3	4	4	4	25
4	4	5	5	4	5	4	4	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	4	4	4	4	3	4	27
5	4	4	5	5	5	4	4	4	40	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49	4	4	4	4	4	5	4	29
5	3	4	4	5	4	3	4	5	37	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	44	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	4	5	4	5	5	4	4	40	3	5	3	5	4	5	5	3	3	3	39	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	3	4	42	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	44	4	5	4	5	5	5	5	33

4	4	3	3	5	4	4	4	4	35	3	5	4	5	5	3	4	4	4	4	41	4	3	3	3	3	3	3	22
5	4	5	5	4	5	4	5	5	42	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	3	5	5	4	5	3	3	37	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37	3	4	4	5	5	5	5	31
5	4	4	4	5	5	4	4	5	40	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	38	5	4	4	4	3	4	4	28
4	4	5	3	5	5	4	4	3	37	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	36	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	4	3	5	5	5	5	5	42	3	3	3	4	4	3	3	4	5	5	37	4	5	4	5	4	4	4	30
5	5	5	5	4	4	4	4	5	41	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48	5	5	5	5	4	4	3	31
4	4	4	4	5	5	4	4	5	39	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	45	5	5	4	5	4	5	4	32
4	5	5	5	5	4	4	4	4	40	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	40	4	4	4	5	4	4	4	29
5	5	5	4	4	5	4	5	4	41	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44	5	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	4	5	5	4	4	42	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	44	4	3	3	3	4	4	4	25
5	5	5	4	5	4	4	4	3	39	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38	3	4	4	4	4	3	4	26
4	4	4	3	5	5	4	4	4	37	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	5	4	29
5	5	5	5	5	4	4	5	4	42	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42	4	4	4	5	5	5	5	32

5	4	5	5	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	4	4	4	4	3	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	5	5	5	4	5	5	42	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4	5	4	4	4	4	4	29
5	5	5	5	4	4	4	4	5	41	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44	5	5	5	5	4	4	3	31
4	4	4	3	5	5	4	4	4	37	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	5	4	29

Lampiran 3: Uji Validitas

1. Variabel X1 (*Complaint Handling*)

Correlations											
		CH.1	CH.2	CH.3	CH.4	CH.5	CH.6	CH.7	CH.8	CH.9	Complaint Handling
CH.1	Pearson Correlation	1	.354*	.515*	.478*	.203*	.267*	.239*	.285**	.141	.646**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.046	.008	.018	.004	.167	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
CH.2	Pearson Correlation	.354*	1	.582*	.256*	.222*	.102	.596**	.177	.095	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.011	.028	.319	.000	.081	.354	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
CH.3	Pearson Correlation	.515*	.582*	1	.410*	.078	.130	.360**	.282**	.152	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.447	.200	.000	.005	.134	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
CH.4	Pearson Correlation	.478*	.256*	.410*	1	.106	.183	.132	.209*	.279**	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.000		.301	.072	.197	.039	.005	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
CH.5	Pearson Correlation	.203*	.222*	.078	.106	1	.215*	.291**	.300**	.132	.463**
	Sig. (2-tailed)	.046	.028	.447	.301		.034	.004	.003	.194	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
CH.6	Pearson Correlation	.267*	.102	.130	.183	.215*	1	.439**	.135	.199	.503**
	Sig. (2-tailed)	.008	.319	.200	.072	.034		.000	.186	.050	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
CH.7	Pearson Correlation	.239*	.596*	.360*	.132	.291*	.439*	1	.221*	.235*	.651**

	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.000	.197	.004	.000		.029	.020	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
CH.8	Pearson Correlation	.285*	.177	.282*	.209*	.300*	.135	.221*	1	.427**	.591**
	Sig. (2-tailed)	.004	.081	.005	.039	.003	.186	.029		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
CH.9	Pearson Correlation	.141	.095	.152	.279*	.132	.199	.235*	.427**	1	.536**
	Sig. (2-tailed)	.167	.354	.134	.005	.194	.050	.020	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Complaint Handling	Pearson Correlation	.646*	.621*	.658*	.601*	.463*	.503*	.651**	.591**	.536**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

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

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

2. Variabel X2 (Kualitas Layanan)

Correlations												
		KL.1	KL.2	KL.3	KL.4	KL.5	KL.6	KL.7	KL.8	KL.9	KL.10	KualitasLayanan
KL.1	Pearson Correlation	1	.432*	.433*	.512*	.526*	.519*	.493*	.384*	.179	.239*	.670**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.078	.018	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
KL.2	Pearson Correlation	.432*	1	.634*	.483*	.484*	.401*	.426*	.389*	.366**	.398**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
KL.3	Pearson Correlation	.433*	.634*	1	.534*	.537*	.345*	.398*	.407*	.441**	.411**	.732**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
KL.4	Pearson Correlation	.512*	.483*	.534*	1	.583*	.332*	.544*	.270*	.306**	.348**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.007	.002	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
KL.5	Pearson Correlation	.526*	.484*	.537*	.583*	1	.542*	.552*	.398*	.431**	.300**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.003	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
KL.6	Pearson Correlation	.519*	.401*	.345*	.332*	.542*	1	.738*	.523*	.256*	.313**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.011	.002	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
KL.7	Pearson Correlation	.493*	.426*	.398*	.544*	.552*	.738*	1	.556*	.330**	.428**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
KL.8	Pearson Correlation	.384*	.389*	.407*	.270*	.398*	.523*	.556*	1	.444**	.458**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
KL.9	Pearson Correlation	.179	.366*	.441*	.306*	.431*	.256*	.330*	.444*	1	.679**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.078	.000	.000	.002	.000	.011	.001	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
KL.10	Pearson Correlation	.239*	.398*	.411*	.348*	.300*	.313*	.428*	.458*	.679**	1	.664**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.000	.000	.003	.002	.000	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

Kualitas Layanan	Pearson Correlation	.670*	.711*	.732*	.700*	.752*	.699*	.778*	.688*	.633**	.664**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

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

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

3. Variabel Y (Citra)

		Correlations								
		CTR.1	CTR.2	CTR.3	CTR.4	CTR.5	CTR.6	CTR.7	Citra	
CTR.1	Pearson Correlation	1	.320**	.438**	.367**	.260**	.385**	.116	.606**	
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.010	.000	.257	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
CTR.2	Pearson Correlation	.320**	1	.535**	.577**	.374**	.435**	.315**	.743**	
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000	.000	.002	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
CTR.3	Pearson Correlation	.438**	.535**	1	.612**	.325**	.325**	.185	.714**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.001	.068	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
CTR.4	Pearson Correlation	.367**	.577**	.612**	1	.391**	.459**	.300**	.766**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.003	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
CTR.5	Pearson Correlation	.260**	.374**	.325**	.391**	1	.668**	.383**	.682**	
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.001	.000		.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
CTR.6	Pearson Correlation	.385**	.435**	.325**	.459**	.668**	1	.523**	.769**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
CTR.7	Pearson Correlation	.116	.315**	.185	.300**	.383**	.523**	1	.574**	
	Sig. (2-tailed)	.257	.002	.068	.003	.000	.000		.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Citra	Pearson Correlation	.606**	.743**	.714**	.766**	.682**	.769**	.574**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98

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

Lampiran 4: Uji Reabilitas

1. Variabel X1 (*Complaint Handling*)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	98	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	98	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.756	9

2. Variabel X2 (*Kualitas Layanan*)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	98	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	98	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.885	10

3. Variabel Y (Citra)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	98	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	98	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.818	7

Lampiran 5: Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

UJI NORMALITAS KOLMOGROV-SMIRNOV

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.58597061
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.060
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.506	3.472		.434	.665		
	Complaint Handling	.522	.089	.517	5.867	.000	.812	1.232
	KualitasLayanan	.159	.069	.205	2.321	.022	.812	1.232

a. Dependent Variable: Citra

3. Uji Heteroskedasitas

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.130	2.029		-.064	.949
	Complaint Handling	.040	.052	.086	.760	.449
	KualitasLayanan	.015	.040	.043	.379	.705

a. Dependent Variable: Abs_Res

Lampiran 6: ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

1. Uji-t (parsial)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.506	3.472		.434	.665
	Complaint Handling	.522	.089	.517	5.867	.000
	KualitasLayanan	.159	.069	.205	2.321	.022

a. Dependent Variable: Citra

2. Uji-F (simultan)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	434.082	2	217.041	31.787	.000 ^b
	Residual	648.663	95	6.828		
	Total	1082.745	97			

a. Dependent Variable: Citra

b. Predictors: (Constant), KualitasLayanan, Complaint Handling

3. Uji Koefisien Deterinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.633 ^a	.401	.388	2.613

a. Predictors: (Constant), KualitasLayanan, Complaint Handling

Lampiran





