

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN PT BNI SYARIAH
CABANG MEDAN DENGAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*
(IPA)**

SKRIPSI

OLEH :

MAHRUNNISA GEA

NIM. 53153057



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2020 M/1441 H**

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN PT BNI SYARIAH
CABANG MEDAN DENGAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*
(IPA)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara

OLEH :

MAHRUNNISA GEA

NIM. 53153057



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2020 M/1441 H

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mahrunnisa Gea
Nim : 53153057
Tempat/Tgl Lahir : Gunngsitoli, 28 Februari 1997
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Jl. Setia Gang Pertama No. 8 Tj. Rejo

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN PT BNI SYARIAH CABANG MEDAN DENGAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA)" benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 17 Maret 2020

Yang membuat pernyataan


Mahrunnisa Gea
NIM. 53153057

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN PT BNI SYARIAH
CABANG MEDAN DENGAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*
(IPA)**

Oleh :

Mahrunnisa Gea
Nim. 53153057

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan, 17 Maret 2020

Pembimbing I



Dr. Chuzaimah Batubara, M.A
NIP. 197007061996032003

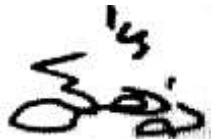
Pembimbing II



M. Syahbudi, M.A
NIB. 1100000094

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Zuhrinal M. Nawawi, M.A
NIP. 197608182007101001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN PT BNI SYARIAH CABANG MEDAN DENGAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*” an Mahrunnisa Gea, NIM 53153057 Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 29 Juni 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Medan, 21 September 2020

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Perbankan Syariah UIN-SU

Ketua,



(Zuhrinal M. Nawawi, M.A)
NIP. 197608182007101001

Sekretaris,



(Tuti Anggraini, M.A)
NIP. 197705312005012007

Anggota




1. (Dr. Chuzaimah Batubara, M.A)
NIP. 197007061996032003



2. (M. Syahbudi, M.A)
NIB. 1100000094



3. (Tuti Anggraini, M.A)
NIP. 197705312005012007



4. (M. Irwan Padli Nasution, ST, MM, M.Kom)
NIP. 197502132006041003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN SU Medan

Dr. Andri Soemitra, MA
NIP. 197605072006041002

ABSTRAK

Penelitian Mahrunnisa Gea (2020). Nim 52153057. Skripsi berjudul **“Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan Dengan *Importance Performance Analysis*.”** Dibawah bimbingan Pembimbing I Ibu Dr. Chuzaimah Batubara, MA dan Bapak M. Syahbudi, MA sebagai Pembimbing skripsi II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah tingkat kepuasan pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan dengan *importance performance analysis* (IPA). Penelitian ini dilakukan di jalan H. Adam Malik No. 151 Medan dengan sampel sebanyak 92 responden. Teknik pengambilan sampel ini adalah *probability sampling* dan teknik pengambilan data menggunakan angket dan wawancara. Analisis yang digunakan adalah *importance performance analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) dilihat dari uji beda, analisis tingkat kesesuaian dan analisis kesenjangan kinerja-harapan berdasarkan dari lima dimensi *SERVQUAL* kualitas pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan sudah baik dalam memenuhi harapan nasabah, (2) rata-rata *gap analysis* menunjukkan <-1 sehingga pelayanan berdasarkan kinerja sudah baik dan nasabah merasa puas, (3) berdasarkan pada pemetaan diagram kartesius terdapat 11 atribut yang dianggap penting oleh nasabah dan perlu tindakan prioritas, (4) melakukan evaluasi dan perbaikan berdasarkan hasil pemetaan melalui *importance performance analysis*, dengan hasil dimensi keandalan merupakan dimensi kualitas terendah dan perlu tindakan prioritas perbaikan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *SERVQUAL*, *Importance Performance Analysis* (IPA)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN PT BNI SYARIAH CABANG MEDAN DENGAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*”** adalah dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Sumatera Utara (UIN SU) Jurusan Perbankan Syariah.

Dalam melakukan penulisan skripsi ini, penulis tidak bekerja sendirinya dan dalam penulisan ini juga dibantu, dibimbing dan didukung oleh banyak pihak dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada yang telah membantu penulis selama penulisan skripsi hingga penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Allah SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang memberikan kekuatan bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini
2. Terima kasih kepada Ayahanda Izman Gea dan Ibunda Sadaria Ndruru tercinta, yang telah memberikan cinta maupun kasih sayangnya yang tiada ternilai, dan tidak ada bosan-bosannya selalu memberikan dukungan baik moril maupun material dan doanya selama ini. Serta adik-adik tercinta Winda Safitri Gea, Sri Wahyuni Febriyanti Gea, Khafifah Anggraini Zendrato, Imam Fakhri Pratama Gea, Airin Nasywah Gea.
3. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Andri Soemitra, M.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. H. Muhammad Yafiz, M.Ag, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

6. Ibu Dr. Hj. Nurlaila Harahap, M.A, selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
7. Bapak Zuhrinal M. Nawawi, M.A, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
8. Ibu Tuti Anggraini, M.A, selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
9. Ibu Dr. Chuzaimah Batubara M.A selaku Pembimbing Skripsi I dan Bapak M. Syahbudi M.A selaku pembimbing Skripsi II yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam pembuatan skripsi ini.
10. Teruntuk Mas Rudi Susilo S.Kom, Agung Bagus Wibowo, Sapridayani Nasution, Titin Amalia Astriani Telaumbanua, Salsuri Maherni, Ilan Arizka, Rahmi Elsa, selaku teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
11. Terima kasih kepada seluruh sahabat Jurusan Perbankan Syariah (PS-A) angkatan 2015 yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal ini sehubungan dengan keterbatasan waktu, pikiran, tenaga, dan biaya. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun dari pembaca agar skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan bermanfaat bagi ilmu pengetahuan di bidang ekonomi dan perbankan syariah serta dapat berguna bagi pihak-pihak terkait.

Medan, 17 Maret 2020

Yang membuat

Pernyataan,



Mahrunnisa Gea

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORITIS.....	9
A. Kualitas Pelayanan.....	9
1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9
2. Karakteristik Pelayanan Yang Baik.....	10
3. Dimensi Pelayanan.....	11
4. Fungsi dan Tujuan Pelayanan.....	12
5. Manfaat Pelayanan.....	12
6. Pelayanan Dalam Perspektif Islam.....	13
B. Kepuasan Nasabah.....	15
1. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	15
2. Dimensi Kepuasan.....	17
3. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	17
4. Faktor-Faktor Pendukung Kepuasan Nasabah.....	19

5. Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam.....	21
C. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	24
1. Pengertian <i>Importance Performance Analysis</i>	24
2. Tujuan <i>Importance Performance Analysis</i>	28
3. Skor Nilai Kepentingan.....	28
D. Kerangka Teoritis.....	30
E. Penelitian Terdahulu.....	30
F. Hipotesa.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
C. Populasi dan Sampel.....	35
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	37
E. Defenisi Operasional.....	38
F. Teknik Analisa Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	46
B. Hasil Penelitian.....	54
C. Uji Persyaratan Analisis.....	59
D. Uji Asumsi Klasik.....	61
E. Analisis Tingkat Kesesuaian Variabel IP.....	62
F. Analisis <i>Gap Performance-Importance</i> (Gap P-I).....	68
G. Uji Beda <i>Performance</i> dan <i>Importance</i>	74
H. <i>Importance-Performance Analysis</i> (IPA).....	75
I. Pembahasan Hasil Penelitian.....	79

BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 3.2 Dimensi <i>Servqual</i> Harapan	39
Tabel 3.3 Dimensi <i>Servqual</i> Kinerja	39
Tabel 3.4 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	58
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4.6 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Dimensi <i>Servqual</i>	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Dimensi <i>Servqual</i>	62
Tabel 4.9 Tingkat Kesesuaian Pelayanan Dimensi Bukti Fisik	63
Tabel 4.10 Tingkat Kesesuaian Pelayanan Dimensi Keandalan	64
Tabel 4.11 Tingkat Kesesuaian Pelayanan Dimensi Daya Tanggap	65
Tabel 4.12 Tingkat Kesesuaian Pelayanan Dimensi Jaminan	66
Tabel 4.13 Tingkat Kesesuaian Pelayanan Dimensi Empati	66
Tabel 4.14 Rata-Rata Keseluruhan Tingkat Kesesuaian Dimensi <i>Servqual</i>	67
Tabel 4.15 Gap P-I Dimensi Bukti Fisik	68
Tabel 4.16 Gap P-I Dimensi Keandalan	69
Tabel 4.17 Gap P-I Dimensi Daya Tanggap	70
Tabel 4.18 Gap P-I Dimensi Jaminan	71
Tabel 4.19 Gap P-I Dimensi Empati	72
Tabel 4.20 Rata-Rata Keseluruhan Gap P-I Dimensi <i>Servqual</i>	73
Tabel 4.21 Uji Beda <i>Performance</i> dan <i>Importance</i> Dimensi <i>Servqual</i>	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
Gambar 2.1 Diagram Kartesius	25
Gambar 2.2 Kerangka Teoritis	30
Gambar 3.1 Skala <i>Likert</i>	37
Gambar 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Gambar 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Usia	57
Gambar 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Masa Kerja	58
Gambar 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	59
Gambar 4.5 Diagram Kartesius Dimensi <i>Servqual</i>	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian dan perbankan Islam selama lebih dari dua puluh tahun telah berhasil mengembangkan dasar teori dari sistem ekonomi Islam. Banyak hal yang telah dilakukan berkaitan dengan kepentingan ini pada sebagian besar Negara muslim. Sistem ekonomi Islam dan penerapannya baik ditingkat nasional maupun internasional didasarkan pada apa yang tertulis dalam *Al-quran* dan *Al-hadist*. Terdapat pula asumsi bahwa tidak semua negara saat ini atau nantinya, siap untuk menggunakan sistem ekonomi Islam secara total. Sistem ekonomi Islam yang ideal untuk saat ini hanya ada dalam pemikiran kelompok perguruan tinggi atau bersifat teori, sehingga perlu disosialisasikan tentang sistem ekonomi Islam yang ideal kepada masyarakat muslim lainnya, salah satunya adalah perbankan syariah.¹

Masyarakat Indonesia sebagian besar adalah muslim, oleh karenanya potensi pasar perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat dan signifikan. Ditandai dengan banyak berdirinya Badan Pengkreditan Rakyat Syariah (BPRS), dan banyak bank-bank konvensional yang membuka kantor cabang bank syariah, bahkan mengganti jenis usahanya dari bank konvensional menjadi bank syariah. Dalam menerapkan pengembangan industri perbankan syariah Bank Indonesia tetap melakukan program-program inisiatif yang terdiri dari asas kepatuhan terhadap prinsip syariah, ketentuan kehati-hatian, efisiensi operasi dan daya saing, serta kestabilan sistem dan bermanfaat bagi perekonomian.

Dengan perkembangan bank syariah saat ini, maka kualitas layanan merupakan faktor kunci yang akan menjadi keunggulan daya saing. Hal ini terjadi karena bank sebagai suatu perusahaan jasa, mempunyai ciri berupa mudah ditirunya suatu produk yang telah dipasarkan. Oleh karena itu bank syariah sudah sewajarnya dapat memberikan kualitas layanan yang prima sehingga mampu

¹Achmad Tavip Junaedi, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah" dalam *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol 10 No. 1, Maret 2012, h.162.

mendapatkan keunggulan kompetitif dari bank lain. Pendirian bank-bank syariah yang semakin menjamur menyebabkan persaingan antar bank syariah menjadi sangat ketat, sehingga memunculkan pertanyaan yang mendasar mengenai bagaimana kepuasan nasabah bank syariah, kemudian faktor-faktor apa yang mampu memberikan pengaruh kepuasan terbesar untuk nasabah dan bagaimana persepsi nasabah terhadap kepuasan di antara bank-bank syariah yang saat ini sedang berkembang. Nasabah merasakan perbedaan yang signifikan sehingga secara psikis akan lebih memilih pada suatu merk bank syariah ataukah nasabah merasakan tidak ada perbedaan antara layanan bank syariah satu dengan yang lain.

Teori yang populer menyatakan bahwa penyedia jasa dalam hal ini bank syariah harus mampu memuaskan para nasabahnya dengan memberikan kualitas pelayanan terbaik. Kualitas pelayanan ini merupakan proses yang secara konsisten meliputi pemasaran dan operasi yang memperhatikan keterlibatan orang, pelanggan internal, pelanggan eksternal, dan memenuhi berbagai persyaratan dan penyampaian jasa.²

Pelayanan nasabah yang berkualitas akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan terhadap nasabah, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. Kepuasan ialah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkannya dengan persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.³ Jika kinerja berada dibawah harapan, nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, nasabah akan puas. Jika kinerja melebihi harapan nasabah amat puas atau senang. Harapan didasarkan pada informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lampau, dan komunikasi eksternal (iklan dan berbagai bentuk promosi perusahaan lainnya).⁴ Faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas layanan perusahaan menurut John Svikola salah satunya adalah kemampuan

²D. Wahyudi Ariani, *Manajemen Operasi Jasa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, edisi 1, 2009), h. 178.

³Philip Kotler dan Kevin Lane Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid I*, Terj. Drs. Jaka Wasana, MSM (Jakarta: Erlangga, 1999), h. 83.

⁴Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 148.

perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada konsumennya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan profit perusahaan.⁵

PT BNI *Syariah* Cabang Medan merupakan salah satu bagian dari perbankan nasional. Keyakinan pada kebenaran perekonomian dan kegiatan muamalah yang sesuai dengan *Syariah*, dan penerimaan masyarakat atas kegiatan perbankan syariah telah memberikan semangat kepada PT BNI *Syariah* Cabang Medan untuk memberikan pelayanan yang terbaik berlandaskan dengan standar layanan PT BNI *Syariah* yakni GREAT (*Greeting, Relationship, Empathy, Attention, Trust*).⁶ Disertai dengan tiga prinsip operasional, yakni amanah, jamaah, dan hasanah. Yang orientasi pelayanan pada seluruh golongan masyarakat tanpa membedakan latar belakang, suku, agama, dan ras.

Walaupun secara kinerja PT BNI *Syariah* Cabang Medan mengalami peningkatan, akan tetapi dari sisi kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan, karena berdasarkan *review* para nasabah mengenai kualitas pelayanan PT BNI *Syariah* Cabang Medan, karyawan PT BNI *Syariah* KCP Adam Malik kerap kali dinilai lama dalam memberikan pelayanan, terbukti dengan banyaknya antrian para nasabah. Karyawan terlalu lama dalam memberikan layanan pada pembukaan rekening atau tabungan baru untuk nasabah yang mana membutuhkan waktu 20 s/d 30 menit untuk melayani pembukaan rekening atau tabungan tersebut. Hal ini membuat para nasabah lainnya menjadi resah dalam menunggu antrian dan tatkala mimik wajah mereka berubah seketika.⁷

Selain itu, hal lain yang dikeluhkan oleh nasabah adalah lokasi PT BNI *Syariah* KCP Adam Malik karena nasabah menilai lokasi tersebut sangat jauh dari tempat tinggal nasabah. Sehingga tak jarang dari nasabah pada akhirnya harus menutup rekening tabungannya. Hal yang sangat disayangkan lainnya pada pelayanan PT BNI *Syariah* KCP Adam Malik yakni terhadap mesin ATM-nya, yang masih jarang terjangkau dan hanya terdapat pada beberapa lokasi saja.

⁵*Ibid*, h. 147.

⁶PT Bank BNI *Syariah*, “Laporan Tahunan PT BNI *Syariah*”, https://www.bnisyariah.co.id/Portals/1/BNISyariah/Perusahaan/Hubungan%20Investor/Laporan%20Tahunan/PDF/AR-BNI-Syariah-IND-28-4-2017_Part4.pdf Diakses pada tanggal 24 September 2019

⁷ Atika, Ibu Rumah Tangga, Wawancara di Medan, tanggal 10 Juni 2019.

Sebenarnya menurut pernyataan dari karyawan PT BNI *Syariah* KCP Adam Malik itu sendiri bahwasanya membutuhkan dana yang besar untuk penyediaan mesin ATM. Namun ada keinginan dari manajemen PT BNI *Syariah* KCP Adam Malik sendiri untuk menyediakan mesin ATM yang lebih banyak seperti halnya mesin ATM BNI Konvensional. Selain itu kantor cabang dari PT BNI *Syariah* dinilai masih sangat sedikit, dan hanya terdapat pada kota Medan saja dan belum menjangkau hingga daerah pelosok. Ini membuktikan bahwa pihak PT BNI *Syariah* harus memikirkan dan berniat untuk membuka kantor cabang di daerah-daerah pelosok sehingga tidak hanya masyarakat perkotaan yang dapat menikmatinya namun masyarakat di luar perkotaan pun juga bisa menikmatinya.

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan sebagai acuan adalah moder SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithamal, dan Berry. Terdapat lima dimensi SERVQUAL yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan berdasarkan perbandingan antara persepsi nasabah atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan (*expected service*) yakni *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*.

Alasan pemilihan metode ini dibandingkan dengan metode yang lainnya karena metode ini merupakan salah satu metode yang sering digunakan dalam melakukan pengukuran kualitas pelayanan. Setelah itu nantinya akan dilakukan penilaian dengan melibatkan nasabah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT BNI Cabang Medan apakah sudah sesuai dengan harapan nasabah atautkah belum.

Tahapan selanjutnya adalah menggunakan metode *Important Performance Analysis* (IPA) yang mana metode ini merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk membandingkan antara harapan yang diinginkan nasabah dengan kinerja dari pihak PT BNI *Syariah* Cabang Medan dalam mengukur kepuasan nasabah. Penggunaan metode IPA ini berfungsi untuk mengetahui atribut mana yang kinerjanya masih buruk, dan atribut mana yang harus dipertahankan. Maka dari sini nantinya dapat ditentukan usulan perbaikan atribut yang penting namun kinerja masih buruk. Dengan adanya perbaikan nantinya dapat memperbaiki

kualitas pelayanan sehingga sesuai apa yang diharapkan yang dapat berdampak pada kepuasan nasabah terhadap sistem pelayanan.

Dari uraian diatas maka cukup alasan untuk meneliti berbagai kelemahan pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT BNI *Syariah* Cabang Medan sehingga nantinya di harapkan PT BNI *Syariah* Cabang Medan dapat mengetahui dengan jelas pada bagian mana diperlukan perbaikan guna mempertahankan dan meningkatkan jumlah nasabah.

Oleh karena itu penelitian ini akan memberikan analisis yang komprehensif mengenai kualitas pelayanan yang secara langsung akan berdampak terhadap kepuasan nasabah, yang mana selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan dan kajian bagi PT BNI *Syariah* Cabang Medan untuk menentukan strategi dalam mengembangkan kualitas pelayanan yang baik dan bisa memenuhi tuntutan serta keluhan nasabah seperti adanya nasabah yang masih merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan. Sehingga dengan berdasarkan dari uraian latar belakang masalah diatas maka penulis mengambil judul “**Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan PT BNI *Syariah* Cabang Medan Dengan *Importance Performance Analysis (IPA)***”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan dan uraian latar belakang diatas maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang timbul antara lain:

1. Salah satu yang menentukan tingkat kepuasan dan keberhasilan suatu perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.
2. Pelayanan yang diberikan oleh PT BNI *Syariah* Cabang Medan menurut beberapa nasabah dinilai sangat lambat, sehingga kurang memuaskan dan terkesan mengecewakan nasabah.
3. Terjadi antrian yang cukup panjang dan lama ketika karyawan PT BNI *Syariah* Cabang Medan melayani pembukaan rekening tabungan nasabah yang baru.
4. Lokasi PT BNI *Syariah* Cabang Medan yang dinilai cukup jauh oleh para nasabahnya dan masih bergabungnya mesin ATM BNI *Syariah* dengan mesin ATM BNI Konvensional.

5. Tidak adanya kantor-kantor BNI *Syariah* di daerah-daerah pelosok yang sulit dijangkau.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih efektif, terarah, dan jelas maka dari itu perlu adanya pembatasan masalah yang jelas agar pembahasan tidak terlalu meluas dan melebar. Adapun batasan masalah yang akan diteliti lebih lanjut hanya terbatas pada bagaimana analisis tingkat kepuasan pelayanan PT BNI *Syariah* Cabang Medan pada dimensi *servqual* yakni, *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Perhatian) dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, adapun perumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimanakah Tingkat Kepuasan Pelayanan Nasabah yang diberikan oleh PT BNI *Syariah* Cabang Medan dengan *Importance Performance Analysis* (IPA)?
2. Atribut-atribut Pelayanan Apa Sajakah yang dianggap Penting oleh Nasabah Sesuai Dengan Lima Dimensi *Servqual*?
3. Usulan Prioritas Tindakan Apa Saja yang Dapat dilakukan untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan di PT BNI *Syariah* Cabang Medan?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Pelayanan Nasabah di PT BNI *Syariah* Cabang Medan dengan *Importance Performance Analysis* (IPA).
2. Untuk Mengetahui Atribut-atribut Pelayanan apa saja yang Dianggap Penting oleh Nasabah Sesuai dengan Dimensi *Servqual*.
3. Untuk Mengetahui Usulan Prioritas Tindakan Apa Saja yang Dapat dilakukan untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan di PT BNI *Syariah* Cabang Medan.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

a. Bagi Perusahaan

1. Memberikan informasi bagi BNI *Syariah* Cabang Medan mengenai persepsi dan harapan terhadap pelayanan pada bank syariah dan tingkat kepuasannya.
2. Memberikan informasi tentang prioritas faktor-faktor perbaikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada bank syariah.
3. Sebagai bahan masukan bagi pihak BNI *Syariah* Cabang Medan dalam meningkatkan kinerja dan pelayanan demi mempertahankan kepuasan nasabahnya berdasarkan adaptasi dengan *Importance Performance Analysis*.

b. Bagi Peneliti

1. Sebagai media untuk mengaplikasikan kemampuan yang dimiliki secara teoritis dan menambah wawasan mengenai kualitas pelayanan perbankan syariah.
2. Merupakan kesempatan untuk lebih memahami mengenai persepsi dan harapan nasabah mengenai kinerja, pelayanan bank dalam mempertahankan kepuasan nasabah dengan *Importance Performance Analysis*.

c. Bagi Akademis

1. Diharapkan dapat memberikan pendekatan empiris pada bidang manajemen operasi terutama mengenai peningkatan kinerja dan pelayanan guna meningkatkan kepuasan nasabah pada bank syariah.
2. Dapat memberikan tambahan wawasan dan sebagai referensi dalam bidang operasi mengenai peningkatan kinerja dan pelayanan guna meningkatkan kepuasan nasabah pada bank syariah.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pada umumnya setiap konsumen mempunyai suatu harapan pada saat mereka melakukan pembelian atas produk yang diinginkan. Harapan konsumen tersebut adalah suatu bentuk pelayanan baik yang diberikan oleh perusahaan. Dengan kata lain konsumen menginginkan suatu kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen sendiri. Kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas pelayanan sebagai suatu persepsi tentang kinerja perusahaan (*perception of performance based*) yang dialami konsumen berasal dari perbandingan antara perasaan yang seharusnya diharapkan dan diterima oleh konsumen dari pelayanan perusahaan (*expectation*) dengan persepsi konsumen tentang kinerja dari pelayanan yang diperolehnya (*perception*). Hal ini berarti kualitas pelayanan dipandang sebagai derajat serta arah perbedaan antara persepsi konsumen dengan harapannya.⁸

Kualitas pelayanan juga digambarkan sebagai sesuatu bentuk sikap (*attitude*), tidak persis sama dengan kepuasan (*satisfaction*) tetapi berhubungan, yang diperoleh dengan membandingkan harapan (*expectation*) dengan *performance*. Sikap adalah ekspresi dari perasaan terdalam yang menunjukkan kecenderungan apakah seseorang simpatik atau tidak sama sekali terhadap suatu objek, misalnya terhadap merk pelayanan.⁹

Menurut Thoriq G. dan Utus H. pentingnya memberikan pelayanan disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. *Service* berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya pun akan mengenai *heart share* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh

⁸Rambat Lupiyoadi, dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, cet 2, 2011), h. 175.

⁹Abd Rahman Kadir, *Manajemen Pemasaran Jasa: Pendekatan Integratif Antara Teori dan Implementasi*, (Bogor: IPB Press, 2013), h. 88.

posisi dalam *mind share* konsumen. Dengan adanya *heart share* dan *mind share* yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan.¹⁰

Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang mereka peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan dari suatu perusahaan. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

2. Karakteristik Pelayanan Yang Baik

Menurut Philip Kotler yang dikutip oleh Rismiati dan Bondan Suratno, ada empat karakteristik pokok pada layanan jasa. Adapun keempat karakteristik tersebut meliputi:¹¹

a. Tidak Berwujud (*Intangible*)

Pelayanan tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Contoh pelayanan yang tidak berwujud dalam Perbankan Syariah itu adalah berupa Jasa.

b. Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

Pelayanan biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan, sehingga hubungan antara pembeli dan penerima pelayanan menjadi penting dalam pemasarannya. Contoh pelayanan yang tidak dapat dipisahkan dalam Perbankan Syariah itu adalah Produk.

¹⁰Thoriq G. dan Utus H., *Marketing Muhammad*, (Jakarta: Gema Insani, 2006), h. 77.

¹¹E. Catur Rismiati dan Bondan Suratno, *Pemasaran Barang dan Jasa*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001), h. 27.

c. Berubah-ubah (*Variability*)

Pelayanan mudah sekali berubah-ubah atau tidak konsisten tergantung pada siapa pemberi jasa, kapan dan dimana diberikan. Contoh pelayanan yang berubah-ubah dalam Perbankan Syariah itu adalah Varian Produk.

d. Daya Tahan (*Perishability*)

Pelayanan tidak dapat disimpan sebagai persediaan yang siap di jual atau dikonsumsi pada saat diperlukan, karena hal tersebut maka pelayanan tidak bertahan lama.

3. Dimensi Pelayanan

Menurut Tjiptono, mengukur persepsi konsumen atas kualitas layanan meliputi 5 dimensi, sesuai dengan yang telah di kembangkan oleh Berry dan Parasuraman pada tahun 1988, yaitu:¹²

- a. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, serta memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah, berupa keandalan karyawan dalam memberikan informasi pelayanan dengan bersikap jujur dan sopan, keandalan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dengan baik dan sopan.
- b. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemampuan para karyawan untuk membantu nasabah serta memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Hal ini meliputi kemampuan karyawan memberikan informasi dengan jelas dan terperinci kepada nasabah, pelayanannya segera dan cepat, serta karyawan yang selalu bersedia dengan senang hati membantu nasabah.
- c. Jaminan (*Assurance*), yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf/karyawan, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan. Hal ini meliputi rasa aman yang diberikan karyawan kepada para nasabah, kemampuan perusahaan dalam menjaga kerahasiaan data nasabah, kemampuan bersosial karyawan, serta karyawan yang berpengetahuan luas dalam menjawab setiap pertanyaan nasabah.
- d. Perhatian (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada nasabah dengan berupaya

¹²Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), h. 14.

memahami keinginan nasabah. Hal ini meliputi perhatian karyawan kepada nasabah, kepedulian serta keramahan karyawan, kesabaran dan kerendahan hati karyawan, serta memberikan solusi untuk setiap permasalahan nasabah.

- e. Bukti Fisik (*Tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan *eksistensinya* kepada pihak *eksternal*. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik lembaga pemerintahan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi penyediaan ruang tunggu pelayanan, memiliki peralatan dan perlengkapan yang canggih dan modern, serta karyawan yang berpenampilan rapi dan memakai seragam. Dalam konteks perbankan syariah, dapat disimpulkan bahwa dimensi mutu pelayanan terdiri dari lima karakteristik yang saling berhubungan. Dalam penelitian ini BNI Syariah juga menggunakan kelima karakteristik tersebut sebagai standar untuk mengukur tingkat pelayanan yang berkualitas.

4. Fungsi dan Tujuan Pelayanan

Kualitas pelayanan yang diberikan harus mempunyai fungsi dan tujuan yang jelas. Oleh karena itu, fungsi dari kualitas pelayanan adalah untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, sehingga dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan sesuai dengan fungsi dari pelayanan itu sendiri. Sedangkan tujuan dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan adalah agar nasabah merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum. Dari tujuan dan fungsi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan harus sesuai dengan yang diharapkan nasabah untuk kepuasan nasabah.

5. Manfaat Pelayanan

Menurut Tjiptono, menyatakan bahwa terdapat 5 manfaat kualitas pelayanan, antara lain:¹³

- a. Loyalitas nasabah lebih besar.
- b. Pangsa pasar lebih besar.
- c. Harga saham lebih tinggi.

¹³*Ibid*, h. 125.

- d. Harga jual produk/jasa lebih tinggi.
- e. Produktivitas lebih besar.

Semua manfaat tersebut berkontribusi pada peningkatan daya saing yang berkesinambungan bagi perusahaan yang mengupayakan pemenuhan kualitas yang bersifat *customer driven*. Dalam jangka panjang perusahaan seperti ini akan menghasilkan laba yang maksimum dan akan tetap *survive*.

6. Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Memberikan pelayanan terbaik bagi seluruh umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan maka hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain. Sebagaimana firman Allah SWT sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ
 ط وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ
 وَاَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu, dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji*” (Q.S. Al Baqarah [1]: 267).¹⁴

Dalam ekonomi konvensional, pilihan didasarkan atas selera pribadi masing-masing. Manusia boleh mempertimbangkan tuntutan agama dan boleh juga tidak. Namun dalam ekonomi islam, keputusan pilihan ini tidak dapat dilakukan semaunya saja, semua perilaku harus dipandu oleh Allah SWT lewat Al-quran dan Hadist. Fasilitas dalam islam dan konvensional juga tidak

¹⁴Q.S. Al Baqarah (1): 267.

mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan. Dalam mewujudkan nilai-nilai ibadah dalam bekerja yang dilakukan oleh setiap insan manusia adalah bagaimana adab dan etika yang membimbingnya, sehingga nilai-nilai luhur tersebut tidak hilang dan sia-sia.

Allah swt menciptakan manusia tidak lain agar kita senantiasa beribadah kepada-Nya dan tidak menyekutukan-Nya dengan sesuatu apapun. Maka dalam hal ini semua aktivitas hidup kita sebagai manusia merupakan bentuk penghambaan kita terhadap Allah. Tidak terkecuali dalam hal aktivitas ekonomi yang harus dilakukan dalam rangka kepatuhan kita terhadap segala ketentuannya. Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain:¹⁵

- a. Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji.
- b. Bertanggung jawab dan terpercaya (Al-Amanah) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
- c. Tidak Menipu (Al-Kadzib) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.
- d. Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.
- e. Melayani dengan rendah hati (khidmah) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.
- f. Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

¹⁵Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 153.

Sebagaimana menurut Muflih Muhammad, yang dikutip oleh Abdalla Hanafy dan Hamid Salam, masing-masing adalah guru besar marketing dan *International Business* di St. Cloud State University dan guru besar Business Administration di Mankata State University, merumuskan etika pelayanan Islami sebagai berikut:¹⁶

- a. Etika untuk selalu menyampaikan yang benar.
- b. Etika untuk selalu dapat dipercaya.
- c. Etika untuk selalu mengerjakan sesuatu dengan ikhlas.
- d. Etika persaudaraan.
- e. Penguasaan ilmu pengetahuan.
- f. Etika keadilan.

Dengan ini penulis setuju dengan kedua pendapat diatas karena keduanya saling memiliki keterkaitan satu sama lain. Jadi siapa pun dia, bila melaksanakan etika bisnis niscaya akan meraih sukses dalam bisnis. Sebaliknya, walaupun ia seorang muslim dan berbisnis berlabel Islam, tapi meninggalkan etika bisnis islam, maka ia akan sulit mengembangkan bisnisnya.

B. Kepuasan Nasabah

1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Berikut beberapa defenisi yang berkembang untuk kepuasan Nasabah:¹⁷

- a. Menurut Cadotte kepuasan nasabah adalah perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian terhadap suatu produk.
- b. Menurut Tse & Wilton kepuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk yang bersangkutan.
- c. Menurut Fornell kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi pra-pembelian.

¹⁶Adiwarman Aswar Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 166.

¹⁷Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), h. 61.

d. Menurut Philip Kotler kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkannya dengan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.¹⁸

Ada kesamaan antara beberapa definisi di atas yaitu menyangkut komponen kepuasan nasabah (harapan kinerja atau hasil yang dirasakan). Pada umumnya harapan nasabah merupakan perkiraan atau keyakinan nasabah terhadap apa yang diterimanya apabila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk baik itu berupa barang atau jasa. Sehingga sebelum nasabah membeli atau menggunakan suatu produk ia sudah memiliki harapan terhadap kualitas produk yang akan ia dapatkan. Sedangkan kinerja yang dirasakan oleh nasabah adalah persepsi nasabah terhadap apa yang diterimanya setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Dalam konteks perbankan, kepuasan yang dirasakan oleh nasabah PT BNI Syariah Cabang Medan terlihat dari banyaknya nasabah yang melakukan transaksi. Nasabah yang merasakan kepuasan dengan pelayanan yang diberikan oleh Bank maka mereka tidak akan berpindah ke bank lain untuk mempercayakan keuangannya, bahkan nasabah tersebut akan memberikan *feedback* positif kepada bank.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan di kalangan nasabah. Dengan terciptanya kepuasan nasabah maka akan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan jasa (dalam hal ini adalah bank) yang mana diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabah menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang terhadap suatu produk dan terciptanya *loyalitas* nasabah sehingga akan membentuk suatu rekomendasi dari orang ke orang yang mana ini akan menjadi suatu hal yang menguntungkan perusahaan.

Kaitan antara kepuasan nasabah dan kesetiaan nasabah tidak bersifat *proporsional*. Jika saja kepuasan nasabah itu diberi nilai dengan skala satu sampai lima, maka pada level kepuasan nasabah yang sangat rendah (level satu), para nasabah akan cenderung menjauhi perusahaan dengan menyebarkan berita jelek mengenai perusahaan tersebut. Pada level dua sampai empat, nasabah akan sedikit

¹⁸Philip Kotler, *Marketing Manajemnt*, (New Jersey: Prentice Hall, 2000), h. 36.

lebih puas tetapi masih merasa mudah untuk beralih ketika tawaran yang lebih baik dan menguntungkan datang. Lain halnya jika pada level kelima, nasabah akan sangat cenderung membeli atau menggunakan ulang bahkan menyampaikan cerita positif berupa pujian terhadap perusahaan. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi akan menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan tersebut, tidak hanya sekedar suka yang berlebihan.

Variabel utama yang menentukan kepuasan nasabah, yaitu *expectations* (apa yang diharapkan) dan *perceived performance* (pelayanan yang diterima). Apabila *perceived performance* melebihi *expectations* maka nasabah akan merasa puas, tetapi apabila sebaliknya yaitu *perceived performance* jauh di bawah *expectations* maka nasabah akan merasa tidak puas.¹⁹ Seorang nasabah yang puas adalah nasabah yang merasa mendapat nilai dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi.

2. Dimensi Kepuasan

Menurut Tjiptono dimensi kepuasan terdiri dari:

- a. Kesesuaian harapan merupakan kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.
- b. Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk yang diharapkan.
- c. Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.²⁰

3. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau nasabahnya (juga nasabah perusahaan pesaing). Kotler mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan nasabah, antara lain sebagai berikut:²¹

¹⁹Herry Ahmad Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*, (Bandung: Linda Karya, 2006), h. 115.

²⁰Gerson, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, (PPM: Jakarta, 2004), h.69.

²¹Philip Kotler, *Marketing Manajemnt*, (New Jersey: Prentice Hall, 2000), h. 36.

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada nasabah wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para nasabahnya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah diakses atau sering dilalui nasabah), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, *website*, *facebook*, *twitter*, dan lain-lain.

b. *Ghost/Mystery Shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai nasabah atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan dibandingkan para pesaing. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dan pesaingnya menjawab pertanyaan nasabah dan menangani setiap keluhan.

c. *Lost Customer Analysis*

Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para nasabahnya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Hasil yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

d. Survei Kepuasan Nasabah

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan nasabah dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari nasabah dan sekaligus juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap nasabah. Pengukuran kepuasan nasabah melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, yaitu:

- 1) Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “ungkapkan seberapa puas saudara terhadap pelayanan Bank Indonesia pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas, sangat puas”.
- 2) Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.
- 3) Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
- 4) Responden dapat diminta untuk merangking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen. Dalam konteks perbankan, metode pengukuran kepuasan nasabah yang dilakukan PT BNI Syariah menggunakan teknik survey nasabah dengan cara memberikan pertanyaan melalui pemberian angket dan metode yang kedua yakni sistem keluhan dan saran. Metode ini dilakukan dengan cara menyediakankertas yang diletakkan di kotak kritik dan saran untuk mempermudah nasabah yang mengalami masalah-masalah yang timbul.

4. Faktor-Faktor Pendukung Kepuasan Nasabah

Terdapat lima komponen yang dapat mendorong kepuasan nasabah, yaitu:²²

a. Kualitas Produk

Kualitas produk menyangkut lima elemen yaitu *performance*, *reliability*, *conformance*, *durability*, dan *consistency*. Nasabah akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa jasa yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menyangkut terhadap kepuasan yang dirasakan nasabah apabila pelayanan yang dilakukan baik dan sesuai dengan yang diharapkan. Dimensi kualitas pelayanan menurut konsep *servqual* meliputi *reliability*,

²²Handi Irawan, *Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Elek Media Komposindo, 2002), h. 22.

responsiveness, assurance, empathy, dan tangible. Dalam banyak hal kualitas pelayanan mempunyai daya diferensiasi yang lebih kuat dibandingkan dengan kualitas produk.

c. Faktor Emosional

Faktor emosional menyangkut kepuasan nasabah yang diperoleh pada saat menggunakan suatu produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Kepuasan nasabah didasari atas rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya.

d. Kemudahan

Komponen ini berhubungan dengan biaya untuk memperoleh produk atau jasa. Nasabah akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Dalam konteks perbankan, kepuasan nasabah merupakan suatu tujuan dalam dunia perbankan. PT BNI Syariah melihat kepuasan nasabah itu dengan cara memberikan kemudahan dalam memperoleh jasanya.

Dalam konteks perbankan PT BNI Syariah memberikan pelayanan terhadap setiap nasabah itu tidak sama, karena faktor emosional seseorang dan kepuasan pun juga berbeda. PT BNI Syariah menciptakan tipe nasabah yang *apostles*, meningkatkan kepuasan nasabah yang *defectors* dan menjadikan mereka loyal, menghindari memiliki konsumen *terrorist* dan *hostages*, dan mengurangi konsumen *mercenaries*.

Kepuasan nasabah terkait dengan kualitas pelayanan internal dan kepuasan pelayanan internal karyawan tentu akan menjadi pendorong kepuasan terhadap karyawan. Kepuasan karyawan akan mendorong timbulnya loyalitas terhadap perusahaan. Selanjutnya loyalitas ini akan berdampak pada peningkatan produktivitas. Faktor lainnya adalah rintangan dalam pengalihan dan keluhan nasabah. Namun nasabah pun seringkali merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Penyebab timbulnya ketidakpuasan pada nasabah adalah :

- a. Tidak sesuai antara manfaat atau hasil yang diharapkan dengan kenyataan yang didapat oleh nasabah.
- b. Layanan selama proses menggunakan jasa tidak memuaskan.

- c. Perilaku personil atau karyawan perusahaan yang kurang memuaskan dan mengecewakan nasabah.
- d. Suasana dan kondisi fisik lingkungan tidak menunjang seperti *lay out* gedung yang tidak tertata rapi.
- e. Biaya yang terlalu tinggi d bandingkan bank lain atau tingkat bagi hasil yang terlalu mebebankan nasabah. Promosi iklan yang terlalu berlebihan sehingga seringkali tidak sesuai dengan kenyataan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa penyebab timbulnya ketidakpuasan nasabah pada umumnya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam konteks perbankan, PT BNI Syariah berupaya untuk meningkatkan kinerja para pegawai agar sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabahnya serta memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya.

5. Kepuasan Nasabah Dalam Perspektif Islam

Seorang muslim dalam menjalankan usaha (bisnis) merupakan suatu ibadah, sehingga apapun bentuk usahanya itu harus dimulai dengan niat yang suci *lillahi ta'ala* yang semata-mata hanya untuk meraih ridha Allah subhanahu wata'ala, yang mana kemudian diikuti dengan cara-cara dan tujuan yang benar serta pemanfaatan hasil usaha yang secara benar pula. Dalam pandangan Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan nasabah adalah standar *syariah*. Kepuasan nasabah dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang sudah seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Oleh sebab itu dalam memasarkan sebuah produk maupun jasa, seorang muslim wajib memiliki sifat jujur dan amanah, sehingga akan menimbulkan kepercayaan dan kesetiaan nasabah terhadap perusahaan jasa tersebut²³.

Sementara itu dalam ekonomi islam, preferensi konsumsi seorang muslim dimotivasi oleh masalah, sehingga pilihan konsumsinya selalu berupaya untuk menyeimbangkan kepentingan dunia dan akhirat, memperhitungkan konsumsi saat ini dan yang akan datang, dengan memprioritaskan kebutuhan *daruriyyah*,

²³Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: GIP, 1997), h. 178.

mengokohkannya dengan *hajiyyah* dan memperindah dengan *tahsiniyyah* serta menggunakan *choise between substituties* manakala diperlukan. Berdasarkan uraian diatas, maka pada prinsipnya etika konsumsi islam meliputi konsumsi berorientasi dunia dan akhirat, keutamaan prioritas pemenuhan kebutuhan, konsumsi dengan memperhatikan etika dan norma, tidak melakukan kemubaziran, konsumsi dengan mengutamakan kesederhanaan.²⁴ Untuk mencapai tingkat kepuasan dalam kegiatan konsumsi islam memberikan panduan, yakni:²⁵

a. Barang yang dikonsumsi tidak haram

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالْدَّمَ وَالْخِنْزِيرَ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ ۖ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya : “*Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah maha pengampun lagi maha penyayang.*” (Q.S Al Baqarah [1]: 173).²⁶

b. Cara memperolehnya tidak dengan spekulasi

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamr, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.*” (Q.S Al Maidah: 90).²⁷

²⁴Anita Rahmawaty, *Ekonomi Mikro Islam*, (Kudus: Nora Media Enterprise, 2011), h. 80.

²⁵Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ekonosia, cet 3, 2004), h. 168-

173.

²⁶Q.S. Al Baqarah (1): 173.

²⁷Q.S. Al Maidah (5): 90.

c. Tidak menimbun barang dan melakukan kegiatan pasar gelap

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu.” (Q.S An Nisaa [4]: 29).²⁸

d. Tidak mengandung Riba

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۚ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaithan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharankan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari tuhan, lalu terus berhenti (dan mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu, (sebelum datang larangan) dan urusannya (terserah) kepada Allah. Dan orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”. (Q.S Al Baqarah [1]: 275).²⁹

²⁸Q.S. An Nisaa (4): 29.

²⁹Q.S. Al Baqarah (1): 275..

e. Memperhitungkan zakat dan infaq

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ۚ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ يَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ

بَصِيرٌ

Artinya : “Dan dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat, dan kebaikan apa saja yang kamu usahakan bagi dirimu, tentu kamu akan mendapat pahalanya pada sisi Allah. Sesungguhnya Allah maha melihat apa-apa yang kamu kerjakan”. (Q.S Al Baqarah [1]: 110).³⁰

C. Importance Performance Analysis (IPA)

1. Pengertian Importance Performance Analysis

Teknik *Importance Performance Analysis* dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James, yang juga diperkenalkan oleh Magal dan Levenburg. Dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (*perceived performance*) pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di *Importance Performance*.³¹

Importance Performance Analysis (IPA) juga dapat diartikan sebagai alat bantu dalam menganalisis atau yang digunakan untuk membandingkan sampai sejauh mana antara kinerja/pelayanan yang dapat dirasakan oleh konsumen dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan. Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan, sehingga tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan skala prioritas yang akan dipakai dalam penanganan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.³²

IPA menyatukan pengukuran faktor tingkat kinerja (*performance*) yang kemudian digambarkan dalam diagram dua dimensi yaitu diagram *importance performance* untuk mendapatkan usulan praktis dan memudahkan penjelasan data. Pada tingkat kinerja, pengukuran dilakukan dengan mengukur tingkat kepuasan

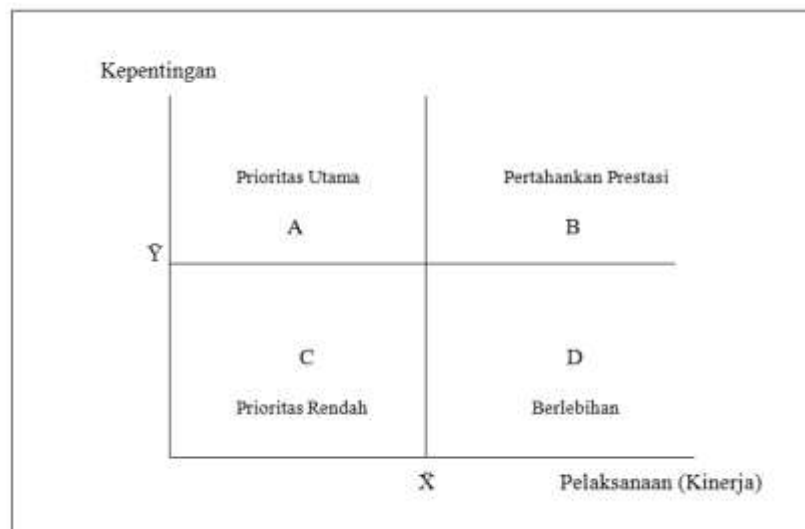
³⁰Q.S. Al Baqarah (1): 110.

³¹Martilla and James. “Important Performance Analysis” dalam *Jurnal Of Marketing*, PP (41): 1997, h. 13-17.

³²Rambat Lupiyoadi dan Bramulya, *Model Important Performance Analysis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), h. 240.

nasabah terhadap pelayanan yang telah dirasakan. Pengukuran kepuasan nasabah menurut Kotler dan Keller dalam mengetahui puas atau tidak puasnya nasabah dapat melalui metode ini.³³

Analisis *Importance Performance* digambarkan dalam bentuk diagram kartesius yakni suatu bangun yang dibagi atas empat kuadran yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y) dimana X adalah skor rata-rata penilaian kinerja atau jasa yang dirasakan dan Y adalah skor rata-rata penilaian kepentingan/harapan yang memenuhi kepuasan nasabah. Hal tersebut digunakan untuk mengetahui posisi masing-masing atribut atau ukuran dari kualitas pelayanan dengan tingkat kepentingan atas kualitas pelayanan yang diberikan. Diagram kartesius atas *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber : Lupiyoadi dan Bramulya

Gambar 2.1 Diagram Kartesius

Lebih lanjut Lupiyoadi dan Bramulya memberikan keterangan mengenai pembagian pada diagram kartesius analisis *Importance Performance* seperti berikut ini:³⁴

³³Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Manajement*, (New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc, 2012), h. 434.

³⁴Rambat Lupiyoadi dan Bramulya, *Model Important Performance Analysis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2015), h. 242.

a. Kuadran A, Prioritas Utama

Faktor-faktor yang terletak di kuadran ini dianggap sebagai faktor yang sangat penting oleh konsumen. Namun, kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak manajemen berkewajiban mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja berbagai faktor tersebut. Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan.

b. Kuadran B, Pertahankan Prestasi

Faktor-faktor yang terletak di kuadran ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja institusi yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.

c. Kuadran C, Prioritas Rendah

Faktor-faktor yang terletak di kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi konsumen, sehingga pihak manajemen tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada faktor-faktor tersebut.

d. Kuadran D, Berlebihan

Faktor-faktor yang terletak di kuadran ini dianggap tidak terlalu penting sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan. Terdapat dua cara untuk menampilkan data pada *importance performance analysis* (IPA), yaitu:

- 1). Menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata pada sumbu tingkat kepentingan dan sumbu tingkat kepuasan dengan tujuan untuk mengetahui secara umum penyebaran data terletak pada kuadran berapa.

2). Menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata hasil pengamatan pada sumbu tingkat kepentingan dan sumbu tingkat kepuasan dengan tujuan untuk mengetahui secara spesifik masing-masing faktor terletak pada kuadran berapa. Metode yang kedua inilah yang paling sering digunakan oleh para peneliti.

Adapun rumus yang digunakan adalah persamaan:

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

T_{ki} = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian kinerja

Y_i = Skor kepentingan nasabah

Pada sumbu (Y) diisi dengan skor tingkat kepentingan/ekspektasi, dan pada sumbu mendatar (X) akan diisi dengan skor tingkat pelaksanaan/realita. Maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah dengan persamaan:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan :

X = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/realita

Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan/ekspektasi

n = Jumlah responden

Adapun rumus berikutnya yang digunakan adalah persamaan:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

Keterangan :

K = Banyaknya faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan nasabah

Maka disimpulkan bahwa *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan cara untuk menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja dari suatu pelayanan dilihat pada empat kuadran yakni Kuadran A yang merupakan prioritas utama, Kuadran B yang merupakan suatu layanan yang dipertahankan, Kuadran C yang merupakan prioritas rendah, Kuadran D yang mana nasabah merasa berlebihan pada atribut ini.³⁵

2. Tujuan *Importance Performance Analysis*

Important Performance Analysis (IPA) bertujuan untuk menampilkan informasi yang berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut nasabah sangat mempengaruhi loyalitas dan kepuasan mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut nasabah perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan nasabah. IPA menyatukan pengukuran faktor tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*) yang kemudian digambarkan dalam diagram dua dimensi yaitu diagram *Importance Performance* untuk mendapatkan usulan praktis dan memudahkan penjelasan data.

3. Skor Nilai Kepentingan

Dalam metode ini digunakan skala *Likert* sebagai indikator skala ukuran untuk kepentingan nasabah dan tingkat pelaksanaan atau kinerja secara nyata dari suatu jasa. Data dalam skala *Likert* diberi skor secara kuantitatif untuk digunakan dalam perhitungan.³⁶ Tingkat kepentingan nasabah diukur dalam kaitannya dengan apa yang seharusnya dikerjakan oleh PT. BNI Syariah Cabang Medan agar menghasilkan pelayanan jasa yang berkualitas tinggi. Dengan berdasarkan pada hasil penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang kemudian akan digambarkan dalam suatu diagram kartesius. Tingkat kepentingan dan kinerja yang dimuat dalam diagram kartesius adalah berupa skor penilaian kepentingan dan kinerja total. Masing-masing atribut akan diposisikan dalam suatu diagram. Skor total penilaian terhadap tingkat kinerja (*performance*) menunjukkan posisi suatu atribut pada sumbu X sedangkan posisi atribut pada sumbu Y ditunjukkan

³⁵*Ibid*, h. 244.

³⁶Freddy Rangkuti, *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 110.

oleh skor total tingkat kepentingan (*importance*) terhadap atribut. Skala *Likert* yang terdiri atas lima butir, yang memberikan nilai bobot dari nilai 1 sampai dengan 5, yaitu:³⁷

1. Penilaian tingkat kepentingan (*importance*) pelayanan
 - a. 5 untuk sangat penting
 - b. 4 untuk penting
 - c. 3 untuk cukup penting
 - d. 2 untuk tidak penting
 - e. 1 untuk sangat tidak penting
2. Penilaian kinerja (*performance*) pelayanan
 - a. 5 untuk sangat baik
 - b. 4 untuk baik
 - c. 3 untuk cukup baik
 - d. 2 untuk tidak baik
 - e. 1 untuk sangat tidak baik

Berdasarkan hasil penelitian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja/penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.³⁸

Adapun dua macam metode untuk menampilkan data IPA, yaitu: (1) menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata sumbu tingkat kepuasan data terletak pada ukuran berapa; (2) menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata hasil pengamatan pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara spesifik masing-masing faktor terletak pada kuadran berapa. Berikut prosedur yang berkaitan dengan penggunaan metode IPA ini.³⁹

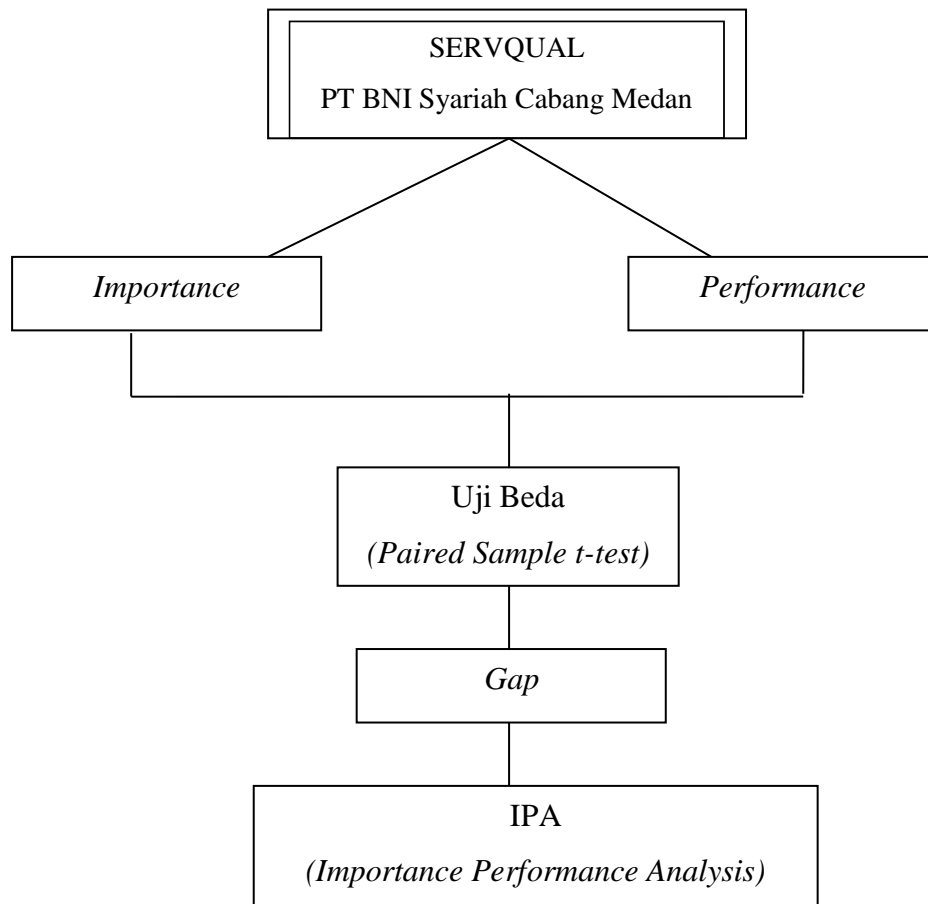
³⁷*Ibid*, h. 112.

³⁸Yayu Yulianti, “Analisis Kualitas Pelayanan Pendidikan Dengan Menggunakan Gap Analysis dan Important Performance Analysis (IPA) Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNY” (Skripsi, Fakultas Ekonomi UNY, 2016), h. 46.

³⁹*Ibid*, h. 49.

- (a). Penentuan Faktor-faktor yang akan dianalisa.
- (b). Melakukan Survei melalui Kuesioner.
- (c). Menghitung nilai rata-rata tingkat kepuasan dan prioritas penanganan.
- (d). Membuat Grafik IPA.
- (e). Melakukan evaluasi terhadap faktor sesuai dengan kuadran masing-masing.

D. Kerangka Teoritis



Gambar 2.2
Kerangka Teoritis

E. Penelitian Terdahulu

Adapun hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Theresia Ifi Wilis (2015) dalam Skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas pelayanan dengan menggunakan *gap analysis* dan IPA pada restoran *52 fusion food*” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja atribut pelayanan dalam memenuhi kepuasan konsumen sehingga diperoleh usulan perbaikan. Data dianalisis dengan menggunakan SERVQUAL dan IPA Analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel kedua restoran bernilai negatif, dimana variabel assurance memiliki nilai negative terbesar yaitu -0,27. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan yaitu pada metode analisis yang digunakan, sedangkan perbedaannya terletak pada sampel yang digunakan.⁴⁰

Yuyu Yulianti (2016) dalam skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Pendidikan Dengan Menggunakan *Gap Analisis* dan Important Performance Analysis (IPA) Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNY”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan pendidikan pada program studi pendidikan ekonomi fakultas ekonomi UNY sehingga diperoleh usulan perbaikan. Data dianalisis dengan menggunakan Gap Analisis dan *Important Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dilihat dari uji beda, analisis tingkat kesesuaian dan analisis kesenjangan kenyataan-harapan berdasarkan dari lima dimensi SEVQUAL kualitas pelayanan pendidikan pada Proram Studi Pendidikan Ekonomi sudah baik dalam memenuhi harapan mahasiswa, rata-rata *gap dimensi analisis* menunjukkan rata-rata <-1 sehingga pelayanan pendidikan berdasarkan persepsi mahasiswa sudah baik, sedangkan untuk *gap item analisis* terdapat tiga atribut yang *gap* negatifnya >-1 untuk atribut kualitas pelayanan pendidikan antara kinerja dan kepentingan mahasiswa, berdasarkan pemetaan terdapat 16 atribut yang dianggap penting oleh mahasiswa dan perlu tindakan prioritas, melakukan evaluasi dan perbaikan berdasarkan hasil pemetaan melalui *Importance Performance Analysis*,

⁴⁰Theresia Ifi Wilis, “Analisis Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Gap Analisis dan IPA Pada Restoran Fussion Food” (Skripsi, FE UGM Yogyakarta, 2015).

dengan hasil dimensi keandalan merupakan dimensi kualitas terendah dan perlu tindakan prioritas perbaikan.⁴¹

Dewi Diniaty (2016) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Kantor Camat Bukitraya Pekanbaru dengan pendekatan *Important Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara kepentingan (Importance) dan kepuasan (Satisfaction) masyarakat terhadap kinerja (Performance) pelayanan Kantor Camat Bukitraya Pekanbaru dan mengetahui atribut yang menjadi prioritas perbaikan dengan pendekatan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV). *Important Performance Analysis* digunakan untuk mengetahui hubungan tingkat kepentingan dan penilaian kinerja terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Sehingga dengan mengetahui hubungan tersebut maka dapat ditentukan atribut-atribut apa saja yang harus ditingkatkan, dipertahankan, diperbaiki dan yang harus dihilangkan atau dievaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil pengolahan data dengan pendekatan *Important Performance Analysis* terdapat tujuh atribut penentu kualitas pelayanan Kantor Camat Bukitraya Pekanbaru yang berada di kuadran A dan harus diperbaiki sesuai dengan harapan masyarakat yakni seperti: Kemudahan dalam kepengurusan surat pengantar pembuatan KTP dan KK; Kemudahan mengikuti prosedur dan mekanisme pelayanan; sikap peduli petugas menerima keluhan maupun pengaduan terhadap kebutuhan informasi dan data; Kerapian berpakaian petugas; Komunikasi petugas dengan masyarakat jelas dan informatif; Kebersihan kantor pelayanan; Kebenaran informasi petugas dalam memberikan pelayanan.⁴²

Heru Winarno dan Tb. Absor (2017) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Servqual* dan *Important Performance Analysis* (IPA) Pada PT. Media Purna Engineering”. Penelitian ini

⁴¹Yuyu Yulianti, “Analisis Kualitas Pelayanan Pendidikan Dengan Menggunakan *Gap Analisis* dan *Important Performance Analysis* (IPA) Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNY” (Skripsi, FE UNY Yogyakarta, 2016).

⁴²Dewi Diniaty, “Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Kantor Camat Bukitraya Pekanbaru dengan pendekatan *Important Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)” (Skripsi, Fakultas Sains dan Teknologi UGM Yogyakarta, 2016), h.148.

bertujuan untuk peningkatan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mitra perusahaan yaitu PT. Krakatau Steel (Persero) Tbk atas pelayanan yang diberikan. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode *Service Quality (Servqual)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk mengukur tingkat kepuasan dan kualitas pelayanan yang diberikan.. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PT. Media Purna Engineering tergolong baik, namun terdapat 1 atribut kualitas pelayanan yang masih perlu ditingkatkan atau dikembangkan kembali dari 25 atribut kualitas pelayanannya, yaitu pada atribut ke 15 tentang kecepatan dalam memberikan solusi.

Rekomendasi perbaikan yang diberikan diantaranya harus diadakannya pengenalan area kerja, pekerja baru harus senantiasa dibina dan diawasi, pembuatan jadwal *training*, kendala harap dengan cepat informasikan ke *Lieder* atau *Supervisor* supaya cepat dalam memberikan solusi untuk mengatasinya.⁴³

Wirdha Purnomo dan Dyah Riandadari (2015) dalam penelitian yang berjudul “Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel *Importance Performance Analysis (IPA)* di PT. Arina Parama Jaya Gresik”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap PT. Arina Parama Jaya Gresik dengan Variabel penelitian berupa atribut pelayanan bengkel Arina Motor, atribut kualitas pelayanan diidentifikasi dari indikator kepuasan menurut pelanggan yang diungkapkan Zeithmal dkk, yaitu dengan TRREASE (*Tangibles, Reliabilty, Responsiveness, Assurance, Empathy*). Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan di bengkel Arina Motor menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*). Metode IPA pada tingkat kesesuaian membandingkan antara tingkat kepentingan (harapan), dengan tingkat kinerja pelayanan yang di berikan bengkel kepada pelanggan. Hasil dari penelitian ini adalah dengan metode *Importance Performance Analysis* dari 23 atribut pelayanan bengkel Arina Motor didapat rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 94%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan bengkel Arina Motor. Berdasarkan diagram kartesius terdapat 13 atribut

⁴³Heru Winarno dan Tb. Absor, “Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual dan Important Performace Analysis (IPA) pada PT. Media Purna Engineering” dalam *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, Vol (1): 146-160, November 2018, h. 146-160.

pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan, masing-masing atribut tersebar dalam 2 kuadran yaitu 6 atribut terdapat dalam kuadran A dan 7 Atribut terdapat dalam kuadran B.⁴⁴

Dari keenam penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa penulis meneliti mengenai tingkat kepuasan pelanggan di berbagai tempat. Misalnya kantor instansi pemerintahan, bank, penggunaan alat transportasi udara, dan lain-lain. Disini penulis menggunakan *Important Performance Analysis* untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan. Untuk proses pengerjaan dengan IPA penulis menggunakan kuesioner dan kuadran untuk mengetahui atribut kualitas pelayanan yang harus diperbaiki guna untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Sedangkan untuk penelitian yang peneliti lakukan bertempat di PT BNI *Syariah* Cabang Medan yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah menggunakan dimensi *SERVQUAL*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Importance Performance Analysis* dengan cara membuat kuesioner dan membagikannya kepada para nasabah. Dari hasil kuesioner tersebut akan diberikan nilai dengan metode pembobotan dengan menggunakan skala *Likert* yang kemudian akan diuji dengan uji validitas. Setelah dinyatakan valid maka data akan dimasukkan ke dalam kuadran Kartesius. Dari kuadran A, B, C, dan D dapat diketahui kuadran mana yang perlu dilakukan perbaikan.

F. Hipotesa

Hipotesa adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya. Berdasarkan tinjauan di atas maka di rumuskan hipotesis yang akan di uji dalam penelitian adalah:

Ha: Terdapat perbedaan antara *Performance* dan *Importance*

Ho: Tidak terdapat perbedaan antara *Performance* dan *Importance*

⁴⁴Wirdha Purnomo dan Dyah Riandadari, "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel Dengan Metode Important Performance Analysis di PT. Arina Parama Jaya Gresik" dalam *Jurnal Teknik Mesin*, III (3): 2015, h. 54-63.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan adalah dengan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis menelaah bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.⁴⁵ Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrument penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka yang akan dianalisis berdasarkan prosedur statistik.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang dipilih sebagai tempat penelitian adalah di BNI Syariah Cabang Medan yang berlokasi di Jl. H. Adam Malik No. 151, Medan, kode pos 20114 pada bulan Juni-September 2019.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiono, pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya,⁴⁶ populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah PT BNI Syariah Cabang Medan sebanyak 1.167 nasabah.⁴⁷

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang dapat mewakili ciri-ciri yang terbilang. Ada beberapa teknik yang digunakan dalam menentukan seberapa banyak sampel, yakni dengan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut.⁴⁸

⁴⁵Azhari Akmal Tarigan, *et. al, Buku Panduan Penulisan Skripsi* (Medan: Febi Press, 2015), h. 24.

⁴⁶Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, : Alfabeta, 2013), h. 90.

⁴⁷Alfian Sauri, Karyawan Bagian Umum BNI Syariah KCP Medan, Wawancara di Medan, tanggal 05 Juni 2019.

⁴⁸Husain Umar, *Studi Kelayakan Dalam Bidang Jasa*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, cet 1, 2005), h. 141.

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

Diketahui:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

1 = Konstanta

e² = Standart error atau persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir atau diinginkan, yaitu sebesar 10%. Sehingga :

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.167}{1 + 1.167 (10\%)^2} = \frac{1.167}{1 + 1.167 (0,1)^2} \\ &= \frac{1.167}{1 + 1.167 (0,01)} = \frac{1.167}{1 + 11,67} = \frac{1.167}{12,67} \\ &= 92 \end{aligned}$$

Jadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 92 orang responden ini adalah nasabah di PT BNI Syariah Cabang Medan. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi yang akan diteliti. Penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan jenis *Probability Sampling*. *Probability sampling* menunjukkan bahwa semua elemen dalam populasi memiliki kesempatan (*probability*) yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Teknik *probability sampling* yang dipilih yaitu *Proportoinate stratified Randomsampling*. *Proportoinate stratified Random Sampling* adalah teknik yang digunakan pada populasi dengan anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Strata atau tingkat yang digunakan adalah latar belakang pendidikan, hal ini disebabkan untuk mempermudah memperoleh data kuesioner. Karena apabila menggunakan strata berdasarkan bidang pekerjaan masing-masing nasabah akan butuh waktu lama.⁴⁹

⁴⁹Nanang Maetono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Analisis dan analisis data skunder* (Jakarta: Raja Grafindo, 2001), h. 79.

D. Data Penelitian

Data dalam penelitian ini menggunakan data Primer, yaitu data yang pertama kali dicatat dan di kumpulkan oleh peneliti.⁵⁰ Kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan *SPSS Statistik 20*.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam hal ini peneliti akan membagikan ataupun menyebarkan angket kepada nasabah baik yang sedang ingin melakukan transaksi maupun yang sekedar berada di dalam bank. Lalu kuesioner juga akan dilengkapi dengan menggunakan skala *Likert* 5 point berbentuk *Checklist*. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu dengan skor 1 sampai 5 sebagai berikut:

Tabel 3.1

Skala <i>Likert</i>	
Kinerja	Harapan
1 = Sangat Tidak Baik (STB)	1 = Sangat Tidak Penting
2 = Tidak Baik (TB)	2 = Tidak Penting (TP)
3 = Cukup (C)	3 = Netral (N)
4 = Baik (B)	4 = Penting (P)
5 = Sangat Baik (SB)	5 = Sangat Penting (SP)

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dilakukan untuk mengumpulkan data dan informasi dengan bantuan bermacam-macam buku yang memberikan landasan bagi perumusan hipotesis, penyusunan kuesioner, dan pembahasan teoritis.

⁵⁰Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 104.

3. Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data melalui tanya jawab dengan pihak-pihak tertentu, yaitu nasabah BNI Syariah Cabang Medan, dan karyawan BNI Syariah Cabang Medan khususnya pada *customer service* dan bagian umum.

5. Studi Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang sejarah perusahaan dan data lainnya.

F. Defenisi Operasional

Defenisi operasional dari variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Importance* (Kepentingan)

Variabel ini menggambarkan harapan nasabah terhadap faktor-faktor kualitas pelayanan yang dianggap penting dan diharapkan menjadi prioritas kualitas pelayanan yang harus dimiliki oleh PT BNI Syariah Cabang Medan.

2. *Performance* (Kinerja)

Variabel ini untuk mengukur penilaian nasabah terhadap kinerja kualitas pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan.

3. Dimensi *Servqual*

Konsep yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan kinerja kualitas pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan dilihat dari lima dimensi *servqual* yakni *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati). Skor yang diperoleh dari variabel *performance* dan *importance* dibandingkan untuk melihat tingkat kesesuaian dari kualitas pelayanan.

Tabel 3.2
Dimensi *Servqual* Harapan

No	Dimensi	No Item
1	Bukti Fisik (Tangible)	1, 2, 3, 4, 5
2	Keandalan (Reliability)	6, 7, 8, 9, 10
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	11, 12, 13, 14, 15
4	Jaminan (Assurance)	16, 17, 18, 19, 20
5	Empati (Empathy)	21, 22, 23, 24, 25

Tabel 3.3
Dimensi *Servqual* Kinerja

No	Dimensi	No Item
1	Bukti Fisik (Tangible)	1, 2, 3, 4, 5
2	Keandalan (Reliability)	6, 7, 8, 9, 10
3	Daya Tanggap (Responsiveness)	11, 12, 13, 14, 15
4	Jaminan (Assurance)	16, 17, 18, 19, 20
5	Empati (Empathy)	21, 22, 23, 24, 25

Selanjutnya nilai rata-rata variabel *performance* dan variabel *importance* dianalisis dengan menggunakan kuadran *importance performance analysis*. Hasil yang diharapkan dari kuadran ini adalah dapat memetakan dan menghasilkan data urutan tingkat kepentingan.

G. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data merupakan penguraian metode-metode analisis yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Metode analisis data sangat bergantung pada jenis penelitian dan metode penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data diikuti dengan pengujian hipotesis penelitian. Pada bagian ini peneliti memaparkan mengenai uji validitas dan uji reliabilitas yang dilakukan pada penelitian ini.

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Validitas

Untuk mendukung analisis regresi dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan kecermatan fungsi alat ukurnya. Pengujian menggunakan 2 sisi dengan taraf signifikan 0,05 jika r hitung $>$ r tabel maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid), dan sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien *Alpha Cronbach*. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel maka akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan komputer program spss 20.

Tabel 3.3

Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Nilai Alpha	Tingkat Reliabilitas
0.00 s/d 0,20	Tidak Reliabel
0,20 s/d 0,40	Kurang Reliabel
0,40 s/d 0,60	Cukup Reliabel
0,60 s/d 0,80	Reliabel
0,80 s/d 1,00	Sangat Reliabel

Sugiyono menyebutkan bila r hitung (r alpha) $>$ 0,6 atau 60% maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi linear berganda yang digunakan dalam menganalisis memenuhi asumsi klasik atau tidak. Model regresi linear berganda dinyatakan baik jika data terbebas dari asumsi-asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas.⁵¹

a. Uji Normalitas

Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnovtest*. Uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.

Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t yang digunakan adalah Uji *Paired Sample t-test*. Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang di uji pada tingkat signifikan 0,05.⁵² Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model persamaan regresi, kriteria keputusannya adalah sebagai berikut. Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel:

- 1). Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{statistic} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2). Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{statistic} > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, berarti tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

⁵¹Laylan Syafina, *Panduan Penelitian Kuantitatif Akuntansi*, (Medan: Febi Press, 2018), h. 22.

⁵²*Ibid.*, h. 113.

4. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara deskriptif mengenai jawaban responden terhadap kualitas pelayanan di PT BNI Syariah Kantor Cabang Medan. Analisis ini merupakan analisis yang mnguraikan data hasil penelitian tanpa melakukan pengujian. Analisis ini disajikan dalam bentuk tabel frekuensi. Pengolahan distribusi frekuensi ini dilakukan dengan membuat kelompok atau nilai skor total dari jawaban responden, yang termasuk di dalamnya antara lain penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean perhitungan penyebaran data dan perhitungan persentase.⁵³

5. Analisis Tingkat Kesesuaian *Important* dan *Performance*

Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen yang digunakan dalam penelitian ini, langkah selanjutnya adalah mengolah data dan menganalisis data. Analisis data dilakukan dalam penelitian ini adalah supaya dapat menyajikan kumpulan data hasil pengukuran menjadi satu informasi yang dapat dibaca dan berguna. Analisis yang dilakukan adalah *gap analysis*, tingkat kesesuaian dari *importance* dan *performance*, uji beda serta dilakukan pemetaan prioritas dengan IPA.

Tingkat kesesuaian adalah hasil yang diperoleh dari perbandingan antara skor kinerja dengan skor kepentingan. Dari tingkat kesesuaian yang diperoleh ini diharapkan dapat dipakai sebagai acuan dalam menentukan prioritas peningkatan atribut kualitas layanan yang mempengaruhi penilaian nasabah terhadap kinerja pelayanan PT BNI Syariah Kantor Cabang Medan yang diterima. Dalam menentukan tingkat kesesuaian ini ada dua variabel yang dihitung, yaitu variabel X yang mewakili kinerja dan variabel Y yang mewakili kepentingan nasabah.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 122.

Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:⁵⁴

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana:

TKi = Tingkat kesesuaian Responden

Xi = Skor penilaian kinerja

Yi = Skor penilaian kepentingan

Tahap selanjutnya adalah menghitung skor rata-rata kualitas layanan menggunakan rumus:⁵⁵

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana:

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kinerja

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden X Y

6. Analysis Gap

Menurut Parasuraman, perbedaan antara harapan dan kenyataan atas kualitas layanan yang diterima oleh mahasiswa inilah yang disebut dengan *gap* atau kesenjangan, dalam penelitian ini peneliti menggunakan *gap* ke lima dalam kualitas layanan, karena *gap* kelima tersebut paling penting dalam kualitas layanan yang didefinisikan sebagai kesenjangan antara layanan yang diharapkan (ekspektasi) dengan layanan yang dirasakan (persepsi).⁵⁶

Nilai kesenjangan antara layanan yang dirasakan dan layanan yang diharapkan konsumen juga disebut sebagai skor *SERVQUAL* atau skor dari kualitas layanan yang dirumuskan sebagai berikut:⁵⁷

$$\text{Skor SERVQUAL} = \text{Skor Persepsi (P)} - \text{Skor Ekspektasi (I)}$$

⁵⁴Johanes Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 241.

⁵⁵*Ibid*, h. 143.

⁵⁶Parasuraman, *et. al*, "Refinement and Reassessment of The SERVQUAL Scale" *Journal Of Retailing*, vol. 67 No. (4), 1991, h. 420-450.

⁵⁷Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Jawa Timur: Banyumedia Publishing, 2011), h. 121.

Kesenjangan ini terjadi karena konsumen mempersepsikan layanan yang diterima berbeda dengan pemberi layanan. Menurut Parasuraman, tujuan utama dari analisis SERVQUAL adalah untuk dapat mengungkapkan secara lebih luas kekurangan maupun kekuatan kualitas layanan yang adadalam satu institusi, ada tiga *guidlines* yang di kemukakan saat menggunakan analisis SERVQUAL, yaitu:

- a. Analisis *gap* per atribut layanan
- b. Analisis *gap* perdimensi
- c. Analisis *gap* secara keseluruhan semua atribut layanan dari lima dimensi.

7. Uji Beda *Performance* dan *Important*

Selanjutnya untuk mengetahui signifikan atau tidaknya perbedaan antara pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dipersepsikan, digunakan peralatan statistik uji beda rata-rata (uji t) dengan metode sampel berpasangan. Uji beda dengan *paired sampel t test* dilakukan untuk membandingkan perbedaan *mean* antar kepentingan (*importance*) nasabah dan persepsi nasabah terhadap kinerja (*performance*) kualitas layanan PT BNI Syariah Cabang Medan, dan perbandingan dilakukan terhadap kelompok sampel yang sama. Nilai *mean*, baik *mean importance* maupun *performance*, dari masing masing item per dimensi di input kedalam SPSS, yang kemudian data dilakukan perbandingan *mean*.

8. *Important Performance Analysis Methode (IPA)*

Dalam teknik IPA ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan atribut layanan dan tingkat kinerja paada masing-masing atribut layanan nasabah. Analisis IPA dilakukan dengan menggunakan SPSS 20.0 yang menyediakan fasilitas analisis *graphs scatter/dot* yang hasilnya berupa gambar diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu bangun persegi yang dibagi dalam empat bagian dengan dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X dan Y), dan X merupakan rata-rata dari skor tingkat penilaian kinerja sedangkan Y adalah rata-rata dari skor tingkat kepentingan. Tujuan analisis IPA ini adalah untuk mengidentifikasi atribut kepentingan layanan pendidikan berada dikuadran A, B, C, atau D dalam diagram kartesius, sebagai berikut:

a. Kuadran A (Prioritas Utama)

Kuadran ini memuat pernyataan yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya pernyataan tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan. Tingkat kinerja dari pernyataan tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan pelanggan terhadap pernyataan tersebut. Pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya agar dapat memuaskan pelanggan.

b. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Pernyataan ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan tersebut penting dan memiliki kinerja yang baik, dan wajib dipertahankan untuk waktu selanjutnya karena dianggap sangat penting/diharapkan serta hasilnya sangat memuaskan.

c. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa/biasa saja. Maksudnya pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan/harapan yang rendah dan kinerjanya juga dinilai kurang baik oleh nasabah. Perbaikan terhadap pernyataan yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat pernyataan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan itu besar atau kecil dan juga untuk mencegah pernyataan tersebut bergeser ke kuadran I.

d. Kuadran D (Berlebihan)

Kuadran ini pernyataan ini memiliki tingkat harapan rendah menurut pelanggan akan tetapi memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini dikarenakan pelanggan menganggap tidak terlalu penting/kurang diharapkan terhadap adanya pernyataan tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan BNI Syariah

Permintaan akan sistem perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah islam yang pada akhirnya membuat BNI membuka layanan dengan konsep *dual system banking*, yakni menyediakan layanan perbankan umum dan syariah secara sekaligus. Hal ini sesuai dengan UU No.10 Tahun 1998 yang memungkinkan bank-bank umum untuk membuka layanan syariah. Diawali dengan pembentukan Tim Bank Syariah di tahun 1999, Bank Indonesia kemudian mengeluarkan izin prinsip dan usaha untuk beroperasinya unit usaha syariah BNI, yang kemudian BNI Syariah menerapkan strategi pengembangan jaringan cabang syariah sebagai berikut.

Pada tanggal 29 April 2000 BNI Syariah membuka 5 kantor cabang syariah yang sekaligus di kota-kota potensial yakni: Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin. Tahun 2001 BNI Syariah kembali membuka 5 kantor cabang syariah yang difokuskan di kota-kota besar di Indonesia: yakni Jakarta (dua cabang), Bandung, Makassar, dan Padang.

Seiring dengan perkembangan bisnis dan banyaknya permintaan masyarakat untuk layanan perbankan syariah, tahun 2002 lalu BNI Syariah membuka dua kantor cabang syariah baru di Medan dan Palembang. Di awal tahun 2003, dengan pertimbangan lokasi bisnis yang semakin meningkat sehingga untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, BNI Syariah melakukan relokasi kantor cabang syariah di Jepara ke Semarang. Sedangkan untuk melayani masyarakat Kota Jepara, BNI Syariah membuka Kantor Cabang Pembantu Syariah Jepara.

Pada bulan Agustus dan September 2004, BNI Syariah membuka layanan BNI Syariah Prima di Jakarta dan Surabaya. Layanan ini diperuntukan untuk individu yang membutuhkan layanan perbankan yang lebih personal dalam suasana yang nyaman. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Di samping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 750 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH. Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/41/KEP GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010, maka telah diperoleh izin usaha bank umum syariah (BUS) PT Bank BNI Syariah atau BNI Syariah. Dengan izin usaha ini, maka pada hari ini (18/6), manajemen BNI melakukan *soft launching operasional* PT Bank BNI Syariah sebagai entitas independen hasil pemisahan (*spin off*) Unit Usaha Syariah (UUS) dari BNI dan efektif per tanggal 19 Juni 2010. *Spin off* dilakukan sebagai langkah strategis BNI dalam merespon perkembangan faktor-faktor eksternal, yaitu situasi ekonomi, kebutuhan pasar, dan regulasi, serta faktor internal, antara lain *corporate plan*, kesiapan organisasi, dan *customer base*.

BNI Syariah merupakan anak perusahaan BNI dengan komposisi kepemilikan saham 99,99% dimiliki oleh BNI dan sisanya dimiliki oleh PT BNI Life. Hingga akhir Mei 2010, Unit Usaha Syariah BNI memiliki aset sebesar Rp 5,2 triliun, total dana masyarakat sebesar Rp 4,2 triliun, total pembiayaan Rp 3,2 triliun, modal sebesar Rp 1 triliun, dengan *customer based* lebih dari 420 ribu nasabah. Gatot menambahkan bahwa strategi jangka menengah-panjang setelah *spin off*, BNI akan menjajaki kemungkinan menjalin kemitraan strategis dengan berbagai pihak, baik institusi di dalam maupun di luar negeri dalam mengembangkan PT Bank BNI Syariah, termasuk mengundang *investor strategis* guna memperkuat permodalan, keahlian, dan jaringan global. "BNI Syariah akan menjadi elemen penting dalam bisnis BNI secara *holding* melalui konsep BNI *Incorporated*," katanya.

Sementara itu, Direktur Utama PT Bank BNI Syariah, Rizqullah, menjelaskan bahwa nasabah tetap dapat menikmati layanan yang ada selama ini, seperti layanan *e-channel* BNI (BNI ATM, BNI SMS Banking, BNI Internet Banking), tarik setor di seluruh kantor BNI, serta masih dapat melakukan

pembukaan rekening BNI Syariah di lebih dari 750 kantor cabang BNI yang telah menjadi *Syariah Channeling Outlet* (SCO). Demikian juga dengan fitur produk tidak mengalami perubahan, bahkan ke depan akan lebih bervariasi.

2. Visi dan Misi PT. BNI Syariah

a. Visi

Visi dari PT. BNI Syariah adalah menjadi bank syariah yang unggul dalam layanan dan sikap kinerja dengan menjalankan bisnis sesuai dengan kaidah sehingga Allah memberi berkah.

b. Misi

Misi PT. BNI Syariah adalah secara istiqomah melaksanakan amanah untuk memaksimalkan kinerja dan layanan perbankan dan jasa keuangan syariah sehingga dapat menjadi bank syariah kebanggaan anak negeri.

3. Ruang Lingkup Bidang Usaha

PT. BNI Syariah adalah sebuah badan usaha yang bergerak dalam bidang keuangan dan perbankan yang berbentuk badan hukum yang berupa Perseroan Terbatas. PT. BNI Syariah Cabang Medan dalam kegiatan sehari-harinya dalam hal penghimpunan dana ataupun penyaluran dana masyarakat menerapkan prinsip syariah yaitu bagi hasil, margin keuntungan dan jual beli. BNI Syariah Cabang Medan merupakan bank yang berlandaskan kepada prinsip syariah Islam, sehingga tata cara operasionalnya mengacu kepada Al-Qur'an dan Hadits. BNI Syariah banyak menawarkan produk dana dan jasa kepada nasabah dengan menggunakan prinsip syariah.

4. Jenis Produk

a. Produk Penghimpunan Dana

1). BNI iB Giro (IDR & USD)

Giro *Syariah* merupakan produk yang memberikan segala kemudahan bertransaksi Giro yang menggunakan prinsip *Wadiah Yadh Dhamanah*. Giro *Syariah* mendukung usaha *customer* dengan kemudahan *online* pada cabang-cabang BNI di seluruh Indonesia.

2). Tabungan iB Plus

Tabungan iB Plus (Tabungan Syariah Plus) adalah tabungan yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Mutlaqah*. Dengan prinsip ini tabungan anda akan diinvestasikan secara produktif dalam investasi yang halal sesuai dengan prinsip syariah. Keuntungan dari investasi akan dibagi-hasilkan antara Anda dan Bank sesuai dengan nisbah yang disepakati di awal pembukaan rekening tabungan.

3). BNI iB Tapenas

Merencanakan dan mempersiapkan dana pendidikan sedini mungkin untuk buah hati adalah sebuah tindakan bijaksana. BNI Syariah membantu masyarakat untuk menyiapkan pendidikan melalui BNI iB Tapenas. Dengan setoran sesuai kemampuan dan perlindungan asuransi, BNI iB Tapenas dapat membantu masyarakat mewujudkan rencana masa depan keluarga yang lebih baik.

4). BNI iB Deposito

BNI iB Deposito di peruntukkan bagi mereka yang ingin memiliki investasi berjangka yang menguntungkan dan menenangkan. Menggunakan prinsip *Mudharabah Mutlaqah*, BNI iB Deposito mengelola dana masyarakat dengan cara disalurkan untuk pembiayaan usaha produktif maupun pembiayaan konsumtif yang halal dan bermanfaat untuk kemaslahatan umat.

5). BNI iB Haji

BNI Syariah memahami bahwa setiap muslim bercita-cita menunaikan ibadah setidaknya sekali seumur hidup. BNI iB Haji dari BNI Syariah merupakan produk tabungan yang dikhususkan untuk memenuhi Ongkos Naik Haji (ONH) yang dikelola secara aman dan bersih sesuai syariah. BNI iB Haji telah tergabung dalam layanan online SISKOHAT (Sistem Koordinasi Haji Terpadu) yang memungkinkan jamaah haji memperoleh kepastian porsi dari Kementerian Agama pada saat jumlah tabungan telah memenuhi persyaratan.

b. Produk Penyaluran Dana

1). BNI iB Wirausaha

BNI iB Wirausaha ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan usaha Anda, dengan besarnya pembiayaan dari Rp 50 juta sampai dengan Rp 500 juta yang diproses lebih cepat dan fleksibel sesuai dengan prinsip syariah. Jenis akad yang digunakan: Murabahah, Mudharabah, dan Musyarakah.

Murabahah adalah prinsip jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati antara bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Mudharabah adalah kerjasama antara pihak bank sebagai penyedia dana 100% sedangkan nasabah menjadi pengelola dana dengan keuntungan dibagi menurut kesepakatan nisbah bagi hasil. Musyarakah adalah kerjasama dalam penyertaan modal antara pihak bank dan nasabah dengan keuntungan dibagi menurut kesepakatan nisbah bagi hasil.

2). BNI iB Usaha Kecil

BNI iB Usaha Kecil adalah pembiayaan modal kerja atau investasi kepada pengusaha kecil sampai dengan Rp 10 miliar berdasarkan prinsip murabahah, musyarakah, mudharabah, dan ijarah. Murabahah adalah prinsip jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati antara bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Mudharabah adalah kerjasama antara pihak bank sebagai penyedia dana 100% sedangkan nasabah menjadi pengelola dana dengan keuntungan dibagi menurut kesepakatan nisbah bagi hasil. Musyarakah adalah kerjasama dalam penyertaan modal antara pihak bank dan nasabah dengan keuntungan dibagi menurut kesepakatan nisbah bagi hasil. Ijarah adalah perjanjian sewa suatu barang antara bank dengan nasabah.

3). BNI iB Usaha Besar

Sesuai dengan falsafah dasar ekonomi syariah yaitu bertransaksi dengan penuh keberkahan dan saling menguntungkan, maka produk-produk perbankan syariah di desain untuk melayani dunia usaha sehingga antara pemodal dan pengusaha dapat bertumbuh bersama-sama dalam prinsip keadilan.

Pembiayaan produktif dari BNI Syariah mendukung kemajuan usaha dengan cara mudah dan fleksibel berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Cara kerja pembiayaan syariah hampir sama dengan cara kerja perbankan pada umumnya, sehingga masyarakat akan mendapati prosedur yang umum berlaku dan tidak rumit. Demikian pula dengan maksimum pembiayaan, BNI Syariah dapat membiayai korporasi yang memerlukan dana diatas Rp 10 milyar melalui BNI Pembiayaan Besar Syariah.

BNI Pembiayaan Besar Syariah adalah Pembiayaan Modal Kerja atau Investasi kepada pengusaha menengah dan korporasi diatas Rp. 10 Milyar berdasarkan prinsip Murabahah, Mudharabah, Musyarakah dan Ijarah.

4). Pembiayaan Modal Kerja

Pembiayaan Modal Kerja dengan akad Mudharabah/Musyarakah aplofend dapat diberikan sampai dengan 5 tahun atau dapat diperpanjang setiap tahun.

5). Pembiayaan Investasi

Pembiayaan Investasi memiliki jangka waktu maksimal 7 tahun dengan angsuran kewajiban tetap selama periode pembiayaan sehingga terbebas dari fluktuasi suku bunga pasar.

6). Pembiayaan Beragunan Tunai (*Cash Collateral Financing*)

Pembiayaan Beragunan Tunai merupakan jenis pembiayaan yang memungkinkan investor memperoleh pembiayaan dengan menjaminkan agunan dalam bentuk tunai yaitu deposito ataupun giro.

7). Pembiayaan Pola Kerjasama

BNI Syariah merupakan pembiayaan melalui pola kerjasama dengan multifinance, sekuritas dan asuransi syariah.

8). BNI iB Griya

Melalui pembiayaan BNI iB Griya nasabah dapat mewujudkan kebutuhan perumahan, kavling siap bangun ataupun renovasi rumah. Pembayaran dengan cara diangsur dalam periode waktu sampai dengan 15 tahun. Bentuk pembiayaan adalah jual beli ataupun ijarah.

9). BNI iB Oto

BNI iB Oto merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan dengan proses yang mudah dan cepat berdasarkan syariah. Uang muka relatif ringan dan pembayaran dapat dilakukan secara debet otomatis.

10). BNI iB Gadai Emas

BNI iB Gadai Emas atau juga disebut Rahn merupakan pembiayaan dengan jaminan berupa emas (lantakan atau perhiasan) yang secara fisik dikuasai oleh Bank. Proses pembiayaan cepat dan sangat membantu bagi mereka yang membutuhkan dana jangka pendek untuk kebutuhan yang mendesak.

11). BNI iB Multijasa

BNI iB Multijasa adalah pembiayaan jasa konsumtif yang diberikan kepada masyarakat untuk memperoleh manfaat suatu jasa misalnya pembiayaan untuk jasa pernikahan, jasa pendidikan, jasa kesehatan, wisata umroh/haji, dan jasa lainnya yang tidak bertentangan dengan syariah, dengan menggunakan akad ijarah. Akad ijarah adalah sewa menyewa untuk mendapatkan imbalan atas barang/jasa yang disewakan.

c. Produk Jasa

1). BNI iB *Trade Finance*

BNI memiliki jaringan korespondensi yang luas sehingga memudahkan nasabah untuk bertransaksi dengan mitra usaha di seluruh dunia. BNI *Trade Finance Syariah* meliputi L/C, SKBDN dan Bank Garansi. Dengan reputasi BNI yang telah dikenal baik di dunia usaha, BNI Garansi Bank Syariah dapat meningkatkan kepercayaan mitra usaha nasabah institusi. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang konstruksi umumnya membutuhkan adanya Surat Keterangan Bank yang diperlukan sebagai syarat dalam tender BNI Syariah menerbitkan Surat Keterangan Bank yang dapat mendukung kredibilitas perusahaan karena BNI Syariah sebagai Bank dengan mayoritas saham dimiliki oleh pemerintah akan memberi kesan/image positif bagi pemilik proyek.

2). Transaksi LC Ekspor

BNI Syariah menangani LC yang diterbitkan oleh Bank Koresponden untuk kepentingan nasabah seperti advising dan negotiating LC. Transaksi akan diproses melalui *Trade Processing Center*.

a). Advising LC

BNI Syariah dapat bertindak sebagai „*advising*“ atas setiap LC yang diterbitkan oleh bank koresponden yang dikirimkan melalui telex, surat atau SWIFT. LC dapat dikirimkan langsung kepada cabang-cabang BNI Syariah dan akan diproses dengan cepat dan efisien, administrasi yang akurat serta respon yang tepat.

b). Negotiating LC

BNI Syariah selalu siap menegosiasi LC yang diterbitkan oleh bank koresponden untuk kepentingan nasabah. BNI Syariah memiliki staf yang terlatih dan siap untuk menjawab kebutuhan nasabah dengan nyaman, cepat dan aman. Nasabah dapat mengkonversikan hasil ekspor ke dalam mata uang lain

c). Confirming LC

BNI Syariah siap untuk mengkonfirmasi LC yang diterbitkan oleh bank koresponden untuk kepentingan nasabah.

3). Import Services

BNI Syariah memberikan layanan transaksi impor termasuk penanganan LC seperti pembukaan LC dan pembayaran LC.

a). Reimbursement

LC yang diterbitkan oleh BNI Syariah, pembayaran tagihan kepada negotiating bank akan dilakukan melalui bank koresponden utama BNI Syariah.

b). Bank Guarantee

Untuk membantu nasabah dalam melakukan transaksi dengan mitra usaha di dalam maupun luar negeri, BNI Syariah dapat menerbitkan bank garansi untuk menjamin nasabah seperti: *bid bonds*, *performance bonds* dan *advance payment*. BNI Syariah dapat membuka bank garansi dengan jaminan LC (*counter guarantee*) yang diterbitkan oleh bank koresponden.

c). SKBDN

Untuk mendukung bisnis nasabah di dalam negeri, BNI Syariah dapat menerbitkan maupun menerima SKBDN dari bank koresponden di dalam negeri. Dengan reputasi BNI Syariah yang telah dikenal di dalam negeri, SKBDN BNI Syariah dapat diterima oleh seluruh bank di dalam negeri.

4). Transaksi Kiriman Uang (*Remittance/Fund Transfer*)

BNI Syariah memberikan layanan kiriman uang dari dan ke seluruh dunia melalui draft, SWIFT atau *Smart Remittance*. Kiriman uang ke luar negeri menggunakan mata uang yang tercatat di Bank Indonesia. Manfaatnya adalah cepat dan aman mengirimkan uang ke luar negeri dan menerima kiriman dari luar negeri.

5). *Clean Collection*

Clean Collection adalah pelayanan yang diberikan BNI Syariah untuk mendapatkan pembayaran atas dokumen atau surat berharga dari pihak ketiga di luar negeri.

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data Penelitian

Analisis deskriptif yaitu analisis yang ditunjukkan pada perkembangan dan pertumbuhan dari suatu keadaan dan hanya memberikan gambaran tentang keadaan tertentu dengan cara menguraikan tentang sifat-sifat dari objek penelitian tersebut. Dalam hal ini penulisan dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif, yaitu dengan membaca tabel-tabel, angka-angka yang tersedia kemudian dilakukan uraian dan penafsiran.

Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan *Microsoft Excel 2007* dan *SPSS 20* yang bertujuan untuk dapat mengolah data dan memperoleh hasil dari variabel-variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. BNI Syariah Cabang Medan dikelompokkan berdasarkan lima dimensi *Servqual* yaitu Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*). Masing-masing variabel kemudian dijabarkan kedalam point pernyataan yang berkaitan dengan Harapan dan Kinerja terkait kualitas pelayanan yang sudah diberikan oleh PT. BNI Syariah Cabang Medan Angket yang

disebarkan ini diberikan kepada 92 orang nasabah sebagai sampel penelitian dengan menggunakan skala *Likert*.

Layanan yang diberikan menjadi suatu yang bermanfaat dan sesuai dengan harapan nasabah jika keberadaannya didasarkan pada kepentingan nasabah dan kinerjanya dinilai sesuai apa yang diinginkan oleh nasabah, sehingga hasil yang diharapkan dari data yang diperoleh dari penelitian ini adalah agar dapat dijadikannya acuan oleh PT. BNI Syariah Cabang Medan sehingga kedepannya dapat lebih fokus kepada faktor layanan yang dianggap penting oleh nasabah dan mengetahui layanan apa saja yang harus di prioritaskan serta ditingkatkan di PT. BNI Syariah Cabang Medan.

Dalam mengetahui tingkat kinerja layanan pada PT. BNI Syariah Cabang Medan sudah sesuai harapan atau belum, maka penelitian ini menggunakan analisis tingkat kesesuaian dan analisis *gap Performance-Importance*. Sedangkan untuk mengetahui harapan mahasiswa (tingkat kepentingan) pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *Importance Performance Analysis*.

2. Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

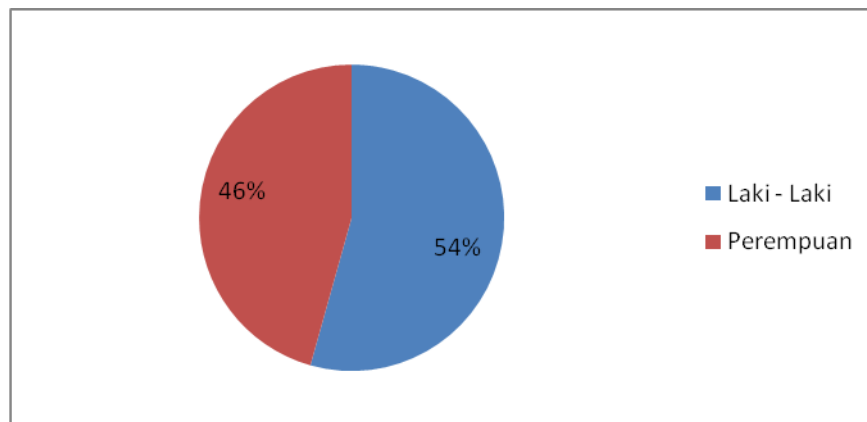
Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
1.	Laki-laki	50	54,3 %
2.	Perempuan	42	45,7 %
	Jumlah	92	100 %

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah laki-laki yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah 50 orang dengan persentase 54,3% sedangkan responden perempuan adalah sebanyak 42 orang dengan persentase 45,7%. Ini menunjukkan bahwa nasabah yang menjadi responden dominan pada penelitian ini yang paling banyak adalah laki-laki. Digambarkan dalam bentuk grafik sebagai berikut:



Sumber: Data diolah SPSS 20

Gambar 4.1

Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

b. Usia

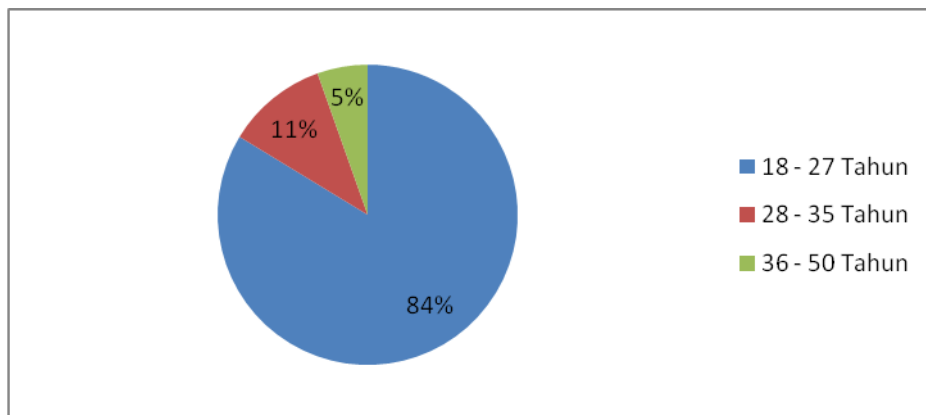
Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Responden	Persentase (%)
1.	18-27 Tahun	77	83,7 %
2.	28-35 Tahun	10	10,9 %
3.	36-50 Tahun	5	5,4 %
	Jumlah	92	100 %

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil tabel 4.2 diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan usia 18-27 tahun berjumlah 77 orang dengan persentase 83,7%, usia 28-35 tahun berjumlah 10 orang dengan persentase 10,9%, usia 36-50 tahun berjumlah 5 orang dengan persentase 5,4%. Dengan demikian responden yang lebih dominan adalah usia 18-27 tahun dengan persentase 83,7%, sedangkan yang terkecil usia 36-50 tahun dengan persentase 5,4% dari total responden. Digambarkan dalam bentuk grafik sebagai berikut:



Sumber: Data diolah SPSS 20

Gambar 4.2

Persentase Responden Berdasarkan Usia

c. Masa Kerja

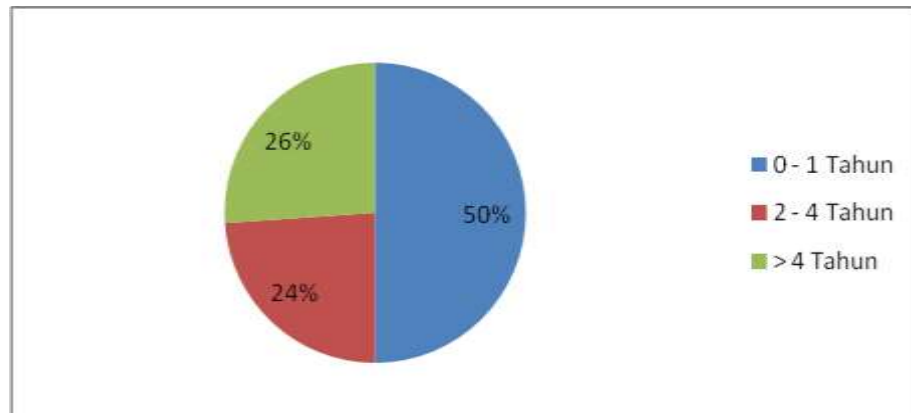
Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja

No.	Masa Kerja	Responden	Persentase (%)
1.	0-1 Tahun	46	50,0 %
2.	2-4 Tahun	22	23,9 %
3.	> 4 Tahun	24	26,1 %
	Jumlah	92	100 %

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil tabel 4.3 diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan masa kerja 0-1 tahun berjumlah 46 orang dengan persentase 50,0%, masa kerja 2-4 tahun berjumlah 22 orang dengan persentase 23,9%, masa kerja > 4 tahun berjumlah 24 orang dengan persentase 26,1%. Dengan demikian responden yang lebih dominan adalah masa kerja 0-1 tahun dengan persentase 50,0%, sedangkan yang terkecil masa kerja > 4 tahun dengan persentase 26,1% dari total responden. Digambarkan dalam bentuk grafik sebagai berikut:



Sumber: Data diolah SPSS 20

Gambar 4.3

Persentase Responden Berdasarkan Masa Kerja

d. Tingkat Pendidikan

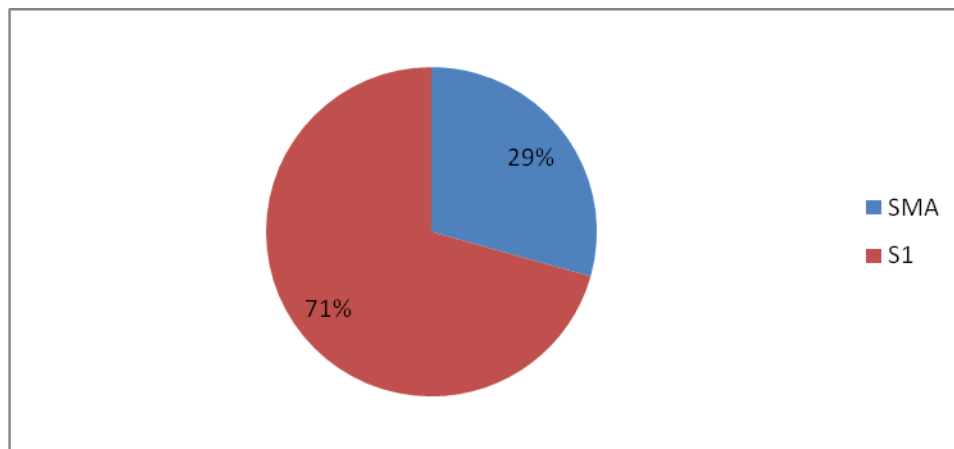
Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Responden	Persentase (%)
1.	SMA	27	29,3 %
2.	S1	65	70,7 %
	Jumlah	92	100 %

Sumber : Data Primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil tabel 4.4 diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan SMA berjumlah 27 orang dengan persentase 29,3%, dan tingkat pendidikan S1 yang mendominasi berjumlah 65 orang dengan persentase 70,7%. Digambarkan dalam bentuk grafik sebagai berikut:



Sumber: Data diolah SPSS 20

Gambar 4.4

Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

C. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Validitas menunjukkan sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan kecermatan fungsi alat ukurnya. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (Sig. 0,1), maka butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid. Kemudian apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dalam kuesioner untuk variabel tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Dimensi *Servqual*

Dimensi	Importance (Harapan)	Performance (Kinerja)	r tabel	Keterangan
Bukti Fisik 1	0,504	0,351	0,1726	Valid
Bukti Fisik 2	0,588	0,548	0,1726	Valid
Bukti Fisik 3	0,725	0,673	0,1726	Valid
Bukti Fisik 4	0,640	0,633	0,1726	Valid
Bukti Fisik 5	0,376	0,416	0,1726	Valid

Kehandalan 1	0,672	0,671	0,1726	Valid
Kehandalan 2	0,738	0,707	0,1726	Valid
Kehandalan 3	0,370	0,406	0,1726	Valid
Kehandalan 4	0,544	0,492	0,1726	Valid
Kehandalan 5	0,565	0,373	0,1726	Valid
Daya Tanggap 1	0,638	0,566	0,1726	Valid
Daya Tanggap 2	0,595	0,593	0,1726	Valid
Daya Tanggap 3	0,679	0,614	0,1726	Valid
Daya Tanggap 4	0,576	0,505	0,1726	Valid
Daya Tanggap 5	0,672	0,623	0,1726	Valid
Jaminan 1	0,732	0,361	0,1726	Valid
Jaminan 2	0,614	0,378	0,1726	Valid
Jaminan 3	0,616	0,569	0,1726	Valid
Jaminan 4	0,688	0,649	0,1726	Valid
Jaminan 5	0,710	0,633	0,1726	Valid
Empati 1	0,539	0,436	0,1726	Valid
Empati 2	0,472	0,304	0,1726	Valid
Empati 3	0,579	0,459	0,1726	Valid
Empati 4	0,534	0,497	0,1726	Valid
Empati 5	0,488	0,461	0,1726	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS 20

Berdasarkan dari hasil uji validitas pada tabel 4.5 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dinyatakan valid karena seluruh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Teknik statistik yang digunakan dalam uji reliabilitas ini adalah dengan koefisien *Cronbach's Alpha*. Suatu kuesioner dikatakan reliabel menurut Sugiyono jika nilai koefisien *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ atau 60%.⁵⁸

Tabel 4.6

Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Nilai Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s/d 0,20	Tidak Reliabel
0,20 s/d 0,40	Kurang Reliabel
0,40 s/d 0,60	Cukup Reliabel
0,60 s/d 0,80	Reliabel
0,80 s/d 1,00	Sangat Reliabel

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas Dimensi *Servqual*

Cronbach's Alpha (Importance)	Cronbach's Alpha (Performance)	Standar Reliabilitas	Keterangan
0,938	0,897	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 20

⁵⁸Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: Febi Press, 2016), h. 71.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang berdistribusi secara normal. Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *kologorov smirnov* (K-S) pada taraf signifikan 0,05.

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas Dimensi *Servqual*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		normal
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	11892,6630
	Std. Deviation	1561,22028
Most Extreme Differences	Absolute	,136
	Positive	,136
	Negative	-,102
Kolmogorov-Smirnov Z		1,300
Asymp. Sig. (2-tailed)		,068

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 20

Dari tabel 4.8 Kolmogorov-Smirnov di atas dapat dilihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,068 dimana nilai tersebut lebih besar dari $\alpha = 0,05$ ($0,068 > 0,05$). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa data terdistribusi secara normal.

E. Analisis Tingkat Kesesuaian Variabel *Importance* dan *Performance*

Analisis tingkat kesesuaian yang dilakukan untuk mengetahui pencapaian kualitas kinerja pelayanan yang diberikan oleh PT. BNI Syariah Cabang Medan dengan berdasarkan pada penilaian nasabahnya. Pengukuran ini dilakukan dengan menghitung perbandingan antara kinerja atas layanan yang diterima dengan harapan atas layanan yang diinginkan. Hasil yang diperoleh adalah berupa tingkat kesesuaian pencapaian kualitas pelayanan di PT. BNI Syariah Cabang Medan.

Nilai dari tingkat kesesuaian yang diperoleh dari perbandingan antara kinerja atas layanan yang diterima terhadap harapan dari nasabah tersebut menggambarkan kualitas kinerja dari layanan yang dinilai dalam bentuk persen kesesuaian. Berikut ini adalah perhitungan tingkat kesesuaian antara layanan di PT. BNI Syariah Cabang Medan untuk masing-masing dimensi *servqual*.

1. Tingkat Kesesuaian Pelayanan Dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*)

Tabel 4.9

Perhitungan Tingkat Kesesuaian Pelayanan Dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*)

No	Keterangan	<i>Mean Importance</i>		<i>Mean Performance</i>		Tingkat Kesesuaian (%)	
		Per- atribut	Dimensi	Per- atribut	Dimensi	Per- atribut	Dimensi
1	Mempunyai peralatan yang canggih dan modern	4,55	4,45	4,49	4,41	98%	98%
2	Karyawan bank berpenampilan rapi, dan memakai seragam	4,43		4,41			
3	Karyawan bank memberikan fasilitas sesuai dengan jenis jasa yang di tawarkan	4,53		4,50			
4	Ketersediaan sarana dan prasarana	4,45		4,42			
5	Lokasi bank yang strategis	4,30		4,27			

Dalam dimensi bukti fisik, rata-rata persen tingkat kesesuaian secara keseluruhan sebesar 98%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dimensi

ini sudah sesuai dengan harapan nasabah. Dikarenakan rata-rata dimensi mencapai 98%, atribut bukti fisik yang mempunyai tingkat kesesuaian paling rendah ada pada peralatan yang canggih dan modern, dengan tingkat kesesuaian 98% sehingga atribut tersebut tidak perlu untuk di perbaiki dan harus di pertahankan.

2. Tingkat Kesesuaian Pelayanan Dimensi Kehandalan (*Reliability*)

Tabel 4.10
Perhitungan Tingkat Kesesuaian Pelayanan Dimensi Kehandalan
(*Reliability*)

No	Keterangan	<i>Mean Importance</i>		<i>Mean Performance</i>		Tingkat Kesesuaian (%)	
		Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi
1	Karyawan bank melayani nasabah dengan baik dan sopan	4,38	4,30	4,38	4,30	100%	99%
2	Karyawan bank bersikap jujur dan terbuka kepada nasabah	4,38		4,36		99%	
3	Karyawan bank bersikap simpatik terhadap setiap permasalahan nasabah	4,28		4,26		99%	
4	Keseriusan karyawan bank dalam memberikan pembiayaan	4,36		4,35		99%	
5	Pencatatan akurat dan sigap dalam memperbaiki setiap kesalahan	4,32		4,26		98%	

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Dalam dimensi kehandalan, rata-rata persen tingkat kesesuaian secara keseluruhan sebesar 99%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dimensi ini sudah sesuai dengan harapan nasabah. Dikarenakan rata-rata dimensi mencapai 99%, atribut kehandalan yang mempunyai tingkat kesesuaian paling rendah ada pada pencatatan akurat dan sigap dalam memperbaiki setiap kesalahan, dengan tingkat kesesuaian 98% sehingga atribut tersebut tidak perlu untuk di perbaiki dan harus dipertahankan.

3. Tingkat Kesesuaian Pelayanan Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tabel 4.11

Perhitungan Tingkat Kesesuaian Pelayanan Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

No	Keterangan	<i>Mean Importance</i>		<i>Mean Performance</i>		Tingkat Kesesuaian (%)	
		Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi
1	Karyawan bank mampu memberikan informasi dengan jelas dan terperinci	4,38	4,33	4,33	4,28	98%	98%
2	Pelayanannya segera/cepat	4,30		4,26		99%	
3	Ketulusan karyawan bank dalam membantu nasabah	4,27		4,22		98%	
4	Karyawan bank meluangkan waktu untuk melayani dan menanggapi permintaan nasabah	4,38		4,32		98%	
5	Terdapat saluran telepon, email, untuk menerima setiap keluhan nasabah	4,33		4,29		99%	

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dalam dimensi daya tanggap, rata-rata persen tingkat kesesuaian secara keseluruhan sebesar 98%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dimensi ini sudah sesuai dengan harapan nasabah. Dikarenakan rata-rata dimensi mencapai 98%, atribut daya tanggap yang mempunyai tingkat kesesuaian paling rendah ada pada karyawan bank mampu memberikan informasi dengan jelas dan terperinci dengan dengan tingkat kesesuaian 98%, ketulusan karyawan bank dalam membantu nasabah dengan tingkat kesesuaian 98%, serta karyawan bank meluangkan waktu untuk melayani dan menanggapi permintaan nasabah dengan tingkat kesesuaian 98%. sehingga atribut tersebut tidak perlu untuk di perbaiki dan harus dipertahankan.

4. Tingkat Kesesuaian Pelayanan Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Tabel 4.12

Perhitungan Tingkat Kesesuaian Pelayanan Dimensi Jaminan (*Assurance*)

No	Keterangan	<i>Mean Importance</i>		<i>Mean Performance</i>		Tingkat Kesesuaian (%)	
		Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi
1	Rasa aman yang diberikan bank kepada nasabah	4,34	4,36	4,21	4,30	97%	98%
2	Kemampuan bank menjaga kerahasiaan data nasabah	4,36		4,33		99%	
3	Kepercayaan nasabah kepada bank	4,37		4,32		98%	
4	Kepercayaan nasabah kepada bank	4,37		4,33		99%	
5	Pengalaman dan pengetahuan karyawan bank yang luas	4,37		4,32		98%	

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dalam dimensi jaminan, rata-rata persen tingkat kesesuaian secara keseluruhan sebesar 98%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dimensi ini sudah sesuai dengan harapan nasabah. Dikarenakan rata-rata dimensi mencapai 98%, atribut jaminan yang mempunyai tingkat kesesuaian paling rendah ada pada rasa aman yang diberikan bank kepada nasabah, dengan tingkat kesesuaian 97% sehingga atribut tersebut tidak perlu untuk di perbaiki dan harus dipertahankan.

5. Tingkat Kesesuaian Pelayanan Dimensi Empati (*Empathy*)

Tabel 4.13

Perhitungan Tingkat Kesesuaian Pelayanan Dimensi Empati (*Empathy*)

No	Keterangan	<i>Mean Importance</i>		<i>Mean Performance</i>		Tingkat Kesesuaian (%)	
		Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi
1	Kesabaran dan kerendahan hati karyawan	4,49	4,39	4,46	4,31	99%	98%
2	Memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah	4,45		4,28		96%	
3	Nasabah mendapatkan perhatian khusus dari bank	4,40		4,30		97%	
4	Karyawan bank tidak membedakan nasabah	4,33		4,29		99%	
5	Jam operasional bank tepat dan tidak mengganggu waktu nasabah	4,28		4,26		99%	

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dalam dimensi empati, rata-rata persen tingkat kesesuaian secara keseluruhan sebesar 98%, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dimensi ini sudah sesuai dengan harapan nasabah. Dikarenakan rata-rata dimensi mencapai 98%, atribut empati yang mempunyai tingkat kesesuaian paling rendah ada pada nasabah mendapatkan perhatian khusus dari bank, dengan tingkat kesesuaian 97% sehingga atribut tersebut tidak perlu untuk di perbaiki dan harus dipertahankan.

Tabel 4.14

**Rata-Rata Keseluruhan Perhitungan Tingkat Kesesuaian Kualitas Pelayanan
Dari Dimensi *Servqual***

Dimensi	<i>Mean Importance</i>	<i>Mean Performance</i>	Tingkat Kesesuaian (%)
Bukti Fisik	4,45	4,41	98%
Kehandalan	4,30	4,30	99%
Daya Tanggap	4,33	4,28	98%
Jaminan	4,36	4,30	98%
Empati	4,39	4,31	98%
Rata-rata Keseluruhan	4,36	4,32	98%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan data pada tabel 4.14 diatas, terlihat bahwa rata-rata keseluruhan untuk nilai kesesuaian dari lima dimensi *servqual* adalah 98%. Ini ditentukan berdasarkan nilai skor kinerja pelayanan (*performance*) yang dibandingkan dengan skor harapan (*importance*) dalam bentuk persentase, maka dari itu hasil perhitungan diketahui bahwa persentase tingkat kesesuaian semua dimensi 98%. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan PT. BNI Syariah Cabang Medan sudah memenuhi harapan nasabah dan tidak ada yang harus diperbaiki namun tetap dipertahankan.

F. Analisis *Gap Performance-Importance* (Gap P-I)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui kesenjangan skor antara harapan nasabah dengan kinerja pelayanan yang telah didapatkan dan dirasakan ketika menggunakan jasa PT. BNI Syariah Cabang Medan. Analisis kesenjangan ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *Microsoft Excel*. Analisis kesenjangan ini dilakukan berdasarkan model *servqual* yang ada. Analisis *gap* dalam penelitian ini dilakukan dalam tiga hal, yakni analisis per item layanan, analisis per dimensi layanan, dan analisis rata-rata keseluruhan.

Hasil dari perhitungan gap P-I untuk masing-masing item layanan, per dimensi maupun rata-rata keseluruhan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

1. Gap P-I Dimensi Bukti Fisik (*Tangible*)

Tabel 4.15
Dimensi Bukti Fisik (*Tangible*)

No	Keterangan	<i>Mean Importance</i>		<i>Mean Performance</i>		(Gap P-I)	
		Per- atribut	Dimensi	Per- atribut	Dimensi	Per- atribut	Dimensi
1	Mempunyai peralatan yang canggih dan modern	4,55	4,45	4,49	4,41	-0,06	-0,03
2	Karyawan bank berpenampilan rapi, dan memakai seragam	4,43		-0,02			
3	Karyawan bank memberikan fasilitas sesuai dengan jenis jasa yang di tawarkan	4,53		-0,03			
4	Ketersediaan sarana dan prasarana	4,45		-0,03			
5	Lokasi bank yang strategis	4,30		-0,03			

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dalam dimensi bukti fisik, berdasarkan pada tabel 4.15 diatas dapat dilihat bahwa untuk analisis gap per item layanan semua atribut bernilai negatif, dengan nilai gap tertinggi terdapat pada atribut mempunyai peralatan yang canggih dan modern (-0,06). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan pada dimensi ini sudah baik meskipun hasil gap bernilai negatif, tetapi tetap diperbaiki dan harus ditingkatkan.

2. . Gap P-I Dimensi Kehandalan (*Reliability*)

Tabel 4.16

Dimensi Kehandalan (*Reliability*)

No	Keterangan	<i>Mean Importance</i>		<i>Mean Performance</i>		(Gap P-I)	
		Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi
1	Karyawan bank melayani nasabah dengan baik dan sopan	4,38	4,30	4,38	4,30	0	-0,02
2	Karyawan bank bersikap jujur dan terbuka kepada nasabah	4,38		4,36		-0,02	
3	Karyawan bank bersikap simpatik terhadap setiap permasalahan nasabah	4,28		4,26		-0,02	
4	Keseriusan karyawan bank dalam memberikan pembiayaan	4,36		4,35		-0,01	
5	Pencatatan akurat dan sigap dalam memperbaiki setiap kesalahan	4,32		4,26		-0,06	

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dalam dimensi kehandalan, berdasarkan pada tabel 4.16 diatas dapat dilihat bahwa Karyawan bank melayani nasabah dengan baik dan sopan menunjukkan angka positif yakni (0), hal ini memperlihatkan bahwa antara kinerja dan harapan yang dirasakan nasabah seimbang. Meski demikian analisis gap per item layanan semua atribut masih ada yang bernilai negatif, dengan nilai gap tertinggi terdapat pada atribut Pencatatan akurat dan sigap dalam memperbaiki setiap kesalahan (-0,06). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan pada dimensi ini sudah baik meskipun hasil gap bernilai negatif, namun masih ada beberapa item yang tetap harus ditingkatkan.

3. Gap P-I Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tabel 4.17

Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

No	Keterangan	<i>Mean Importance</i>		<i>Mean Performance</i>		(Gap P-I)	
		Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi
1	Karyawan bank mampu memberikan informasi dengan jelas dan terperinci	4,38	4,33	4,33	4,28	-0,05	-0,04
2	Pelayanannya segera/cepat	4,30		4,26		-0,04	
3	Ketulusan karyawan bank dalam membantu nasabah	4,27		4,22		-0,05	
4	Karyawan bank meluangkan waktu untuk melayani dan menanggapi permintaan nasabah	4,38		4,32		-0,06	
5	Terdapat saluran telepon, email, untuk menerima setiap keluhan nasabah	4,33		4,29		-0,04	

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dalam dimensi daya tanggap, berdasarkan pada tabel 4.17 diatas dapat dilihat bahwa untuk analisis gap per item layanan semua atribut bernilai negatif, dengan nilai gap tertinggi terdapat pada atribut karyawan bank meluangkan waktu untuk melayani dan menanggapi permintaan nasabah (-0,06). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan pada dimensi ini sudah baik meskipun hasil gap bernilai negatif, tetapi tetap diperbaiki dan harus ditingkatkan.

4. Gap P-I Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Tabel 4.18

Dimensi Jaminan (*Assurance*)

No	Keterangan	<i>Mean Importance</i>		<i>Mean Performance</i>		(Gap P-I)	
		Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi
1	Rasa aman yang diberikan bank kepada nasabah	4,34	4,36	4,21	4,30	-0,13	-0,06
2	Kemampuan bank menjaga kerahasiaan data nasabah	4,36		4,33		-0,03	
3	Kepercayaan nasabah kepada bank	4,37		4,32		-0,05	
4	Kepercayaan nasabah kepada bank	4,37		4,33		-0,04	
5	Pengalaman dan pengetahuan karyawan bank yang luas	4,37		4,32		-0,05	

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dalam dimensi jaminan, berdasarkan pada tabel 4.18 diatas dapat dilihat bahwa untuk analisis gap per item layanan semua atribut bernilai negatif, dengan nilai gap tertinggi terdapat pada atribut rasa aman yang diberikan bank kepada nasabah (-0,13). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan pada atribut ini harus ditingkatkan. Namun dari keseluruhan dimensi ini sudah baik meskipun hasil gap bernilai negatif, tetapi tetap diperbaiki dan harus ditingkatkan.

5. Gap P-I Dimensi Empati (Empathy)

Tabel 4.19

Dimensi Empati (Empathy)

No	Keterangan	Mean Importance		Mean Performance		(Gap P-I)	
		Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi	Per-atribut	Dimensi
1	Kesabaran dan kerendahan hati karyawan	4,49	4,39	4,46	4,31	-0,03	-0,7
2	Memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah	4,45		4,28		-0,17	
3	Nasabah mendapatkan perhatian khusus dari bank	4,40		4,30		-0,1	
4	Karyawan bank tidak membedakan nasabah	4,33		4,29		-0,04	
5	Jam operasional bank tepat dan tidak mengganggu waktu nasabah	4,28		4,26		-0,02	

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dalam dimensi empati, berdasarkan pada tabel 4.19 diatas dapat dilihat bahwa tingkat gap atau kesenjangan antara *performance* dan *importance* cukup berbeda jauh jika dibandingkan dengan dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, dan jaminan sebelumnya. Nilai gap tertinggi terdapat pada atribut pelayanan Memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah dengan nilai gap (-0,17), dapat disimpulkan bahwa pada atribut ini perlu di perbaiki. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa atribut pelayanan pada dimensi empati harus di perbaiki dan di tingkatkan.

Tabel 4.20

Rata-Rata Keseluruhan Gap *Performance-Importance* (Gap P-I) Kualitas Pelayanan Dari Dimensi *Servqual*

Dimensi	<i>Mean Importance</i>	<i>Mean Performance</i>	Gap P-I
Bukti Fisik	4,45	4,41	-0,03
Kehandalan	4,30	4,30	-0,02
Daya Tanggap	4,33	4,28	-0,04
Jaminan	4,36	4,30	-0,06
Empati	4,39	4,31	-0,07
Rata-rata Keseluruhan	4,36	4,32	-0,04

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel 4.20 diatas, dapat dilihat rata-rata keseluruhan nilai *gap* per dimensi *servqual* memiliki nilai negatif, dengan *gap* tertinggi ada pada dimensi Empati sebesar -0,07 dan *gap* terendah pada dimensi kehandalan sebesar -0,02.

Kemudian, untuk analisis *gap* P-I per item layanan hampir semua atribut mendapat nilai negatif, dan hanya satu atribut yang mendapat nilai positif, yaitu atribut pada dimensi kehandalan (karyawan bank melayani nasabah dengan baik dan sopan) dengan nilai *gap* sebesar 0. Sedangkan untuk *gap* tertinggi ada pada dimensi empati atribut Memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah dengan nilai *gap* sebesar $-0,17$. Oleh karena itu seluruh dimensi kualitas pelayanan dalam *Servqual* memiliki interaksi satu sama lain, sehingga tidak bisa dipisahkan dalam upaya peningkatan kualitas. Maka PT. BNI Syariah Cabang Medan harus memperbaiki beberapa pelayanannya dan meningkatkan kualitas dari pelayanan yang selama ini diberikan kepada nasabah.

Setelah diketahui penilaian tingkat kesesuaian dan nilai *gap* P-I, maka selanjutnya penelitian ini akan menggunakan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui pemetaan prioritas layanan, diagram kartesius merupakan gambar yang akan memetakan atribut apa saja yang masuk dalam kuadran A, B, C dan D.

G. Uji Beda *Performance* dan *Importance*

Dalam hal ini uji yang dilakukan adalah uji *paired sample t-test* untuk membandingkan perbedaaan rata-rata antara *performance* dan *importance* pada setiap dimensi *servqual*. Hasil uji tersebut dapat dilihat pada beberapa tabel berikut:

Tabel 4.21

Uji Beda *t Performance* dan *Importance* Dimensi *Servqual*

Dimensi	<i>Mean Performance</i>	<i>Mean Importance</i>	t	Sig (2-tailed)
Bukti Fisik	22,10	22,27	-2,141	0,035
Kehandalan	21,61	21,72	-1,555	0,123
Daya Tanggap	21,43	21,66	-3,933	0,000
Jaminan	21,49	21,80	-2,531	0,013
Empati	21,64	21,95	-3,808	0,000

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 20

Berdasarkan pada tabel 4.21 diatas, dapat diketahui bahwa berdasarkan perhitungan statistik dengan uji beda *paired sample t-test* didapatkan hasil bahwa ada perbedaan rata-rata penilaian responden (nasabah) dalam *performance* dan *importance* dengan nilai sig 1%. Berdasarkan perhitungan statistic dengan uji t ini

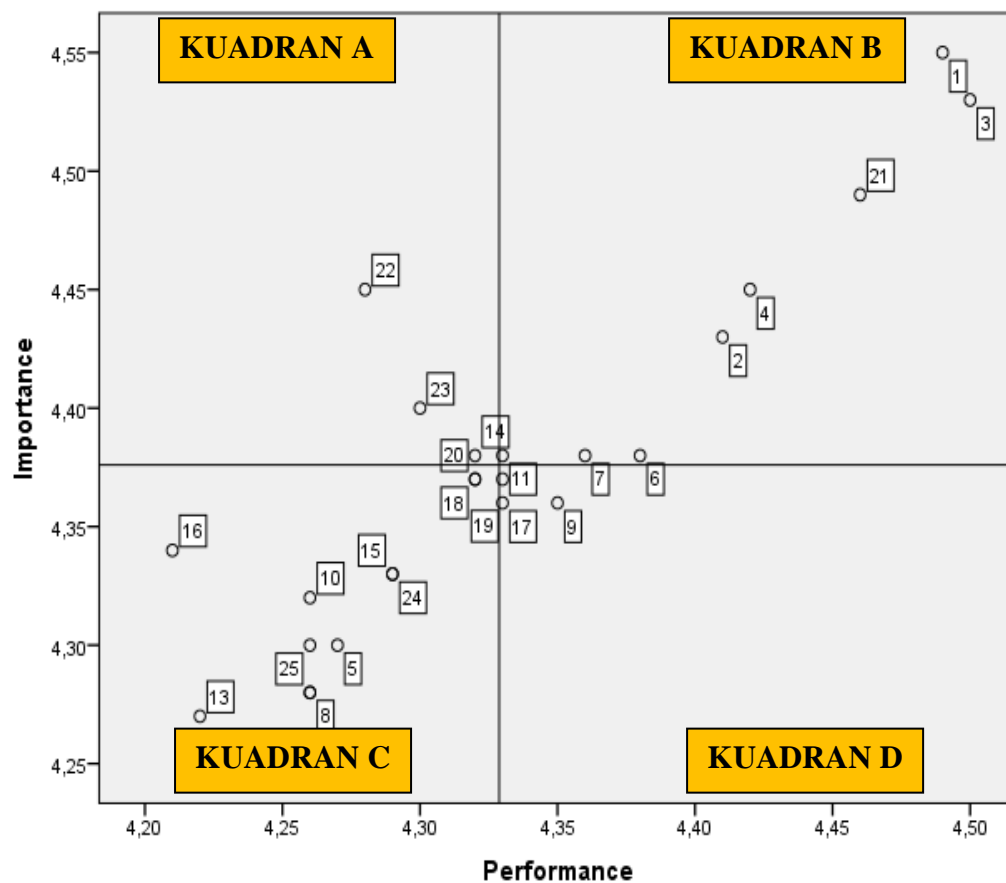
diperoleh juga hasil bahwa ada kesenjangan (*gap*) antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan oleh nasabah. Nilai t tertinggi ada pada dimensi Daya Tanggap yakni -3,933, hal ini mengidentifikasikan bahwa nasabah mempunyai harapan yang tinggi terhadap kualitas pelayanan PT. BNI Syariah Cabang Medan sehingga hasilnya harapan nasabah lebih tinggi dari tingkat kinerjanya.

Hasil uji beda *paired sample t-test* dalam peneliiian ini konsisten dengan hasil perhitungan *gap* SERVQUAL P-I yakni kelima dimensi kualitas pelayanan di PT. BNI Syariah Cabang Medan masih memiliki nilai *gap* negatif, dengan nilai *gap* negatif tertinggi ada pada dimensi empati sebesar -0,17 yakni atribut memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah.

H. Importance – Performance Analysis (IPA)

Analisis *importance-performance* dilakukan dengan cara menghitung nilai rata-rata untuk setiap atribut pernyataan dari variabel *importance* maupun *performance*. Atribut pelayanan yang oleh nasabah dianggap penting namun hasil pengukurannya menurut nasabah masih berkinerja kurang baik memerlukan perhatian yang lebih dari pihak manajemen PT. BNI Syariah Cabang Medan di bandingkan dengan atribut pelayanan yang kurang dianggap penting oleh nasabah.

Adanya *gap* yang besar dari *performance-importance* dapat dipakai sebagai gambaran bagi pihak bank untuk memfokuskan sumber dayanya dan memprioritaskan perbaikan pada atribut pelayanan yang memerlukan tindakan perbaikan. Analisis pemetaan prioritas dalam penelitian ini dilakukan terhadap semua responden (nasabah). Dari olah data menggunakan *SPSS 20* diperoleh gambar diagram kartesius IPA untuk seluruh responden nasabah terhadap pelayanan PT. BNI Syariah Cabang Medan berikut:



Sumber: Data primer diolah SPSS 20

Gambar 4.5

Diagram Kartesius Dimensi *Servqual*

Berdasarkan pada diagram kartesius gambar 4.5 diatas menunjukkan bahwa terdapat tiga (3) atribut di kuadran A, delapan (8) atribut di kuadran B, sembilan (9) atribut di kuadran C, dan tiga (3) atribut di kuadran D.

Kuadran A adalah prioritas utama dimana nasabah sebagai responden merasa bahwa atribut-atribut pada kuadran ini sangat penting dan mempunyai harapan tinggi namun belum merasakan kinerja yang maksimal. Adapun atribut-atribut tersebut sebagai berikut:

- Memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah (pernyataan 22)
- Nasabah mendapatkan perhatian khusus dari bank (pernyataan 23)
- Pengalaman dan pengetahuan karyawan bank yang luas (pernyataan 20)

Dari kuadran A tersebut diketahui bahwa terdapat 2 atribut dari dimensi Empati dan 1 atribut dari dimensi Jaminan. Jika dihubungkan dengan hasil perhitungan tingkat pencapaian pelayanan dalam tabel, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan masing-masing atribut dalam kuadran ini semua sudah baik namun perlu ditingkatkan lagi.

Kuadran B adalah prestasi yang harus tetap dipertahankan oleh bank menurut penilaian nasabah sebagai responden. Keberadaan atribut-atribut pelayanan pada kuadran ini dianggap penting oleh nasabah dan kinerjanya dianggap baik oleh nasabah. Oleh karenanya PT. BNI Syariah Cabang Medan harus mempertahankan kinerja atribut ini agar dapat terus menjadi lebih baik dan terus memenuhi apa yang menjadi harapan nasabah serta dapat menjadi *positif word of mouth* bagi bank. Hasil dari analisis ini terdapat delapan (8) atribut di kuadran B ini, yakni:

- Mempunyai peralatan yang canggih dan modern (pernyataan 1)
- Karyawan bank berpenampilan rapi, dan memakai seragam (pernyataan 2)
- Karyawan bank memberikan fasilitas sesuai dengan jenis jasa yang di tawarkan (pernyataan 3)
- Ketersediaan sarana dan prasarana (pernyataan 4)
- Karyawan bank melayani nasabah dengan baik dan sopan (pernyataan 6)
- Karyawan bank bersikap jujur dan terbuka kepada nasabah (pernyataan 7)
- Karyawan bank meluangkan waktu untuk melayani dan menanggapi permintaan nasabah (pernyataan 14)
- Kesabaran dan kerendahan hati karyawan (pernyataan 21)

Dari kuadran B tersebut diketahui bahwa terdapat 4 atribut bukti fisik, 2 atribut kehandalan, 1 atribut daya tanggap, dan 1 atribut empati. Jika dihubungkan dengan hasil perhitungan tingkat pencapaian pelayanan dalam tabel, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan masing-masing atribut dalam kuadran ini semua sudah baik menurut nasabah.

Kuadran C adalah prioritas rendah yang mana harapan nasabah terhadap pelayanan ini rendah serta kinerjanya pun kurang baik, sehingga pihak PT. BNI Syariah Cabang Medan tidak harus memberikan fokus perbaikan untuk atribut pada kuadran ini. Hasil dari analisis ini terdapat Sembilan (9) atribut pada kuadran ini, yakni:

- Lokasi bank yang strategis (pernyataan 5)
- Karyawan bank bersikap simpatik terhadap setiap permasalahan nasabah (pernyataan 8)
- Pencatatan akurat dan sigap dalam memperbaiki setiap kesalahan (pernyataan 10)
- Ketulusan karyawan bank dalam membantu nasabah (pernyataan 13)
- Terdapat saluran telepon, email, untuk menerima setiap keluhan nasabah (pernyataan 15)
- Rasa aman yang diberikan bank kepada nasabah (pernyataan 16)
- Kepercayaan nasabah kepada bank (pernyataan 18)
- Karyawan bank tidak membeda-bedakan nasabah (pernyataan 24)
- Jam operasional bank tepat dan tidak mengganggu waktu nasabah (pernyataan 25)

Dari kuadran C tersebut diketahui bahwa terdapat 1 atribut bukti fisik, 2 atribut kehandalan, 2 atribut daya tanggap, 2 atribut jaminan, dan 2 atribut empati. Jika dihubungkan dengan hasil perhitungan tingkat pencapaian pelayanan dalam tabel, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan masing-masing atribut dalam kuadran ini sudah baik namun perlu perbaikan.

Kuadran D adalah Berlebihan, ini menunjukkan keberadaan atribut pelayanan yang menurut nasabah kinerjanya sudah baik bahkan cenderung melebihi apa yang diinginkan nasabah karena sebenarnya nasabah tidak terlalu mempunyai harapan pada atribut layanan ini, sehingga tidak perlu memberikan fokus yang berlebihan pada atribut di kuadran ini. Hasil dari analisis ini terdapat tiga (3) atribut pada kuadran ini, yakni:

- Keseriusan karyawan bank dalam memberikan pembiayaan (pernyataan 9)
- Karyawan bank mampu memberikan informasi dengan jelas dan terperinci (pernyataan 11)
- Kemampuan bank menjaga kerahasiaan data nasabah (pernyataan 17)

Dari kuadran D tersebut diketahui bahwa terdapat 1 atribut kehandalan, 1 atribut daya tanggap, 1 atribut jaminan. Jika dihubungkan dengan hasil perhitungan tingkat pencapaian pelayanan dalam tabel, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan masing-masing atribut dalam kuadran ini semua baik menurut nasabah.

Dari analisis yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi analisis tingkat kesesuaian variabel *importance* dan *performance*, analisis gap P-I, uji beda dan analisis IPA, menunjukkan konsistensi kesimpulan bahwa mahasiswa sudah merasa mendapatkan pelayanan yang baik atau dengan kata lain sudah merasakan kepuasan terhadap kinerja pelayanan dari PT BNI Syariah Cabang Medan. Analisis gap atau kesenjangan menunjukkan nilai negatif dari rata-rata kinerja dan kepentingan, akan tetapi hasil kesenjangan dari rata-rata per dimensi <-1 sehingga dapat dikatakan kepentingan atau harapan nasabah terhadap pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan sudah terpenuhi meskipun masih ada per atribut atau item tertentu yang perlu diprioritaskan dan memerlukan peningkatan. Matriks *importance-performance* diatas melengkapi analisis kesenjangan (*gap*) yang hanya mengukur selisih antara nilai rata-rata kinerja dan kepentingan, yakni dengan menentukan prioritas perbaikannya.

I. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Tingkat Kepuasan Pelayanan nasabah PT BNI Syariah Cabang Medan dengan *Importance Performance Analisis* (IPA).

Berdasarkan data dari hasil penelitian ini secara keseluruhan untuk kepuasan terhadap kualitas pelayanan di PT BNI Syariah Cabang Medan dilihat dari lima dimensi *servqual* (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy*) memiliki kinerja yang sudah baik menurut nasabah, serta harapan terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa puas dengan pelayanan di PT BNI Syariah Cabang Medan. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah rata-rata untuk kelima dimensi *servqual* 98%. Meskipun pada kenyataannya masih ada beberapa item atribut yang memerlukan peningkatan dan harus tetap diprioritaskan perbaikannya. Masih terdapat Sembilan (9) atribut pelayanan yang masih prioritas perbaikan, yakni terdapat pada kuadran C. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti terdapat perbedaan antara *performance dan importance*.

Tingkat kepuasan nasabah akan berperan penting terhadap kualitas pelayanan pada PT BNI Syariah Cabang Medan. Kepuasan akan kualitas pelayanan akan sangat berpengaruh terhadap kemajuan sebuah lembaga perbankan dalam hal ini PT BNI Syariah Cabang Medan. Oleh karena itu diperlukan selalu evaluasi dan perbaikan dalam kualitas pelayanannya.

2. Atribut Pelayanan Yang Dianggap Penting Oleh Nasabah Berdasarkan Lima Dimensi *Servqual*.

Berdasarkan dari data hasil penelitian ini, diagram kartesius digunakan untuk menggambarkan posisi atribut-atribut yang memetakan tingkat kepentingan bagi nasabah. Hasil menunjukkan pada atribut-atribut yang berada di kuadran A dan kuadran B, dimana atribut-atribut tersebut yang menjadi prioritas utama yang harus dilaksanakan sesuai dengan harapan nasabah, karena faktor tersebut dianggap sangat penting dan kinerjanya harus dipertahankan serta selalu dilakukan evaluasi. Kuadran dan Atribut-atribut tersebut adalah:

Kuadran A

1. Memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah (Dimensi Empati).
2. Nasabah mendapatkan perhatian khusus dari bank (Dimensi Empati).
3. Pengalaman dan pengetahuan karyawan bank yang luas (Dimensi Jaminan).

Kuadran B

1. Mempunyai peralatan yang canggih dan modern (Dimensi Bukti Fisik)
 2. Karyawan bank berpenampilan rapi, dan memakai seragam (Dimensi Bukti Fisik)
 3. Karyawan bank memberikan fasilitas sesuai dengan jenis jasa yang di tawarkan (Dimensi Bukti Fisik)
 4. Ketersediaan sarana dan prasarana (Dimensi Bukti Fisik)
 5. Karyawan bank melayani nasabah dengan baik dan sopan (Dimensi Kehandalan)
 6. Karyawan bank bersikap jujur dan terbuka kepada nasabah (Dimensi Kehandalan)
 7. Karyawan bank bersikap jujur dan terbuka kepada nasabah (Dimensi Daya Tanggap)
 8. Kesabaran dan kerendahan hati karyawan (Dimensi Empati)
3. Usulan Prioritas Tindakan Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan di PT BNI Syariah Cabang Medan.

Untuk usulan prioritas perbaikan berdasarkan identifikasi faktor kualitas pelayanan yang dianggap paling penting oleh nasabah, peneliti akan menjabarkan implikasi manajerialnya secara keseluruhan pada kuadran A, B, C, dan D sehingga tidak terjadi penilaian secara subjektif, yang keterkaitannya antara hasil penelitian sesuai analisis kesenjangan, kesesuaian, dan uji beda secara keseluruhan dari nasabah yang telah dijabarkan sebelumnya. Hal tersebut diharapkan akan menjadi masukan bagi PT BNI Syariah Cabang Medan yang diruntut sesuai dengan pemetaan prioritas berdasarkan *Importance-Performance Analysis*.

A. Kuadran A

Menunjukkan atribut yang dianggap penting oleh nasabah akan tetapi dalam kinerjanya dianggap masih belum maksimal. Oleh karena itu pihak PT BNI Syariah Cabang Medan harus berkonsentrasi dan memprioritaskan peningkatan kinerja pada atribut di kuadran ini agar sesuai dengan keinginan dan harapan nasabah. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini yaitu:

1. Memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah.

Memberikan solusi pada setiap masalah nasabah merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh bank. Meskipun atribut ini dianggap penting namun menurut nasabah masih perlu peningkatan. Hal ini dikarenakan masih ada nasabah yang merasa bahwa pihak bank tidak memberikan solusi atas permasalahannya. Maka sebagai upaya untuk mengatasinya, pihak bank harus mempersiapkan opsi atau pilihan-pilihan lain kepada nasabah untuk membantu permasalahan nasabah tersebut.

2. Nasabah mendapatkan perhatian khusus dari bank.

Memberikan perhatian khusus bagi nasabah merupakan wujud kepedulian bank terhadap nasabahnya. Dengan bank memberikan perhatian yang khusus maka nasabah akan merasa diperhatikan dan nyaman untuk selalu menggunakan jasa bank tersebut dalam transaksi perbankannya. Terutama apabila nasabah tersebut adalah orang-orang yang berpengaruh, investor-investor perusahaan besar, maka bank harus lebih memberikan perhatian khusus agar nasabah tersebut tetap nyaman dengan pelayanan bank.

3. Pengalaman dan pengetahuan karyawan bank yang luas.

Pengetahuan serta pengalaman karyawan bank juga termasuk hal penting dalam kualitas pelayanan suatu instansi perbankan. Di dunia perbankan karyawan dituntut untuk memiliki pengalaman dan pengetahuan yang luas agar nantinya mampu menjawab setiap permasalahan nasabah. Karyawan dapat menentukan solusi yang tepat bagi setiap permasalahan nasabah. Oleh karena itu pengalaman dan pengetahuan karyawan bank harus selalu ditingkatkan demi kemajuan bank tersebut.

B. Kuadran B

Kuadran B menunjukkan keberadaan atribut pelayanan yang juga dianggap penting oleh nasabah dan kinerjanya sudah dianggap memuaskan. Oleh karena itu pihak PT BNI Syariah Cabang Medan harus mempertahankan kinerja atribut ini agar dapat terus menjadi lebih baik dan terus memenuhi harapan nasabah. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini yaitu:

1. Mempunyai peralatan yang canggih dan modern.

Mempunyai peralatan yang canggih dan modern ini adalah suatu hal yang wajib dimiliki oleh setiap bank. Dikarenakan kemajuan zaman yang semakin modern maka tidak terkecuali bagi bank untuk tetap update teknologi transaksi perbankannya. Bank harus bisa menyesuaikan dengan kebutuhan nasabahnya yang semakin menginginkan kemudahan saat bertransaksi menggunakan jasa bank. Atribut ini dianggap penting oleh nasabah dan dinilai telah dilaksanakan dengan sangat baik, yang diperlukan adalah upaya untuk selalu mempertahankan kualitas atribut ini.

2. Karyawan bank berpenampilan rapi, dan memakai seragam.

Penampilan dari setiap karyawan bank merupakan hal yang penting. Karyawan akan lebih terlihat rapi saat berpakaian seragam yang sopan dan rapi. Ini akan menambah nilai plus bagi karyawan dari nasabah. Nasabah akan merasa bahwa pihak bank sangat memperhatikan kualitas kenyamanan nasabah dalam berkomunikasi dengan karyawan bank. Serta dengan berseragam ini juga dapat menjadi ikon atau ciri khas dari bank tersebut sehingga memudahkan para nasabah untuk mengenali karyawan bank. Atribut ini dianggap penting oleh nasabah dan dinilai telah dilaksanakan dengan sangat baik, yang diperlukan adalah upaya untuk selalu mempertahankan kualitas atribut ini.

3. Karyawan bank memberikan fasilitas sesuai dengan jenis jasa yang di tawarkan.

Ketepatan dan kesesuaian fasilitas yang diberikan karyawan kepada nasabah terkait dengan jasa yang ditawarkan bank merupakan suatu hal yang penting. Oleh karena itu pihak bank harus tetap mempertahankannya. Atribut ini dianggap penting oleh nasabah dan dinilai telah dilaksanakan dengan sangat

baik, yang diperlukan adalah upaya untuk selalu mempertahankan kualitas atribut ini.

4. Ketersediaan sarana dan prasarana

Disediakannya sarana dan prasarana oleh bank untuk kemudahan nasabah merupakan sesuatu hal yang penting. Dalam hal ini bank telah melakukannya dengan baik. Sehingga ini akan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Atribut ini dianggap penting oleh nasabah dan dinilai telah dilaksanakan dengan sangat baik, yang diperlukan adalah upaya untuk selalu mempertahankan kualitas atribut ini.

5. Karyawan bank melayani nasabah dengan baik dan sopan.

Sopan santun karyawan bank saat melayani nasabah merupakan hal yang penting. Terutama jika nasabah tersebut adalah orang yang lebih tua. Dengan saling menjaga sopan santun maka nasabah akan merasa diperlakukan dengan baik oleh karyawan bank. Atribut ini dianggap penting oleh nasabah dan dinilai telah dilaksanakan dengan sangat baik, yang diperlukan adalah upaya untuk selalu mempertahankan kualitas atribut ini.

6. Karyawan bank bersikap jujur dan terbuka kepada nasabah.

Sikap jujur dan terbuka adalah suatu hal yang penting dalam pelayanan. Keterbukaan dan jujur adalah sikap menerima masukan dari orang lain, serta berkenan menyampaikan informasi yang sebenarnya terkait hal penting kepada nasabah. Dalam proses komunikasi dengan nasabah ini menjadi suatu hal yang positif. Hal ini disebabkan dengan adanya kejujuran dan keterbukaan maka komunikasi interpersonal akan berlangsung secara adil, transparan, dua arah, dan dapat diterima oleh semua nasabah. Atribut ini dianggap penting oleh nasabah dan dinilai telah dilaksanakan dengan sangat baik, yang diperlukan adalah upaya untuk selalu mempertahankan kualitas atribut ini.

7. Karyawan bank meluangkan waktu untuk melayani dan menanggapi permintaan nasabah.

Meluangkan waktu serta menanggapi permintaan nasabah adalah suatu hal penting dalam pelayanan. Karyawan dituntut untuk peduli kepada nasabah salah satunya dengan meluangkan waktu untuk melayani dan menanggapi permintaan nasabah sehingga bank dapat memberikan solusi sesuai yang

diinginkan oleh nasabah. Atribut ini dianggap penting oleh nasabah dan dinilai telah dilaksanakan dengan sangat baik, yang diperlukan adalah upaya untuk selalu mempertahankan kualitas atribut ini.

8. Kesabaran dan kerendahan hati karyawan.

Kesabaran dan kerendahan hati karyawan merupakan hal yang penting. Terutama apabila terhadap nasabah dengan kondisi emosional yang sedang *down*. Semua nasabah yang datang menginginkan pelayanan yang baik meskipun nasabah tersebut datang dengan tingkat emosional yang beragam. Disinilah perlunya kesabaran dan kerendahan hati karyawan demi menjaga agar nasabahnya tetap nyaman. Atribut ini dianggap penting oleh nasabah dan dinilai telah dilaksanakan dengan sangat baik, yang diperlukan adalah upaya untuk selalu mempertahankan kualitas atribut ini.

C. Kuadran C

Kuadran B menunjukkan adanya atribut-atribut pelayanan yang harapan nasabah tidak terlalu tinggi sehingga kepentingannya tidak mendapat nilai tinggi dan kinerjanya juga biasa-biasa saja, sehingga pihak PT BNI Syariah Cabang Medan tidak harus memberikan fokus perbaikan untuk atribut layanan yang ada dalam kuadran ini. Berikut atribut yang berada dalam kuadran ini adalah:

1. Lokasi bank yang strategis.

Nasabah merasa bahwa atribut ini memiliki tingkat kepentingan yang biasa saja. Lokasi bank yang strategis pada umumnya tidak terlalu penting menurut nasabah. Dalam realisasinya pun dinilai memiliki kinerja yang memuaskan meskipun dianggap biasa saja oleh nasabah. Dengan demikian, atribut ini berada pada kuadran c.

2. Karyawan bank bersikap simpatik terhadap setiap permasalahan nasabah.

Sikap simpatik terhadap permasalahan nasabah dalam penelitian ini masuk ke dalam kuadran c yakni atribut yang dianggap tidak terlalu penting bagi nasabah. Nasabah merasa atribut ini biasa saja meskipun sudah memuaskan.

3. Pencatatan akurat dan sigap dalam memperbaiki setiap kesalahan.

Dalam hasil penelitian terhadap nasabah, atribut ini dirasa tidak terlalu penting bagi nasabah dan merasa atribut ini biasa saja. Nasabah sepertinya

sudah yakin dengan karyawan bank akan selalu melakukan pencatatan yang akurat karena input data yang dilakukan dengan menggunakan mesin komputer. Dengan demikian nasabah merasa atribut ini biasa saja meskipun sudah memuaskan.

4. Ketulusan karyawan bank dalam membantu nasabah.

Nasabah sudah yakin dengan pihak bank yang membantu setiap permasalahannya dengan tulus. Sehingga Ketulusan karyawan bank dalam membantu nasabah dianggap memiliki tingkat kepentingan yang biasa saja. Dalam kinerjanya atribut ini cukup memuaskan meskipun dianggap biasa saja oleh nasabah.

5. Terdapat saluran telepon, email, untuk menerima setiap keluhan nasabah.

Meskipun adanya saluran telepon, email, untuk menerima seluruh keluhan nasabah dianggap tidak terlalu penting oleh nasabah, namun pelaksanaannya sudah memuaskan. Ini berarti bank telah mematuhi SOP yang seharusnya dimiliki oleh suatu perusahaan, dan menjalankannya dengan baik.

6. Rasa aman yang diberikan bank kepada nasabah.

Rasa aman yang diberikan bank kepada nasabah sudah cukup memuaskan meskipun sebagian besar nasabah merasa biasa saja. Ini berarti bank telah mematuhi sop yang seharusnya dimiliki oleh suatu perusahaan dan menjalankannya dengan baik.

7. Kepercayaan nasabah kepada bank.

Dalam hal ini kepercayaan nasabah kepada bank merupakan hal yang penting dan kinerjanya cukup memuaskan meskipun sebagian besar nasabah menganggapnya biasa saja. Ini berarti bank telah mematuhi SOP yang seharusnya dimiliki oleh suatu perusahaan dan menjalankannya dengan baik.

8. Karyawan bank tidak membedakan nasabah.

Atribut ini masuk kedalam kuadran C yang mana kinerjanya sudah cukup memuaskan tetapi nasabah menganggap biasa saja. Karena nasabah merasa tidak mungkin karyawan tidak membedakan nasabah. Karena pasti saja ada nasabah yang memang harus diperlakukan dengan berbeda dikarenakan pengaruh sosialnya, dan nasabah menganggap itu sebagai hal yang wajar dalam dunia bisnis demi mencari keuntungan. Meskipun begitu pihak bank tetap

memperlakukan nasabah dengan baik sesuai dengan SOP yang berlaku di perusahaan tersebut.

9. Jam operasional bank tepat dan tidak mengganggu waktu nasabah.

Atribut ini dianggap tidak terlalu penting oleh nasabah namun kinerjanya dianggap cukup memuaskan. Ini berarti bank telah mematuhi SOP yang seharusnya dimiliki oleh suatu perusahaan dan menjalankannya dengan baik.

D. Kuadran D

Atribut yang termasuk dalam kuadran ini dianggap nasabah sudah melebihi dari apa yang diinginkan oleh nasabah. Berikut adalah atribut yang berada pada kuadran D:

1. Keseriusan karyawan bank dalam memberikan pembiayaan.

Nasabah menganggap atribut ini hal yang berlebihan dan kinerjanya cukup memuaskan. Meskipun nasabah tidak terlalu mengharapkan atribut ini, namun pihak bank tetap harus berusaha untuk serius dalam memberikan pembiayaan. Dengan kata lain bank sudah mematuhi SOP yang seharusnya dimiliki oleh perusahaan dan sudah menjalankannya dengan baik.

2. Karyawan bank mampu memberikan informasi dengan jelas dan terperinci.

Nasabah menganggap atribut ini hal yang berlebihan dan kinerjanya cukup memuaskan. Meskipun nasabah tidak terlalu mengharapkan atribut ini, namun pihak bank tetap harus berusaha untuk memberikan informasi dengan jelas dan terperinci terkait dengan solusi dari permasalahan yang dialami nasabah. Dengan kata lain bank sudah mematuhi SOP yang seharusnya dimiliki oleh perusahaan dan sudah menjalankannya dengan baik.

3. Kemampuan bank menjaga kerahasiaan data nasabah.

Dalam pelaksanaannya atribut ini dianggap biasa saja dan tidak dianggap penting oleh sebagian besar nasabah. Namun dalam kinerjanya atribut ini sudah memuaskan. Karena tidak mungkin sebuah instansi perbankan dalam hal ini bank tidak menjaga kerahasiaan data nasabah. Dengan kata lain bank sudah mematuhi SOP yang seharusnya dimiliki oleh perusahaan dan sudah menjalankannya dengan baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat Kepuasan Pelayanan nasabah PT BNI Syariah Cabang Medan dengan *Importance Performance Analisis (IPA)*.

Berdasarkan data dari hasil penelitian ini secara keseluruhan untuk kepuasan terhadap kualitas pelayanan di PT BNI Syariah Cabang Medan dilihat dari lima dimensi *servqual (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy)* memiliki kinerja yang sudah baik menurut nasabah, serta harapan terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa puas dengan pelayanan di PT BNI Syariah Cabang Medan. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah rata-rata untuk kelima dimensi *servqual* 98%. Meskipun pada kenyataannya masih ada beberapa item atribut yang memerlukan peningkatan dan harus tetap diprioritaskan perbaikannya. Masih terdapat Sembilan (9) atribut pelayanan yang masih prioritas perbaikan, yakni terdapat pada kuadran C. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti terdapat perbedaan antara *performance dan importance*.

2. Atribut Pelayanan Yang Dianggap Penting Oleh Nasabah Berdasarkan Lima Dimensi *Servqual*.

Berdasarkan dari data hasil penelitian ini, diagram kartesius digunakan untuk menggambarkan posisi atribut-atribut yang memetakan tingkat kepentingan bagi nasabah. Hasil menunjukkan pada atribut-atribut yang berada di kuadran A dan kuadran B, dimana atribut-atribut tersebut yang menjadi prioritas utama yang harus dilaksanakan sesuai dengan harapan nasabah, karena faktor tersebut dianggap sangat penting dan kinerjanya harus dipertahankan serta selalu dilakukan evaluasi. Kuadran dan Atribut-atribut tersebut adalah:

Kuadran A

4. Memberikan solusi pada setiap permasalahan nasabah (Dimensi Empati).
5. Nasabah mendapatkan perhatian khusus dari bank (Dimensi Empati).
6. Pengalaman dan pengetahuan karyawan bank yang luas (Dimensi Jaminan).

Kuadran B

9. Mempunyai peralatan yang canggih dan modern (Dimensi Bukti Fisik)
 10. Karyawan bank berpenampilan rapi, dan memakai seragam (Dimensi Bukti Fisik)
 11. Karyawan bank memberikan fasilitas sesuai dengan jenis jasa yang di tawarkan (Dimensi Bukti Fisik)
 12. Ketersediaan sarana dan prasarana (Dimensi Bukti Fisik)
 13. Karyawan bank melayani nasabah dengan baik dan sopan (Dimensi Kehandalan)
 14. Karyawan bank bersikap jujur dan terbuka kepada nasabah (Dimensi Kehandalan)
 15. Karyawan bank bersikap jujur dan terbuka kepada nasabah (Dimensi Daya Tanggap)
 16. Kesabaran dan kerendahan hati karyawan (Dimensi Empati)
3. Pemetaan Prioritas melalui *Importance Performance Analysis* (IPA)

Berdasarkan pemetaan melalui *importance performance analysis* (IPA), atribut kualitas pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan menyebar di empat kuadran diagram kartesius, dan masih terdapat atribut yang perlu ditingkatkan kinerjanya. Menurut nasabah kualitas pelayanan di PT BNI Syariah Cabang Medan sudah memuaskan dan memenuhi harapan nasabah. Namun semua dimensi memiliki gap negatif, meskipun tidak mencapai >-1 . Berdasarkan hasil penelitian ini nasabah sudah merasa puas dengan kualitas pelayanan bank yang mana dapat di ketahui dari tingkat kesesuaian yang mencapai 98% meskipun ada beberapa atribut yang harus ditingkatkan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah :

1. Bagi Perusahaan

Sesuai dengan kesimpulan yang menunjukkan bahwa mahasiswa sudah merasa puas dengan pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan. Akan tetapi nilai kesenjangan dari kualitas pelayanan masih bernilai negative meskipun tidak terlalu terjadi perbedaan yang signifikan. Tetapi tentu hal ini masih memerlukan adanya evaluasi serta perbaikan tentang sejauh mana pelayanan yang telah diberikan agar dapat sesuai maupun lebih tinggi dari harapan nasabah. Dilakukannya peningkatan terhadap kelima dimensi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati sesuai dengan harapan nasabah.

2. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengambil topik ini, hendaknya memperluas dengan menambah sampel agar lebih representatif, serta mengembangkan teknik analisis yang berbeda. Seperti analisis korelasi antara tingkat kepuasan dari setiap atribut kualitas pelayanan dengan karakteristik nasabah yang berguna dalam penentuan strategi pemasaran bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Bi Rahmani, Nur. *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Medan: Febi Press, 2016
- A. Hamdani dan Rambat Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, cet 2, 2011
- Al- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: GIP, 1997
- Almanaar. *Fatwa MUI Tentang Bunga Bank*,
<https://almanaar.wordpress.com/2008/04/16/fatwa-mui-tentang-bunga-bank/>
Diakses pada tanggal 24 September 2019
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009
- Ariani, D. Wahyudi. *Manajemen Operasi Jasa*, Yogyakarta: Graha Ilmu, edisi 1, 2009
- Bondan Suratno, E. Catur Rismiati. *Pemasaran Barang dan Jasa*, Yogyakarta: Kanisius, 2001
- Bramulya, Rambat Lupiyoadi. *Model Important Performance Analysis*, Jakarta: Salemba Empat, 2015, h. 240.
- Diniaty, Dewi. *Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Kantor Camat Bukitraya Pekanbaru dengan pendekatan Important Performance Analysis (IPA) dan Potential Gain in Customer Value (PGCV)*, Skripsi, Fakultas Sains dan Teknologi UGM Yogyakarta, 2016
- Djaslim Saladin, Herry Ahmad Buchory. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank*, Bandung: Linda Karya, 2006
- Gerson, Gerson. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, PPM: Jakarta, 2004
- Ifi Wilis, Theresia. *Analisis Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Gap Analysis dan IPA Pada Restoran Fussion Food*, Skripsi, FE UGM Yogyakarta, 2015
- Irawan, Handi. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Elek Media Komposindo, 2002
- Junaedi, Achmad Tavip. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah* dalam Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol 10 No. 1, Maret 2012, h.162

- Karim, Adiwarmarman Aswar. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, Jakarta: RajawaliPers, 2004
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Jilid I*, Terj. Drs. Jaka Wasana, MSM Jakarta: Erlangga, 1999
- Kadir, Abd Rahman. *Manajemen Pemasaran Jasa: Pendekatan Integratif Antara Teori dan Implementasi*, Bogor: IPB Press, 2013
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Muhammad, Muflih. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006
- Maetono, Nanang. *Penelitian Kuantitatif, Analisis dan analisis data skunder*, Jakarta: Raja Grafindo, 2001
- Parasuraman, et. al. Refinement and Reassessment of The SERVQUAL Scale *Journal Of Retailing*, vol. 67 No. (4), 1991
- Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu, cet 2, 2013
- Rahmawaty, Anita. *Ekonomi Mikro Islam*, Kudus: Nora Media Enterprise, 2011
- Rangkuti, Freddy. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002
- Rosinta Febrina, Dwi Aryani. *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*, Bisnis dan Birokrasi, *Jurnal Administrasi dan Organisasi*, no. 2, Mei-Agustus 2010
- Riandadari Dyah, Wirdha Purnomo. *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel Dengan Metode Important Performance Analysis di PT. Arina Parama Jaya Gresik dalam Jurnal Teknik Mesin*, III (3): 2015
- Syafina, Laylan. *Panduan Penelitian Kuantitatif Akuntansi*, Medan: Febi Press, 2018
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Ekonosia, cet 3, 2004
- Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung,: Alfabeta, 2013
- Sanusi, Anwar. *Metodologi Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2012
- Tarigan, Azhari Akmal. et. al, *Buku Panduan Penulisan Skripsi* Medan: Febi Press, 2015

- Tb. Absor, Heru Winarno. *Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual dan Important Performace Analysis (IPA) pada PT. Media Purna Engineering*” dalam *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, Vol (1): 146-160, November 2018
- Tjiptono, Fandy. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Andi Offset, 1997
- Umar, Husain. *Studi Kelayakan Dalam Bidang Jasa*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, cet 1, 2005
- Utus H, Thoriq G. *Marketing Muhammad*, Jakarta: Gema Insani, 2006
- Yulianti, Yuyu. *Analisis Kualitas Pelayanan Pendidikan Dengan Menggunakan Gap Analisis dan Important Performance Analysis (IPA) Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNY Skripsi, FE UNY Yogyakarta*, 2016

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Mahrunnisa Gea
Nim : 53153057
Tempat/ Tanggal Lahir : Gunungsitoli, 28 Februari 1997
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Jl. Kelapa No. 81 Kelurahan Ilir Kota Gunungsitoli

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2003-2009 : SDN. 078081 Saombo
2. Tahun 2009-2012 : MTS. Negeri Gunungsitoli
3. Tahun 2012-2015 : MAN Gunungsitoli
4. Tahun 2015-2020 : UIN Sumatera Utara

Lampiran 1



Medan, 22 November 2019

No. : MES/01/1637/2019

Lamp : -

Kepada :
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jl. Williem Iskandar Pasar V
Medan

Hal : Izin Riset

Surat Saudara Nomor: B/4116/EB.I/PP.00.9./10/2019 Tanggal 31 Oktober 2019

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Menunjuk perihal pada pokok surat Saudara diatas, dengan ini menerangkan bahwa Mahasiswa:

Nama : **Mahrunnisa Gea**
NIM : 53153057
Program Studi : Perbankan Syariah

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian riset dalam rangka memenuhi tugas Akhir/Skripsi yang berjudul "*Analisis tingkat kepuasan pelayanan PT. BNI Syariah Kantor Cabang Medan dengan Metode Important Performance Analysis (IPA)* "

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

PT. Bank BNI Syariah
Kantor Cabang Medan

Muhammad Ichsan
Operational Manager

Lampiran 2

KUESIONER PENELITIAN
Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan PT BNI Syariah Cabang Medan
Dengan *Importance Performance Analysis* (IPA)

IDENTITAS RESPONDEN

1. No. Responden : _____
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia : _____
4. Masa Kerja : 0-1 Tahun 2-4 Tahun > 4 Tahun
5. Tingkat Pendidikan : SMA D3 S1 S2

PETUNJUK PENGISIAN

1. Berilah tanda ceklist (√) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia pada masing-masing pernyataan.
2. Kuesioner dibawah ini memuat sejumlah pernyataan. Bapak/ibu diminta untuk memberikan tanggapan atas pernyataan yang ada pada kuesioner ini sesuai dengan pendapat Bapak/ibu.
3. Bagian A kuesioner adalah untuk mengetahui harapan nasabah terhadap tingkat kepentingan (*important*) kualitas pelayanan PT. BNI Syariah Cabang Medan.
4. Bagian B kuesioner adalah untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap kinerja (*performance*) kualitas pelayanan PT. BNI Syariah Cabang Medan.

Lampiran 3

DATA HASIL KUESIONER

Kinerja Kualitas Pelayanan PT. BNI Syariah Cabang Medan

Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	Σ	
1	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	105	
2	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	103
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	103
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
6	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	109
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	103
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	101
9	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	111
10	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	116
11	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	110
12	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	3	105	
13	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	107
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	102
15	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	109
16	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	113
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	119
18	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	103
19	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	103
20	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	110

Harapan Kualitas Pelayanan PT. BNI Syariah Cabang Medan																										
Responden	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	Σ
1	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	112
2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	103
3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	102
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	102
6	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	117
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	103
8	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	102
9	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	114
10	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	120
11	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	119
12	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	107
13	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	110
14	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	103
15	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	115
16	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	114
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	121
18	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	102
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	103
20	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	109

43	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	105	
44	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	118
45	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	112	
46	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	113	
47	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	117
48	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	104	
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	99	
50	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	103	
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	103	
52	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	101	
53	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	118	
54	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	118	
55	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	108	
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125	
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	106
58	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	108	
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100	
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125	
61	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	108	
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	123	
63	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	122	
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	102	

Lampiran 4

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Kinerja Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,897	25

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Bukti Fisik 1	103,78	40,458	,351	,903
Bukti Fisik 2	103,86	37,156	,548	,892
Bukti Fisik 3	103,77	36,684	,673	,889
Bukti Fisik 4	103,85	36,966	,633	,890
Bukti Fisik 5	104,00	38,527	,416	,895
Kehandalan 1	103,89	36,823	,671	,889
Kehandalan 2	103,91	36,674	,707	,888
Kehandalan 3	104,01	38,472	,406	,895
Kehandalan 4	103,92	37,610	,492	,893
Kehandalan 5	104,01	40,428	,373	,902
Daya Tanggap 1	103,93	37,512	,566	,891
Daya Tanggap 2	104,01	37,439	,593	,891
Daya Tanggap 3	104,04	37,471	,614	,891
Daya Tanggap 4	103,96	37,910	,505	,893
Daya Tanggap 5	103,98	36,967	,623	,890
Jaminan 1	104,07	40,040	,361	,899
Jaminan 2	103,95	39,173	,378	,898
Jaminan 3	103,96	37,559	,569	,891
Jaminan 4	103,95	37,085	,649	,890
Jaminan 5	103,96	37,207	,633	,890
Empati 1	103,82	37,954	,436	,894
Empati 2	103,99	39,110	,304	,897
Empati 3	103,92	38,093	,459	,894
Empati 4	103,98	38,022	,497	,893
Empati 5	104,01	38,165	,461	,894

2. Harapan Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,938	25

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Bukti Fisik 1	104,85	57,119	,504	,937
Bukti Fisik 2	104,97	56,471	,588	,935
Bukti Fisik 3	104,87	55,851	,725	,933
Bukti Fisik 4	104,96	56,482	,640	,935
Bukti Fisik 5	105,10	58,661	,376	,938
Kehandalan 1	105,02	56,373	,672	,934
Kehandalan 2	105,02	55,912	,738	,933
Kehandalan 3	105,12	58,612	,370	,938
Kehandalan 4	105,04	56,943	,544	,936
Kehandalan 5	105,09	56,915	,565	,936
Daya Tanggap 1	105,02	56,615	,638	,935
Daya Tanggap 2	105,10	57,166	,595	,935
Daya Tanggap 3	105,13	56,510	,679	,934
Daya Tanggap 4	105,02	57,054	,576	,935
Daya Tanggap 5	105,08	56,313	,672	,934
Jaminan 1	105,07	56,106	,732	,933
Jaminan 2	105,04	56,416	,614	,935
Jaminan 3	105,03	56,801	,616	,935
Jaminan 4	105,03	56,296	,688	,934
Jaminan 5	105,03	56,142	,710	,934
Empati 1	104,91	57,003	,539	,936
Empati 2	104,96	57,537	,472	,937
Empati 3	105,00	56,989	,579	,935
Empati 4	105,08	57,500	,534	,936
Empati 5	105,12	57,777	,488	,937

Lampiran 5

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		normal
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	11892,6630
	Std. Deviation	1561,22028
Most Extreme Differences	Absolute	,136
	Positive	,136
	Negative	-,102
Kolmogorov-Smirnov Z		1,300
Asymp. Sig. (2-tailed)		,068

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 6

HASIL UJI BEDA (t) PERFORMANCE DAN IMPORTANCE

1. Dimensi Bukti Fisik

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 Performance	22,10	92	1,604	,167
Importance	22,27	92	1,834	,191

Paired Samples Correlations

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 Performance & Importance	92	,906	,000

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Performance -Importance	-,174	,779	,081	-,335	-,013	2,141	91	,035

2. Dimensi Keandalan

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 Performance	21,61	92	1,569	,164
Importance	21,72	92	1,775	,185

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Performance & Importance	92	,927	,000

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)	
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference					
				Lower	Upper				
Pair 1	Performance-Importance	-,109	,671	,070	-,248	,030	-1,555	91	,123

3. Dimensi Daya Tanggap

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Performance	21,43	92	1,679	,175
	Importance	21,66	92	1,775	,185

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Performance & Importance	92	,950	,000

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)	
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference					
				Lower	Upper				
Pair 1	Performance-Importance	-,228	,557	,058	-,344	-,113	-3,933	91	,000

4. Dimensi Jaminan

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Performance	21,49	92	1,387	,145
	Importance	21,80	92	1,911	,199

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Performance & Importance	92	,783	,000

Paired Samples Test

		Paired Differences				t	df	Sig. (2-tailed)	
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower				Upper
Pair 1	Performance-Importance	-,315	1,195	,125	-,563	-,068	2,531	,013	

5. Dimensi Empati

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Performance	21,64	92	1,434	,150
	Importance	21,95	92	1,750	,182

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Performance & Importance	92	,903	,000

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 Performance-Importance	-,304	,767	,080	-,463	-,146	-3,808	91	,000