

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DENGAN DIMENSI  
CARTER**

**(Studi pada BSI KCP Solo Pasar Kliwon)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh:**

**APRILIANA ALFINA DAMAYANTI  
NIM. 19.52.31.076**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID  
SURAKARTA  
2023**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)  
DENGAN DIMENSI CARTER  
(Studi Pada BSI KCP Solo Pasar Kliwon)**

**SKRIPSI**

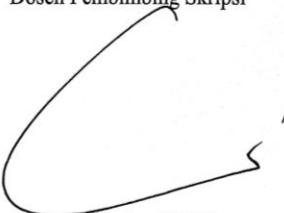
Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh:  
**APRILIANA ALFINA DAMAYANTI**  
NIM. 19.52.31.076

Sukoharjo, 10 Mei 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Fuad Hasyim, M.E.K  
NIP. 19890316 201801 1 003

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Apriliana Alfina Damayanti  
NIM : 19.52.31.076  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi berjudul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DENGAN DIMENSI CARTER (Studi Pada BSI KCP Solo Pasar Kliwon)”**.

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti / dilakukan sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sukoharjo, 10 Mei 2023



Apriliana Alfina Damayanti

## **SURAT PERNYATAAN MELAKUKAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Apriliana Alfina Damayanti  
NIM : 19.52.31.076  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DENGAN DIMENSI CARTER (Studi pada BSI KCP Solo Pasar Kliwon)”**.

Demikian ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari BSI KCP Solo Pasar Kliwon. Apabila kemudian hari diketahui skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Sukoharjo, 10 Mei 2023



Apriliana Alfina Damayanti

Fuad Hasyim, M.E.K  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi  
Sdr : Apriliana Alfina Damayanti

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Apriliana Alfina Damayanti NIM 19.52.31.076 yang berjudul:

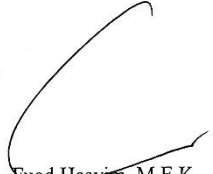
“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DENGAN DIMENSI CARTER (Studi pada BSI KCP Solo Pasar Kliwon)”.

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 10 Mei 2023  
Dosen Pembimbing Skripsi

  
Fuad Hasyim, M.E.K  
NIP. 19890316 201801 1 003

## PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (BSI)  
DENGAN DIMENSI CARTER  
(Studi pada BSI KCP Solo Pasar Kliwon)**

Oleh:

**APRILIANA ALFINA DAMAYANTI**  
NIM. 19.52.31.076

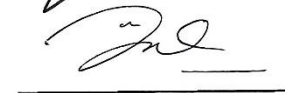
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasah  
pada hari Senin tanggal 5 Juni 2023 / 16 Dzulqa'dah 1444 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Dr. Agung Abdullah, S.E., M.M.  
NIP. 19850301 201403 1 003

Penguji II  
Rizky Nur Ayuningtyas Putri, S.E., M.E.  
NIP. 19890105 202012 2 013


Penguji III  
Melia Kusuma, M.M.  
NIK. 19810608 201701 2 147



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



  
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.  
NIP. 19720304 200112 1 004

## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS Al-Baqarah: 286)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS Al-Insyirah: 5-6)

“Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini”

## **PERSEMBAHAN**

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa, karya sederhana ini kepada:

Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya serta senantiasa memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini sampai akhir

Bapak Masrur dan Ibu Marsih, orang tuaku tercinta yang selalu ada dan memberikan semangat serta mendoakanku

Kakakku, Agustina Hanif Nur Pertiwi terimakasih atas doa dan dukungannya

Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 2019

Terimakasih atas semangat dan motivasi yang selalu diberikan



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon Dengan Dimensi CARTER”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Fuad Hasyim, M.E.K selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Ibu dan Bapakku, serta kakakku terimakasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayangmu tak akan pernah ku lupakan.
9. Seluruh karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon yang telah membantu dalam proses penelitian.
10. Responden penelitian yang sudah membantu memberikan data dan informasi, sehingga penelitian ini selesai dengan baik.
11. Teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.
12. Diri sendiri yang telah menyusun skripsi ini dari nol hingga skripsi ini selesai, terimakasih karena telah berjuang dan bertahan sejauh ini dengan melawan ego serta *mood* yang tidak menentu selama penulisan skripsi ini.

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sukoharjo, 10 Mei 2023

Penulis

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of service quality using the CARTER dimension consisting of compliance, assurance, reliability, tangible, empathy, and responsiveness on BSI KCP Solo Pasar Kliwon customer satisfaction. This study used convenience sampling techniques so as to get a sample of 120 respondents. This study used 7 variables. The research method is by quantitative research method. The results showed that the variables of reliability and responsiveness had a significant effect on customer satisfaction. While the variables compliance, assurance, tangible, and empathy do not significantly affect customer satisfaction.*

*Keywords: service quality, CARTER dimension, customer satisfaction*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan menggunakan dimensi *CARTER* yang terdiri dari *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness* terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon. Penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling* sehingga mendapatkan sampel 120 responden. Penelitian ini menggunakan 7 variabel. Metode penelitian adalah dengan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *reliability* dan *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan variabel *compliance*, *assurance*, *tangible*, dan *empathy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata kunci: kualitas pelayanan, dimensi *CARTER*, kepuasan nasabah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....	iii
SURAT PERNYATAAN MELAKUKAN PENELITIAN .....	iv
NOTA DINAS .....	v
PENGESAHAN .....	vi
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
ABSTRACT .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Batasan Masalah.....	10
1.6 Jadwal Penelitian .....	10
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI .....	12
2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Kepuasan Nasabah .....	12
2.1.2 Kualitas Pelayanan .....	13
2.1.3 Dimensi CARTER .....	16
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan.....	19
2.3 Kerangka Berfikir.....	23

2.4	Hipotesis .....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....		28
3.1	Jenis Penelitian .....	28
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian .....	28
3.3	Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel .....	28
3.4	Data dan Sumber Data.....	30
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6	Variabel Penelitian .....	31
3.7	Definisi Operasional Variabel .....	32
3.8	Teknik Analisis Data .....	34
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1.	Hasil.....	39
4.1.1.	Karakteristik Objek Penelitian.....	39
4.1.2.	Karakteristik Responden.....	39
4.1.3.	Pengujian Instrumental Penelitian .....	42
4.1.4.	Uji Asumsi Klasik.....	44
4.1.5.	Uji Ketetapan Model.....	47
4.1.6.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	48
4.1.7.	Uji t (Uji Hipotesis) .....	50
4.2	Pembahasan .....	53
4.2.1.	Pengaruh <i>Compliance</i> Terhadap Kepuasan Nasabah .....	53
4.2.2.	Pengaruh <i>Assurance</i> Terhadap Kepuasan Nasabah .....	54
4.2.3.	Pengaruh <i>Reliability</i> Terhadap Kepuasan Nasabah .....	55
4.2.4.	Pengaruh <i>Tangible</i> Terhadap Kepuasan Nasabah .....	56
4.2.5.	Pengaruh <i>Empathy</i> Terhadap Kepuasan Nasabah .....	57
4.2.6.	Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	58
BAB V PENUTUP.....		60
5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	62
5.3	Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....		63

LAMPIRAN ..... 66



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Market Share</i> Perbankan Syariah.....	2
Gambar 2.1 Skema Kerangka Berfikir.....	24

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kantor Bank Syariah Sebelum dan Sesudah Merger .....	3
Tabel 2.1 Penelitian Relevan .....	19
Tabel 3.1 Skala Likert.....	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 4.1 Data Responden .....	39
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas .....	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas .....	45
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	46
Tabel 4.7 Hasil Uji F.....	47
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Linear Berganda .....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian .....	67
Lampiran 2 Kuesioner.....	68
Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	73
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	79
Lampiran 5 Uji Ketetapan Model .....	81
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	83
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) .....	84
Lampiran 8 Dokumentasi.....	85
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	86

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

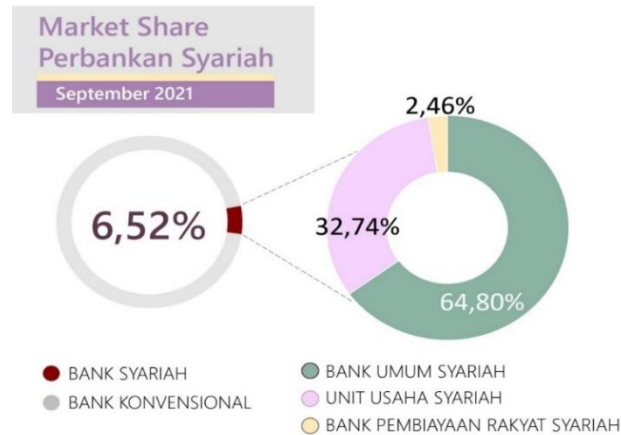
### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan sektor perbankan di Indonesia mengalami perkembangan setelah ditetapkannya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 mengenai perbankan. Undang-Undang tersebut menyatakan bahwa bank syariah adalah sebuah lembaga penyedia layanan jasa dalam bidang perbankan dengan berprinsip ekonomi syariah, namun disisi lain bank syariah juga harus patuh terhadap peraturan perbankan yang berbasis konvensional.

Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1998 mengenai perbankan yang menyatakan tentang pengelompokan kegiatan usaha bank, yaitu bank yang melakukan kegiatan usaha secara konvensional dan bank yang melakukan kegiatan usaha dengan didasarkan prinsip syariah, merupakan proses lanjutan dalam penyempurnaan landasan hukum tentang beroperasinya perbankan syariah (Asnaini & Yustati, 2017).

Pada era saat ini, sistem perbankan syariah hadir sebagai solusi bagi masyarakat muslim yang kehadirannya dianggap dapat membantu meningkatkan perekonomian di masa depan, karena banyaknya keluhan dari masyarakat dan sebagai *problem solver* di masyarakat dengan pengelolaan keuangan yang kurang baik, pertumbuhan sistem perbankan syariah semakin meningkat (Nugraha Triyan Putra & Thamrin, 2021).

Gambar 1.1  
Market Share Perbankan Syariah



Sumber: (OJK, 2021)

Meskipun pertumbuhan perbankan syariah terus mengalami peningkatan, tetapi berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa secara umum *marketshare* yang dimiliki bank syariah masih terbilang kecil jika dibandingkan dengan *marketshare* bank konvensional. Hal tersebut sangat disayangkan apabila mengingat setelah adanya merger tiga bank syariah yang seharusnya menjadi nilai tambah bank syariah untuk mengimbangi bank konvensional serta mayoritas penduduk muslim yang sangat besar di Indonesia.

Bank Syariah Indonesia (BSI) diluncurkan pada 1 Februari 2021 melalui penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah. Penggabungan bank bertujuan untuk menggabungkan kekuatan dari tiga bank syariah untuk memberikan layanan yang lebih baik, cakupan yang lebih luas dan modal yang unggul. Merger tiga bank syariah tersebut pastinya akan berpengaruh terhadap penilaian masyarakat dalam hal kualitas pelayanan Bank Syariah Indonesia sebelum dan sesudah merger. Nasabah tentunya akan menilai perbedaan

layanan baik secara kualitas ataupun kuantitas, karena Bank Syariah Indonesia melakukan perubahan cabang, penyesuaian struktur layanan sekaligus penyatuan budaya organisasi sumber daya manusia (Meilani & Sugiarti, 2022).

Tabel 1.1  
Jumlah Kantor Layanan Bank Syariah Sebelum dan Sesudah Merger

	<b>Bank Syariah</b>	<b>KC</b>	<b>KCP</b>	<b>KK</b>
<b>Sebelum Merger (2021)</b>	BRI Syariah	71	319	10
	Bank Syariah Mandiri	130	427	49
	Bank BNI Syariah	69	241	13
	<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>987</b>	<b>72</b>
<b>Setelah Merger (2022)</b>	Bank Syariah Indonesia	263	792	60
	<b>Total</b>	<b>263</b>	<b>792</b>	<b>60</b>

Sumber: Data Statistik Perbankan

Berdasarkan tabel diatas, terlihat adanya penurunan jumlah kantor layanan Bank Syariah Indonesia. Penurunan jumlah kantor pelayanan Bank Indonesia menunjukkan perbedaan tujuan integrasi Bank Syariah Indonesia untuk memberikan pelayanan yang lebih lengkap serta cakupan yang lebih luas. Hal tersebut akan berdampak terhadap kepuasan nasabah. Nasabah BRI Syariah, Bank BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri akan memberikan penilaian terhadap merger Bank Syariah Indonesia tersebut, apakah dapat meningkatkan kualitas atau sebaliknya.

Bagi pihak perbankan, kepuasan nasabah harus diperhatikan karena merupakan aspek penting bank dalam menjaga citra perusahaan dimata masyarakat luas. Nasabah akan mencoba mendapatkan produk dari perusahaan yang dapat menawarkan layanan terbaik kepada mereka. Konsep kepuasan pelanggan sangat diperlukan, karena dengan memperbaiki kualitas pelayanan,

maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang berdampak positif, antara lain melalui pernyataan kepuasan pelanggan kepada orang lain, sehingga dapat meningkatkan penjualan dan citra perusahaan (Meilani & Sugiarti, 2022).

Othman dan Owen memberikan alasan mengapa bank syariah dan lembaga keuangan berbasis syariah perlu meningkatkan kualitas pelayanan. Pertama, karena konsumen menganggap produk dan layanan bank syariah berkualitas tinggi berdasarkan konsepnya. Kedua, *word of mouth* yang positif diakui secara umum sebagai pendorong pemasaran dan kinerja keuangan di perbankan karena hubungannya yang jelas dengan biaya, profitabilitas dan kepuasan pelanggan (Rafidah, 2014).

Pengukuran kualitas layanan yang umum digunakan adalah dengan menggunakan metode *service quality (SERVQUAL)* yang dikembangkan oleh Parasuraman (1990) yang meliputi *Assurance, Reliability, Tangible, Emphaty, Responsiveness*. Kelima dimensi tersebut masih bersifat general dan kurang cocok untuk digunakan di lembaga keuangan syariah, sehingga perlu adanya modifikasi. Selanjutnya ditambahkan unsur kepatuhan terhadap hukum Islam (*compliance*) yang menunjukkan bahwa dalam kegiatan operasional bank harus taat hukum syariat Islam disamping menjalankan prinsip-prinsip dalam ekonomi (Astuti et al., 2009).

Selanjutnya, dimensi *SERVQUAL* tersebut kemudian ditambahkan oleh Othman dan Owen satu dimensi yang dibutuhkan bank ataupun lembaga keuangan yang berprinsip syariah. Dimensi yang ditambahkan adalah *Compliance* atau disebut juga dengan "*Compliance with Islamic law*". Model pengukuran

layanan ini kemudian disebut dengan model *CARTER*. Model *CARTER* merupakan dimensi yang digunakan untuk pengukuran kualitas layanan pada perbankan ataupun lembaga keuangan syariah dengan menggunakan enam dimensi yaitu *Compliance* (kepatuhan terhadap aturan atau prinsip syariah), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (kehandalan), *Tangible* (bukti fisik), *Empathy* (empati), dan *Responsiveness* (daya tanggap) (Sawitri Rahayu et al., 2022).

Dimensi pertama yaitu *compliance* atau *compliance with Islamic law*. Menurut (Norvadewi & Zaroni, 2019) *compliance* merupakan kepatuhan untuk menjalankan prinsip ekonomi Islam bagi perbankan syariah disamping menjalankan prinsip ekonomi yang berlaku. *Compliance* penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah karena dapat menjamin produk serta layanan yang diberikan agar sesuai dengan ketentuan hukum Islam. Berdasarkan penelitian Cahyani (2016) menghasilkan temuan bahwa *compliance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank syariah. Akan tetapi pada penelitian Juniawan (2018) dihasilkan temuan bahwa *compliance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Dimensi kedua yaitu *assurance*. Menurut (Zuhri & Haryanto, 2016) *assurance* adalah sifat serta pengetahuan yang dapat dipercaya dalam menangani keluhan pelanggan, memberikan pelayanan dengan ramah dan memastikan bahwa kualitas produk yang dipromosikan sesuai dengan yang dijual. Menurut penelitian Khaliq (2019) menghasilkan temuan bahwa *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Akan tetapi pada penelitian Aldila (2018) menghasilkan temuan bahwa tidak terdapat pengaruh *assurance* terhadap kepuasan nasabah.



Dimensi ketiga yaitu *reliability*. Menurut (Norvadewi & Zaroni, 2019) *reliability* berarti kehandalan serta kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan yang dijanjikan secara konsisten dan akurat, sehingga memberikan penilaian jika kinerja bank tersebut terjamin serta memberikan kemudahan bagi nasabahnya. Menurut penelitian Khaliq (2019) menghasilkan temuan bahwa *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan. Akan tetapi pada penelitian Hasan (2006) menghasilkan temuan bahwa kehandalan tidak mempengaruhi kepuasan nasabah bank syariah.

Dimensi keempat yaitu *tangible*. Menurut Zuhri & Haryanto (2016) *tangible* adalah bukti fisik bahwa bank syariah memberikan pelayanan yang memenuhi kepuasan nasabah. Fasilitas yang memadai akan menciptakan perasaan tenang dan nyaman nasabah. Menurut penelitian yang dilakukan Aldila (2018) dihasilkan temuan bahwa *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Akan tetapi pada penelitian Hasan (2006), menghasilkan temuan bahwa tidak terdapat pengaruh *tangible* terhadap kepuasan nasabah.

Dimensi kelima yaitu *emphaty*. Menurut Hartini & Meilani (2019) *emphaty* adalah sikap karyawan memahami kebutuhan nasabah dengan tulus dan individual. Berdasarkan penelitian Khaliq (2019) menghasilkan temuan bahwa *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Akan tetapi pada penelitian Aldila (2018) menghasilkan temuan bahwa *emphaty* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Dimensi terakhir yaitu *responsiveness*. Menurut Simatupang & Deti (2021) *responsiveness* yang disebut juga daya tanggap merupakan kemampuan

karyawan dalam memberikan jasa pelayanan secara cepat dan tanggap. Berdasarkan penelitian Khaliq (2019) menghasilkan temuan bahwa *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Akan tetapi pada penelitian Aldila (2018) menghasilkan temuan bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank syariah.

Secara umum kualitas pelayanan dengan model *CARTER* memiliki persamaan dengan model *SERVQUAL*. Perbedaannya hanya terletak pada dimensi *compliance* yang mewajibkan bank syariah atau lembaga keuangan syariah menerapkan hukum ekonomi Islam disamping menggunakan prinsip ekonomi yang berlaku. *Compliance* merupakan syarat utama yang harus dijalankan oleh lembaga keuangan syariah (Priyanto et al., 2021).

Berdasarkan beberapa penelitian diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai kepuasan nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon dengan menggunakan metode *CARTER* (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Emphaty, dan Responsiveness*). BSI KCP Solo Pasar Kliwon merupakan salah satu bank syariah yang cukup terkenal dikalangan masyarakat Surakarta dan sekitarnya. Selain itu, BSI KCP Solo Pasar Kliwon juga merupakan tempat penggabungan dari BSI KCP Solo Pasar Klewer, BSI KCP Solo Pasar Kliwon serta BSI KCP Veteran yang secara resmi bergabung menjadi satu kesatuan menjadi BSI KCP Solo Pasar Kliwon pada Maret 2023.

Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui seberapa besar kepuasan dari nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh BSI KCP Solo Pasar Kliwon, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas jasa yang

diberikan BSI KCP Solo Pasar Kliwon terhadap nasabahnya. Karena hal tersebut menarik untuk dicermati lebih lanjut, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan Dimensi CARTER” (Studi pada BSI KCP Solo Pasar Kliwon).

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti mengidentifikasi permasalahan yang terjadi sebagai berikut:

1. *Market share* perbankan syariah yang masih terbilang kecil apabila dibandingkan dengan bank konvensional.
2. Berkurangnya jumlah *serviced office* Bank Syariah Indonesia setelah merger menunjukkan perbedaan dari tujuan merger Bank Syariah Indonesia dalam memberikan layanan yang lebih lengkap dan jangkauan yang lebih luas.
3. Kualitas pelayanan memiliki berbagai pengukuran, yaitu menggunakan metode *servqual* dan metode CARTER.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi permasalahan diatas, permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah *Compliance* (kepatuhan syariah) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon?

2. Apakah *Assurance* (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon?
3. Apakah *Reliability* (kehandalan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon?
4. Apakah *Tangible* (bukti fisik) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon?
5. Apakah *Empathy* (kepedulian) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon?
6. Apakah *Responsiveness* (daya tanggap) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Compliance* (kepatuhan syariah) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Assurance* (jaminan) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Reliability* (kehandalan) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.

4. Untuk mengetahui pengaruh *Tangible* (bukti fisik) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Empathy* (kepedulian) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.

### **1.5 Batasan Masalah**

Penelitian ini akan meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon Dengan Dimensi CARTER. Agar penelitian ini berfokus pada obyek maupun subyek yang diteliti, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya akan meneliti pengaruh *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy*, *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah.
2. Obyek dalam penelitian ini hanya dibatasi pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.

### **1.6 Jadwal Penelitian**

Terlampir

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Peneliti membuat sistematika penulisan penelitian untuk memberikan gambaran yang jelas serta menyeluruh mengenai penelitian ini, yang terdiri dari lima bab yakni sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan pembahasan latar belakang masalah mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon dengan dimensi CARTER, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, jadwal penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi pemaparan tinjauan pustaka, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka penelitian serta pengembangan hipotesa.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, serta analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan hasil serta pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi rangkaian penelitian yang berisi kesimpulan serta saran yang diuraikan peneliti sebagai dasar pertimbangan penelitian berikutnya.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Kepuasan Nasabah**

Menurut Zuhri & Haryanto (2016) kepuasan pelanggan merupakan sikap dan penilaian yang diberikan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan pelanggan tidak terlepas dari kualitas layanan, sebab kepuasan nasabah adalah suatu tujuan yang ingin dicapai oleh bank. Kepuasan pelanggan digunakan untuk mengetahui baik atau tidaknya kualitas pelayanan suatu bank. Terlepas dari kualitas layanan bank, layanan tersebut dianggap berkualitas jika nasabah puas dengan layanan yang diberikan. Sebaliknya, jika nasabah tidak puas dengan layanan yang diberikan, layanan tersebut dianggap tidak berkualitas.

Menurut Zuhri & Haryanto (2016) kepuasan nasabah yang diberikan oleh bank akan berdampak besar untuk meningkatkan keuntungan bank. Jika nasabah puas dengan layanan perbankan, maka nasabah akan:

1. Loyal kepada bank, yang berarti bahwa nasabah akan tetap menjadi nasabah bank tersebut dan tidak berpindah ke bank yang lain.
2. Pembelian berulang produk, yang berarti bahwa kepuasan terhadap layanan perbankan akan menyebabkan nasabah mengulangi pembelian terhadap jasa yang ditawarkan.

3. Memberikan pemasaran verbal secara gratis. Hal inilah yang diinginkan bank, karena berbicara dengan nasabah lain tentang kualitas layanan perbankan merupakan bukti kualitas jasa yang diberikan.

Untuk mencapai tujuan yang disebutkan diatas, yaitu peningkatan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan, maka diperlukan upaya sebagai berikut:

1. Memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank, seperti ramah dan sopan serta memberikan pelayanan yang cepat dan efisien.
2. Melakukan pendekatan komunikasi dengan karyawan bank sehingga terjalin keakraban dan kenyamanan dengan bank.
3. Kenyamanan serta keamanan bank sebagai tempat transaksi.
4. Ketersediaan produk perbankan, termasuk produk yang lengkap dan tidak berbelit-belit dalam prosedurnya.
5. Penanganan keluhan, artinya semua keluhan nasabah harus ditangani dengan cepat dan kompeten.
6. Integritas dan kegunaan produk, termasuk integritas peralatan yang disediakan, seperti akses ATM di berbagai lokasi strategis.

### **2.1.2 Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah perbedaan antara apa yang diharapkan pelanggan dengan realita yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat ditentukan dengan membandingkan persepsi pelanggan terhadap layanan yang mereka terima dengan layanan yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan



merupakan hal utama yang wajib diperhatikan, sebab melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan (Hasyim, 2021).

Saat ini, konsumen mengharapkan layanan berkualitas tinggi dari perusahaan atau penyedia layanan jasa. Suatu pelayanan dapat dikatakan berkualitas tinggi atau memuaskan jika pelayanan yang diberikan memenuhi kebutuhan dan harapan. Apabila pelanggan merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan, berarti layanan tersebut dapat dikatakan tidak bermutu (Yulianto, 2018).

Beberapa faktor penentu kualitas layanan menurut Parasuraman et al., (1985) adalah sebagai berikut:

1. *Reliability*

*Reliability* melibatkan konsistensi kinerja perusahaan yang secara khusus meliputi keakuratan dalam penagihan, pencatatan transaksi dengan benar, serta layanan sesuai dengan waktu yang ditentukan.

2. *Responsiveness*

*Responsiveness* meliputi kesediaan karyawan untuk melayani, termasuk ketepatan waktu layanan dan penyediaan layanan yang cepat.

3. *Competence*

Kompetensi adalah keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memberikan layanan, termasuk pengetahuan dan keterampilan karyawan.

4. *Access*

Melibatkan kemudahan untuk layanan yang mudah diakses melalui telepon serta adanya fasilitas layanan yang nyaman.

5. *Courtesy*

Meliputi rasa hormat, kesopanan, dan keramahan karyawan, mencakup penampilan karyawan yang bersih dan rapi.

6. *Communication*

Komunikasi merupakan menjaga agar konsumen tetap mendapat informasi dalam bahasa yang mudah dipahami serta mendengarkan keluhan konsumen seperti menjelaskan berapa biaya layanan dan meyakinkan konsumen bahwa suatu masalah dapat ditangani.

7. *Credibility*

Kredibilitas melibatkan kepercayaan dan kejujuran.

8. *Security*

Merupakan kebebasan dari bahaya maupun resiko.

9. *Understanding knowing the Costumer*

Hal tersebut merupakan upaya untuk memahami kebutuhan pelanggan dengan melibatkan perhatian secara individual kepada pelanggan.

10. *Tangible*

Tangible merupakan bukti fisik layanan yang berupa fasilitas fisik maupun penampilan personel serta perlengkapan yang digunakan untuk menyediakan layanan.

Kualitas pelayanan adalah faktor penting yang menjadi keunggulan kompetitif dalam dunia perbankan. Metode SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman merupakan pengukuran kualitas pelayanan yang umum dan banyak digunakan oleh perbankan konvensional (Priyanto et al., 2021).

SERVQUAL mengacu pada lima dimensi kualitas, yaitu *reliability* (menyampaikan dengan akurat), *responsiveness* (menyediakan layanan yang cepat kepada pelanggan), *assurance* (kemampuan untuk membangkitkan kepercayaan pelanggan), *empathy* (kesediaan memberikan perhatian kepada pelanggan), dan *tangible* (fasilitas suatu perusahaan) (Culiberg, 2010).

### **2.1.3 Dimensi CARTER**

Menurut Radman et al (2012) dimensi SERVQUAL harus dimodifikasi agar sesuai untuk setiap industri dengan menambahkan atau memeriksa dimensi baru. Hal tersebut dikarenakan adanya perbedaan budaya antar negara, wilayah, agama, suku bangsa yang memperkuat pentingnya membangun dimensi tambahan bagi *service quality* dalam industri perbankan syariah.

Model SERVQUAL hanya menggunakan lima dimensi untuk mengukur kualitas pelayanannya, sedangkan pada model CARTER menggunakan enam dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu dengan menambahkan unsur kepatuhan syariah (*sharia compliance*) (Zuhri & Haryanto, 2016). Keenam dimensi tersebut kemudian dijelaskan sebagai berikut:

### 1. *Compliance* (Kepatuhan)

*Compliance* merupakan kemampuan bank dalam menjalankan operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, yaitu dengan tidak adanya transaksi dengan riba atau bunga serta tidak adanya kegiatan yang dilarang dalam Islam (Radman et al., 2012)

Kepatuhan terhadap hukum Islam adalah persyaratan dasar bank untuk diberi label sebagai bank syariah. Banyak peneliti yang menemukan bahwa dimensi *compliance* adalah fitur dasar dalam memilih bank syariah dan variabel SERVQUAL lainnya bersifat sekunder bagi pelanggan yang lebih memilih keuangan Islam daripada keuangan konvensional. Dimensi ini juga menjamin nasabah bahwa uang mereka tidak terlibat dalam aktivitas terlarang seperti riba dan gharar (Baber, 2019).

### 2. *Assurance* (Jaminan)

*Assurance* merupakan kemampuan karyawan untuk mengembangkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan. Karyawan yang memiliki pengetahuan dan kesopanan akan membentuk etika komunikasi yang baik yang dibutuhkan perusahaan, sehingga mencegah mereka memanipulasi produk yang ditawarkan (Ilahi et al., 2022).

### 3. *Reliability* (Kehandalan)

*Reliability* adalah kemampuan saat memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, memberikan kesan bahwa kinerja bank terjamin, dapat diandalkan, dan menawarkan kenyamanan kepada pelanggannya serta memberikan ketepatan tanpa ada kesalahan dalam dalam melayani nasabah. Dimensi ini penting untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, karena dengan ketepatan akurasi dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dan membuat mereka merasa puas (Nengsih et al., 2021).

#### 4. *Tangible* (Bukti Fisik)

*Tangible* adalah bukti fisik berupa keadaan gedung dan interior, penampilan fisik, peralatan maupun personil. Bukti fisik adalah citra fisik bank yang dapat mengungkapkan identitasnya sekaligus menjadi faktor pertama yang menentukan persepsi nasabah terhadap bank tersebut (Priyanto et al., 2021).

#### 5. *Empathy* (Empati)

Empati merupakan sikap kepedulian dan memberikan perhatian bagi nasabah. Bank dituntut untuk memahami kebutuhan spesifik nasabah. Memahami kebutuhan nasabah adalah faktor terpenting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah, oleh karena itu penting untuk seluruh penyedia jasa untuk lebih memperhatikan pendekatan individu dengan nasabah sehingga akan membuat hubungan emosional yang baik dengan nasabah (Sugiarti et al., 2021).

## 6. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Daya tanggap merupakan sikap dari penyedia jasa dalam membantu dan memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah. Penyedia layanan dituntut untuk lebih responsif terhadap kebutuhan, keinginan dan pertanyaan dalam menanggapi keluhan nasabah. Aspek ini sangat penting, karena meningkatkan kesadaran karyawan dalam membantu nasabah akan menciptakan nilai tambah dan membuat pelanggan merasa puas (Nengsih et al., 2021).

## 2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Tabel 2.1  
Penelitian Relevan

No	Penelitian	Metode	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Simatupang & Deti (2021) <i>Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Persaudaraan Harmonis Syariah Bonang Tangerang Banten.</i> Journal of Islamic Economics,	Kuantitatif	Variabel independen (X): <i>compliance, assurance, reliability, tangibility, empathy, responsiveness</i> Variabel dependen (Y): kepuasan anggota	<i>Compliance</i> dan <i>tangible</i> berpengaruh terhadap kepuasan anggota. Sedangkan indikator <i>assurance, reliability, empathy,</i> dan <i>responsiveness</i> tidak berpengaruh terhadap kepuasan anggota Koperasi Persaudaraan Harmonis Syariah.

	Business and Finance Volume 11 Nomor 1			
2.	Fauzi (2019) <i>Mengukur Pengaruh Kualitas Layanan Model CARTER Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah.</i> Journal of Business and Banking Volume 6 Nomor 2.	Kuantitatif	Variabel independen (X): <i>compliance, assurance, reliability, tangibility, empathy, responsiveness</i> Variabel dependen (Y): kepuasan nasabah	Semua dimensi <i>CARTER</i> ( <i>compliance, assurance, reliability, tangibility, empathy, responsiveness</i> ) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah.
3.	Hartini & Meilani (2019) <i>Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Model CARTER Pada BPRS Muamalat Harkat Sukaraja.</i> Jurnal IAIN Bengkulu Volume 6	Kuantitatif	Variabel independen (X): <i>compliance, assurance, reliability, tangibility, empathy, responsiveness</i> Variabel dependen (Y): kepuasan nasabah	Variabel <i>compliance, assurance, reliability, tangibility, empathy, responsiveness</i> secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BPRS Muamalat Harat Sukaraja.
4.	Aldila (2018) <i>Analisis Kualitas</i>	Kuantitatif	Variabel independen (X): <i>compliance,</i>	<i>Compliance, reliability,</i> dan <i>tangible</i> berpengaruh

	<p><i>Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Model CARTER di BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor.</i></p> <p>Jurnal Ekonomi Syariah Volume 4 Nomor 2</p>		<p><i>assurance, reliability, tangibility, empathy, responsiveness</i></p> <p>Variabel dependen (Y): kepuasan nasabah</p>	<p>terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan indikator <i>assurance, empathy, dan responsiveness</i> tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor.</p>
5.	<p>Hammoud &amp; Bittar (2016)</p> <p><i>Measuring The Quality of Islamic Banks' Services and Its Impact on Customers' Satisfaction "A Survey Study on the Islamic Banks' Customers in Lattakia-Syria"</i></p> <p>International Journal of Business, Economics and Management Volume 3 Nomor 2</p>	Kuantitatif	<p>Variabel independen (X): <i>compliance, assurance, reliability, tangibility, empathy, responsiveness</i></p> <p>Variabel dependen (Y): kepuasan nasabah</p>	<p>Semua dimensi <i>CARTER</i> terbukti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank syariah di Lattakia, Syria.</p>
6.	<p>Osman et al., (2009)</p>	Kuantitatif	<p>Variabel independen</p>	<p>Variabel <i>assurance</i></p>



	<i>Customers Satisfaction in Malaysian Islamic Banking</i> International Journal of Economics and Finance Volume 1 Nomor 1		(X): <i>compliance, assurance, reliability, tangibility, empathy, responsiveness</i> Variabel dependen (Y): kepuasan nasabah	<i>empathy, dan compliance</i> berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan variabel <i>tangible, reliability, dan responsiveness,</i> tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Islam Malaysia Berhad.
7.	Amin & Isa (2008) <i>An Examination of the Relationship between Service Quality Perception and Customer Satisfaction</i> International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management	Kuantitatif	Variabel independen (X): <i>CARTER</i> Variabel dependen (Y): kepuasan nasabah	Dimensi <i>CARTER</i> berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank syariah di Malaysia.
8.	Othman & Owen (2001) <i>Adopting and Measuring Customer Service</i>	Kuantitatif	Variabel independen (X): <i>compliance, assurance, reliability,</i>	Dimensi <i>CARTER</i> terbukti berpengaruh terhadap kepuasan

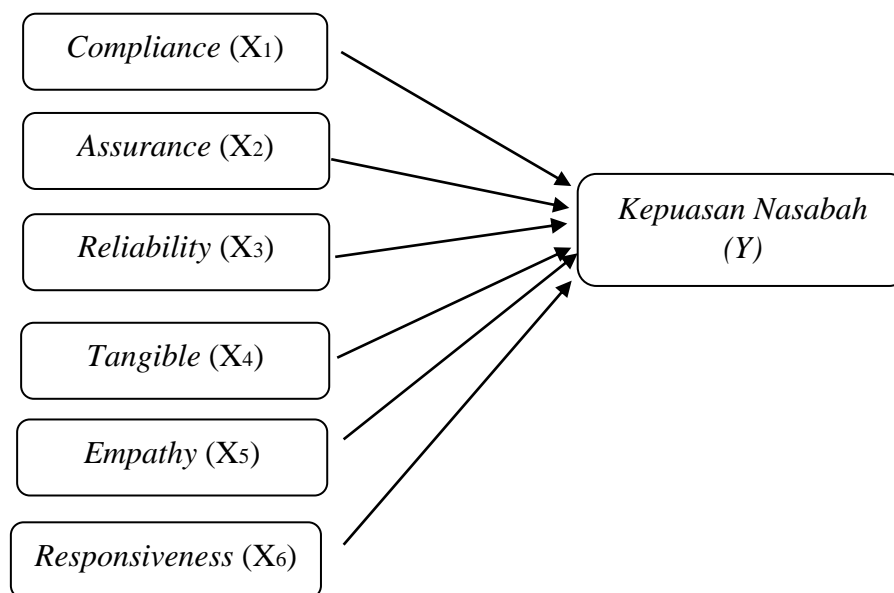
	<i>Quality (SQ) in Islamic Banks: A Case Study in Kuwait House International Journal of Islamic Finance Services</i>		<i>tangibility, empathy, responsiveness</i> Variabel dependen (Y): kepuasan nasabah	nasabah. Kepuasan nasabah bank syariah di Kuwait paling tinggi dipengaruhi oleh dimensi <i>compliance</i> .
--	--	--	---	--

Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu ditinjau dari segi lokasi dan segi populasi. Ditinjau dari segi lokasi dan populasi memiliki karakteristik serta urgensi lokasi dan populasi yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, serta menggunakan teknik pengambilan sampel yang berbeda.

### 2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah model konseptual yang menunjukkan suatu teori berhubungan dengan berbagai elemen diidentifikasi sebagai masalah utama. Kerangka tersebut secara teoritis menjelaskan variabel-variabel yang diteliti. Penelitian ini bertujuan menganalisis tentang pengaruh variabel X yaitu *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, dan Responsiveness* terhadap variabel Y yaitu kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.

Gambar 2.1  
Skema Kerangka Berfikir



## 2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban tentatif untuk perumusan pertanyaan penelitian. Jawaban yang diberikan dikatakan tentatif karena hanya didasarkan pada teori yang relevan dan bukan pada fakta yang didapat setelah pengambilan data. Berdasarkan kerangka berfikir diatas, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh *Compliance* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.

*Compliance* merupakan kemampuan dalam menjalankan hukum Islam serta beroperasi dibawah prinsip perbankan dan ekonomi Islam (Othman & Owen, 2001). Berdasarkan penelitian Cahyani (2016) menghasilkan temuan bahwa *compliance* berpengaruh terhadap

kepuasan nasabah, karena produk bebas bunga sesuai dengan prinsip syariah serta adanya kemudahan saat konsultasi keuangan menjadi aspek utama pembentuk kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi di bank..Maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1 = *Compliance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.

2. Pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.

*Assurance* adalah pengetahuan, kesopanan serta kemampuan karyawan untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan (Radman et al., 2012). Menurut penelitian Khaliq (2019) menghasilkan temuan bahwa *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, pengetahuan dan kesopanan karyawan serta komunikasi verbal dan tertulis kepada nasabah berdampak pada kepuasan nasabah selama bertransaksi di bank. Maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

H2 = *Assurance* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.

3. Pengaruh *Reliability* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.

*Reliability* merupakan kemampuan karyawan untuk melakukan layanan yang menjanjikan serta akurasi (Othman & Owen, 2001). Menurut penelitian Khaliq (2019) menghasilkan temuan bahwa *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut

membuktikan bahwa layanan yang akurat dan menjanjikan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

H3 = *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Kliwon.

4. Pengaruh *Tangible* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.

Menurut Othman & Owen (2001) *tangible* (bukti fisik) fasilitas fisik untuk kebutuhan konsumen, seperti gedung dan interior, kebersihan dan kenyamanan ruangan. Menurut penelitian yang dilakukan Aldila (2018) dihasilkan temuan bahwa *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, yang berarti penampilan tempat, staf, dan media komunikasi bank syariah mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan nasabahnya. Maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

H4 = *Tangible* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.

5. Pengaruh *Empathy* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.

*Empathy* merupakan kepedulian, perhatian karyawan yang diberikan bank syariah kepada nasabahnya (Radman et al., 2012). Berdasarkan penelitian Khaliq (2019) menghasilkan temuan bahwa *emphaty* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sebab perhatian

individual yang diberikan oleh karyawan mampu memberikan rasa kepuasan nasabah. Maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

H5 = *Empathy* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.

6. Pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.

*Responsiveness* adalah kemampuan yang dimiliki karyawan untuk membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat (Radman et al., 2012). Berdasarkan penelitian Khaliq (2019) menghasilkan temuan bahwa *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank syariah, kesediaan karyawan dalam membantu dan melayani nasabah dengan cepat terbukti mempengaruhi kepuasan nasabah selama bertransaksi di bank. Maka hipotesis dari penelitian ini adalah:

H6 = *Responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah metode penelitian berdasarkan filosofi positivisme yang digunakan dalam penelitian populasi ataupun sampel tertentu. Analisis data bertujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif biasanya dilakukan pada populasi atau sampel tertentu yang representatif. Proses penelitian bersifat deduktif, yaitu menggunakan teori sebagai jawaban atas rumusan masalah sehingga dapat dirumuskan hipotesis (Sugiyono, 2015).

#### **3.2 Waktu dan Tempat Penelitian**

Waktu yang diperlukan untuk menyusun proposal penelitian sampai dengan tersusunnya laporan penelitian ini yaitu mulai Januari 2022 sampai dengan selesai. Sedangkan tempat penelitian ini di Bank Syariah Indonesia KCP Solo Pasar Kliwon, Jalan Kapten Mulyadi No. 229 B-C, Kec. Pasar Kliwon, Kota Surakarta.

#### **3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2013) populasi merupakan obyek atau subyek dengan ciri tertentu yang telah diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari dan disimpulkan. Sehingga populasi penelitian ini merupakan nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon.

### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah populasi. Apabila populasinya besar, peneliti akan menggunakan sampel dari populasi tersebut. Kesimpulan yang diperoleh dari sampel tersebut, dapat diterapkan pada populasi. Oleh karena itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili (Sugiyono, 2013).

Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti, maka dalam penentuan sampel menggunakan rumus *Cochran* (Sugiyono, 2013). Teknik pengambilan sampel dengan Rumus *Cochran* sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang diperlukan

z = tingkat standar nominal (1.96)

p = peluang benar 50%

q = peluang salah 50%

e = tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi (10%)

Perhitungan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$



Berdasarkan perhitungan dari rumus *Cochran* diatas, dapat disimpulkan bahwa jumlah minimal sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah minimal 96 responden.

### **3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *convenience sampling*. *Convenience sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan waktu dan tempat yang ditemui peneliti secara kebetulan, dipandang cocok, serta sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2015).

### **3.4 Data dan Sumber Data**

Menurut M. Hamzah et al., (2016) data merupakan informasi yang memberikan gambaran tentang keadaan atau permasalahan yang akan diteliti. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah informasi yang didapatkan langsung dari obyek penelitian, misalnya data yang didapatkan dari survei atau dengan menggunakan kuesioner. Data primer pada penelitian ini adalah hasil kuesioner yang telah dibagikan dan diisi oleh nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang mencakup serangkaian pertanyaan tertulis untuk mendapatkan jawaban dari responden. Berdasarkan pertanyaannya, kuesioner dibagi menjadi dua jenis, yaitu kuesioner dengan

pertanyaan terbuka, kuesioner dengan pertanyaan tertutup atau kombinasi keduanya (Syahrudin & Salim, 2014).

Kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup adalah kuesioner dengan beberapa pertanyaan yang dibuat peneliti dan telah disediakan pilihan jawaban, sehingga responden hanya memilih salah satu dari jawaban yang telah disediakan (Priadana & Sunarsi, 2021).

Skala pengukuran ialah acuan dalam menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur. Pada penelitian ini peneliti menggunakan skala likert. Skala Likert dapat menilai pendapat ataupun persepsi seseorang mengenai fenomena sosial. Selanjutnya, untuk variabel yang akan diukur diubah menjadi indikator variabel. Indikator variabel digunakan sebagai titik awal untuk membuat elemen dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan. (Sugiyono, 2015).

Tabel 3.1  
Skala Likert

Keterangan	Nilai
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

### 3.6 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) variabel penelitian ialah nilai suatu obyek yang menunjukkan variasi tertentu yang ingin dipelajari oleh peneliti dan ditarik kesimpulannya. Terdapat variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau

penyebab perubahan variabel dependen. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah:

1. *Compliance* (X1)
2. *Assurance* (X2)
3. *Reliability* (X3)
4. *Tangible* (X4)
5. *Empathy* (X5)
6. *Responsiveness* (X6)

Kemudian untuk variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel dependen (Y) pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon.

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Menurut Nurdin & Hartati (2019) definisi operasional variabel merupakan variabel operasional berdasarkan sifat yang diamati dan memungkinkan peneliti untuk secara cermat mengamati suatu obyek atau fenomena. Mendefinisikan variabel secara operasional adalah tentang mendeskripsikan variabel penelitian agar variabel tersebut bersifat spesifik.

Definisi operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2  
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator

1.	Kepuasan Nasabah	Keadaan emosional yang dirasakan nasabah ketika mempertimbangkan layanan dan hasil yang diterima dan membandingkannya dengan harapan nasabah (Nengsih et al., 2021).	a. Kenyamanan dan kemudahan b. Kemudahan c. Sikap (Zuhri & Haryanto, 2016)
2.	<i>Compliance</i>	Kemampuan untuk mematuhi hukum Islam dan bertindak sesuai dengan perbankan Islam dan prinsip ekonomi Islam (Othman & Owen, 2001).	a. Sesuai prinsip Islam b. Produk dan layanan Islami (Othman & Owen, 2001)
3.	<i>Assurance</i>	Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan (Wijiharta, 2010).	a. Ramah b. Rasa aman c. Kepercayaan (Ilahi et al., 2022)
4.	<i>Reliability</i>	Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (konsisten) (Zuhri & Haryanto, 2016).	a. Pelayanan tepat waktu b. Kemudahan sistem dan prosedur (Ilahi et al., 2022)
5.	<i>Tangible</i>	Meliputi tampilan interior bank, peralatan, pegawai dan fasilitas fisik (Khaliq, 2019).	a. Kantor b. Fasilitas fisik c. Kenyamanan d. Kerapian (Zuhri & Haryanto, 2016)
6.	<i>Empathy</i>	Meliputi kesediaan untuk peduli, memberikan perhatian pribadi kepada nasabah (Wijiharta, 2010).	a. Perhatian b. Kepedulian (Ramadani et al., 2019)
7.	<i>Responsiveness</i>	Kemampuan menyelesaikan keluhan	a. Kecepatan layanan b. Ketepatan layanan

		nasabah dengan tepat, memberikan informasi dengan jelas sesuai dengan kebutuhan nasabah (Zuhri & Haryanto, 2016).	c. Penanganan complain (Darmawan & Hartono, 2018) &
--	--	---	---

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Instrumental

##### 1. Uji Validitas

Validitas berfungsi untuk mengetahui seberapa jauh ketepatan serta seberapa akurat alat ukur melakukan tugas pengukurannya, sehingga data yang didapatkan bisa relevan dengan tujuan adanya pengukuran tersebut. Hasil validitas terlihat dalam kolom *Corrected item total correlation*. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, variabel dinyatakan valid. Sedangkan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka variabel dinyatakan tidak valid (Hamzah & Purwati, 2019).

##### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan seberapa jauh pengukuran akan selalu konsisten setelah dilakukan berulang dengan subjek yang sama. Sebuah penelitian dikatakan dapat diandalkan jika menghasilkan hasil yang konsisten dalam pengukuran yang sama. Apabila memberikan hasil yang berbeda, maka tidak dapat diandalkan.

Uji reliabilitas didasarkan pada rumus *Alpha Cronbach*. Apabila nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,7 berarti cukup dapat diandalkan. Apabila nilai *Cronbach Alpha* 0,5 – 0,7 menunjukkan kepercayaan sedang. Nilai *Cronbach Alpha*  $<$  0,5 tidak dapat diandalkan, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel (Wahyuning, 2021).

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah nilai residu model regresi terdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Pada pengujian melalui uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan ketentuan jika signifikansi  $> 0,05$  artinya data didistribusikan secara normal. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data tersebut tidak terdistribusi secara normal (Hasan, 2006).

#### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi untuk mengetahui apakah terdapat korelasi tinggi atau sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas untuk model regresi dapat ditentukan berdasarkan nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance*  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Tetapi jika nilai *Tolerance*  $< 0,1$  dan nilai VIF  $> 10$  maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi (Widana & Muliani, 2020).

#### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji apakah terdapat ketidaksetaraan pada varian residual dari pengamatan dalam model regresi. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, dikatakan homoskedastisitas sebaliknya jika berbeda (tidak tetap) disebut heteroskedastisitas (Widana & Muliani, 2020).

Salah satu cara untuk mengetahui apakah terdapat heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan uji *glejser*. Kriteria pengujian untuk pengujian *glejser* adalah dengan ketentuan apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 artinya tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, tetapi jika sebaliknya maka artinya terdapat gejala heteroskedastisitas.

### **3.8.3 Uji Ketetapan Model**

#### **1. Uji Ketetapan Model (Uji Statistik F)**

Uji f menunjukkan apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi kriteria  $\alpha = 0,05$ . Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan. Sebaliknya jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen pada waktu yang bersamaan (Hamzah & Purwati, 2019).

#### **2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji  $R^2$  digunakan dalam mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dengan nilai  $R^2$  bervariasi antara 0 sampai 1. Jika mendekati 1, semakin kuat variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen (Nengsih et al., 2021).

### **3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda**

Menurut Janie Arum (2012) regresi linear berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Regresi berfungsi untuk mengetahui apakah antar variabel dependen (Y) dan variabel independen (X) terdapat hubungan. Persamaannya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan anggota

$\alpha$  = Nilai konstanta

$\beta_1 - \beta_6$  = Koefisien regresi

X1 = *Compliance*

X2 = *Assurance*

X3 = *Reliability*

X4 = *Tangible*

X5 = *Empathy*

X6 = *Responsiveness*

### 3.8.5 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t berfungsi untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05. Apabila nilai signifikansi < 0,05 artinya hipotesis diterima, artinya variabel independen secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai signifikan > 0,05 artinya hipotesis ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.





## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil

##### 4.1.1. Karakteristik Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan obyek pada BSI KCP Solo Pasar Kliwon yang beralamat di Jalan Kapten Mulyadi No. 229 B-C, Kec. Pasar Kliwon, Kota Surakarta. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan 120 kuesioner secara langsung kepada nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon pada bulan April 2023. Bulan Maret 2023 terjadi penggabungan internal perusahaan dari BSI KCP Solo Veteran, BSI KCP Solo Pasar Klewer dan BSI KCP Solo Pasar Kliwon yang menjadi satu kesatuan menjadi BSI KCP Solo Pasar Kliwon.

##### 4.1.2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Data diperoleh dari hasil kuesioner yang diberikan kepada responden. Karakteristik responden dijelaskan secara rinci dalam tabel berikut:

Tabel 4.1  
Data Responden

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin			Data Responden Berdasarkan Jenis Nasabah		
Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase	Jenis Nasabah	Jumlah Responden	Presentase

Laki-laki	57	47,5%	Tabungan	112	93,33%
Perempuan	63	52,5%	Pembiayaan	8	6,67%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>
<b>Data Responden Berdasarkan Usia</b>			<b>Data Responden Berdasarkan Lama menjadi Nasabah</b>		
Usia	Jumlah Responden	Presentase	Lama menjadi Nasabah	Jumlah Responden	Presentase
17-25 tahun	26	21,67%	> 6 bulan	17	14,17%
26-35 tahun	28	23,33%	1-2 tahun	41	34,16%
36-45 tahun	39	32,5%	3-4 tahun	26	21,67%
> 45 tahun	27	22,5%	> 4 tahun	36	30%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>
<b>Data Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan</b>			<b>Data Responden Berdasarkan Pendapatan perbulan</b>		
Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase	Pendapatan perbulan	Jumlah Responden	Presentase
Pegawai Negeri	7	5,83%	Kurang Rp 1.000.000	12	10%
Pegawai Swasta	43	35,84%	Rp 1.000.000-Rp 3.000.000	65	54,17%
Wiraswasta	37	30,83%	Rp 3.000.000-Rp 5.000.000	30	25%
Lainnya	33	27,5%	Diatas Rp 5.000.000	13	10,83%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>
<b>Data Responden Berdasarkan Intensitas Transaksi</b>			<b>Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir</b>		
Intensitas Transaksi	Jumlah Responden	Presentase	Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Presentase
3-10 kali	78	65%	SD	1	0,83%
> 10 kali	42	35%	SMP	3	2,5%
			SMA	52	43,33%

			DIPLOMA	3	2,5%
			S1	56	46,67%
			S2 dan S3	5	4,17%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>	<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah responden terbanyak merupakan responden perempuan yaitu sebesar 52,5%. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon yang ditemui peneliti dalam proses pengumpulan data adalah perempuan. Berdasarkan tabel diatas bahwa 93,33% responden adalah nasabah tabungan. Hal tersebut disebabkan karena banyaknya nasabah yang berminat menggunakan produk tabungan.

Berdasarkan tabel 4.1, 32,5% nasabah berusia 36-45 tahun. Hal tersebut dikarenakan saat usia 36-45 tahun pada umumnya merupakan orang yang sudah bekerja dan mapan sehingga lebih banyak melakukan transaksi ataupun menabung dibank untuk kebutuhan keluarga dimasa mendatang. Berdasarkan tabel diatas, 34,16% responden sudah menjadi nasabah selama 1-2 tahun. Hal ini disebabkan karena sebagian besar nasabah yang peneliti temui adalah nasabah yang baru bergabung.

Berdasarkan pada tabel 4.1 mayoritas responden bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 35,84%. Hal ini disebabkan karena pegawai swasta memerlukan wadah untuk menyetor sebagian pendapatan mereka, berbeda dengan pegawai negeri yang sudah jelas memiliki tabungan tertentu. Berdasarkan tabel diatas, sebagian besar responden adalah responden dengan pendapatan perbulan Rp 1.000.000-Rp 3.000.000 yaitu sebanyak 54,17%. Hal tersebut

dikarenakan pada pendapatan tersebut memerlukan beberapa jenis tabungan untuk mengelola pendapatan mereka agar terkelola dengan baik.

Berdasarkan pada tabel 4.1 mayoritas responden adalah responden yang melakukan 3-10 kali transaksi dibank, yaitu sebanyak 35,84%. Hal ini disebabkan karena sesuai dengan kebutuhan mereka untuk bertransaksi langsung dibank serta sesuai dengan pendapatan mereka yang rata-rata. Berdasarkan tabel diatas, sebagian besar responden adalah responden dengan pendidikan S1 yaitu sebanyak 46,67%. Hal tersebut disebabkan karena latar belakang pendidikan mendorong mereka untuk memikirkan kebutuhan dan masa depan.

#### 4.1.3. Pengujian Instrumental Penelitian

##### 1. Uji Validitas

Validitas berfungsi untuk mengetahui seberapa jauh ketepatan serta seberapa akurat alat ukur melakukan tugas pengukurannya, sehingga data yang didapatkan bisa relevan dengan tujuan adanya pengukuran tersebut. Hasil validitas dapat dilihat pada kolom *Corrected item total correlation*. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, variabel dinyatakan valid. Sedangkan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka variabel dinyatakan tidak valid (Hamzah & Purwati, 2019).

Tabel 4.2  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Compliance</i> ( $X_1$ )	C1	0,740	0,1793	Valid
	C2	0,801	0,1793	Valid
	C3	0,820	0,1793	Valid
	C4	0,772	0,1793	Valid
<i>Assurance</i> ( $X_2$ )	A1	0,871	0,1793	Valid

	A2	0,896	0,1793	Valid
	A3	0,885	0,1793	Valid
	A4	0,814	0,1793	Valid
<i>Reliability (X<sub>3</sub>)</i>	R1	0,853	0,1793	Valid
	R2	0,838	0,1793	Valid
	R3	0,791	0,1793	Valid
	R4	0,750	0,1793	Valid
<i>Tangible (X<sub>4</sub>)</i>	T1	0,702	0,1793	Valid
	T2	0,795	0,1793	Valid
	T3	0,862	0,1793	Valid
	T4	0,813	0,1793	Valid
<i>Empathy (X<sub>5</sub>)</i>	E1	0,911	0,1793	Valid
	E2	0,914	0,1793	Valid
	E3	0,924	0,1793	Valid
	E4	0,905	0,1793	Valid
<i>Responsiveness (X<sub>6</sub>)</i>	RE1	0,850	0,1793	Valid
	RE2	0,833	0,1793	Valid
	RE3	0,813	0,1793	Valid
	RE4	0,885	0,1793	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	KN1	0,885	0,1793	Valid
	KN2	0,815	0,1793	Valid
	KN3	0,857	0,1793	Valid
	KN4	0,816	0,1793	Valid

Keterangan: output bisa dilihat pada lampiran 3

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan hasil uji validitas diatas, seluruh instrumen pernyataan variabel *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, *responsiveness* dan kepuasan nasabah memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sehingga dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Wahyuning (2021) reliabilitas menunjukkan seberapa jauh pengukuran dari suatu tes akan tetap konsisten setelah dilakukan berulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,7 berarti cukup dapat diandalkan. Apabila nilai *Cronbach Alpha* 0,5 – 0,7 menunjukkan kepercayaan sedang. Nilai *Cronbach Alpha* < 0,5 tidak dapat diandalkan, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel

Tabel 4.3  
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Compliance (X <sub>1</sub> )	0,779	Reliabel
2.	Assurance (X <sub>2</sub> )	0,889	Reliabel
3.	Reliability (X <sub>3</sub> )	0,798	Reliabel
4.	Tangible (X <sub>4</sub> )	0,800	Reliabel
5.	Empathy (X <sub>5</sub> )	0,933	Reliabel
6.	Responsiveness (X <sub>6</sub> )	0,847	Reliabel
7.	Kepuasan Nasabah (Y)	0,858	Reliabel

Keterangan: output bisa dilihat pada lampiran 3

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, diketahui bahwa *Cronbach Alpha* dari semua variabel yaitu *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, *responsiveness* dan kepuasan nasabah lebih besar dari 0,7 artinya dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini reliabel.

#### 4.1.4. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Menurut (Hasan, 2006) uji normalitas digunakan untuk menguji nilai residual dalam model regresi apakah berdistribusi normal atau tidak. Uji

normalitas dilakukan melalui uji *Kolmogorov-Smirnov*. Pengujian melalui uji *Kolmogorov-Smirnov*, digunakan ketentuan apabila signifikansi  $> 0,05$  artinya data terdistribusi secara normal. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  artinya data tersebut tidak terdistribusi secara normal.

Tabel 4.4  
Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

	Unstandardized Residual	Kesimpulan
Test Statistic	.106	Variabel terdistribusi normal
Asymp. Sig. (2-tailed)	.002	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) Sig.	.128	

Keterangan: output bisa dilihat pada lampiran 4

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dapat diketahui nilai *Sig* sebesar  $0,128 > 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Uji multikolinearitas pada model regresi dapat ditentukan berdasarkan nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance*  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Tetapi jika nilai *Tolerance*  $< 0,1$  dan nilai VIF  $> 10$  maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi

Tabel 4.5  
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	



Compliance	.493	2.028	Tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi
Assurance	.288	3.477	
Reliability	.224	4.465	
Tangible	.370	2.705	
Empathy	.268	3.732	
Responsiveness	.273	3.660	

Keterangan: output bisa dilihat pada lampiran 4  
Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa hasil keenam variabel tersebut memiliki nilai tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Salah satu cara untuk mengetahui terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan uji *glejser*. Kriteria pengujian menggunakan uji *glejser* adalah apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, tetapi jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 artinya terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.6  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.	Kesimpulan
(Constant)	.311	Tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi
Compliance	.657	
Assurance	.656	
Reliability	.389	
Tangible	.471	
Empathy	.063	
Responsiveness	.293	

Keterangan: output bisa dilihat pada lampiran 4  
Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diatas, nilai signifikansi variabel *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*

lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4.1.5. Uji Ketetapan Model

##### 1. Uji F (Uji Simultan)

Uji f menunjukkan apakah variabel independen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi kriteria  $\alpha = 0,05$ . Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan. Sebaliknya jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen pada waktu yang bersamaan.

Tabel 4.7  
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	550.453	6	91.742	32.450	.000
Residual	319.472	113	2.827		
Total	869.925	119			

Keterangan: output bisa dilihat pada lampiran 5

Sumber: data primer (diolah), 2023

$N$  = jumlah sampel,  $k$  = jumlah variabel dependen dan independen,  $df1 = k-1 = 7-1=6$ , sedangkan  $df2 = n - k = 120-7 = 113$ . Maka diperoleh  $f$  tabel sebesar 2,18. Berdasarkan data pada tabel diatas, diketahui  $F$  hitung sebesar 32,450 sedangkan  $F$  tabel 2,18. Hal tersebut menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya variabel *Compliance* ( $X_1$ ), *Assurance* ( $X_2$ ), *Reliability* ( $X_3$ ), *Tangible* ( $X_4$ ), *Empathy* ( $X_5$ ), dan *Responsiveness* ( $X_6$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ).

##### 2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji  $R^2$  digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen dengan nilai  $R^2$  bervariasi antara 0 sampai 1. Semakin mendekati 1, semakin kuat variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.8  
Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795	.633	.613	1.681

Keterangan: output bisa dilihat pada lampiran 5

Sumber: data primer (diolah), 2023

Hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,613 yang berarti pengaruh variabel *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness* adalah sebesar 61,3%, sedangkan 38,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

#### 4.1.6. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap satu variabel dependen. Regresi berfungsi untuk menyatakan apakah antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) terdapat hubungan.

Tabel 4.9  
Hasil Uji Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	1.929	1.450
Compliance	-.026	.096

Assurance	-.195	.135
Reliability	.329	.134
Tangible	.190	.120
Empathy	-.045	.124
Responsiveness	.622	.115

Keterangan: output bisa dilihat pada lampiran 6

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan hasil regresi diatas, diperoleh persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e$$

$$Y = 1,929 - 0,026X_1 - 0,195X_2 + 0,329X_3 + 0,190X_4 - 0,045X_5 + 0,622X_6 + e$$

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, terdapat persamaan dimana koefisien regresi variabel  $\beta_3$ ,  $\beta_4$ ,  $\beta_6$  bertanda positif yang menunjukkan bahwa variabel *reliability*, *tangible*, dan *responsiveness* mengakibatkan kepuasan nasabah. Kemudian, dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a. Jika variabel *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness* dianggap konstan (0), maka variabel kepuasan nasabah tetap sebesar 1,929 karena nilai konstanta menunjukkan nilai 1,929.
- b. Koefisien regresi *compliance* ( $X_1$ ) sebesar 0,026 yang berarti jika *compliance* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah menurun sebesar 0,026.
- c. Koefisien regresi *assurance* ( $X_2$ ) sebesar 0,195 yang berarti jika *assurance* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah menurun sebesar 0,195.

- d. Koefisien regresi *reliability* ( $X_3$ ) sebesar 0,329 yang berarti jika *reliability* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,329.
- e. Koefisien regresi *tangible* ( $X_4$ ) sebesar 0,190 yang berarti jika *tangible* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah menurun sebesar 0,190.
- f. Koefisien regresi *empathy* ( $X_5$ ) sebesar 0,045 yang berarti jika *empathy* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah menurun sebesar 0,045.
- g. Koefisien regresi *responsiveness* ( $X_6$ ) sebesar 0,622 yang berarti jika *responsiveness* mengalami kenaikan 1 satuan akan menyebabkan kepuasan nasabah meningkat sebesar 0,622.

#### 4.1.7. Uji t (Uji Hipotesis)

Uji t berfungsi untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel X terhadap variabel Y dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka hipotesis diterima, artinya variabel independen secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Keputusan dibuat berdasarkan membandingkan nilai t hitung dengan tingkat signifikansi tertentu. Tingkat kepercayaan adalah 95% ( $\alpha = 0,05$ ), N = jumlah sampel, k = jumlah variabel.  $Df = n - k = (120 - 7) = 113$ , maka didapatkan nilai t tabel 1,981.

Tabel 4.10  
Hasil Uji t

Model	t	Sig.	Kesimpulan
(Constant)	1.330	.186	
Compliance	-.270	.788	Tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
Assurance	-1.444	.151	Tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
Reliability	2.459	.015	Berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
Tangible	1.580	.117	Tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
Empathy	-.364	.717	Tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
Responsiveness	5.382	.000	Berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

Keterangan: output bisa dilihat pada lampiran 7

Sumber: data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa:

#### 1. Variabel *Compliance*

Berdasarkan hasil uji t dihasilkan nilai signifikansi variabel *compliance* sebesar 0,788. Hal tersebut menunjukkan jika nilai signifikansi  $0,788 > \alpha (0,05)$ . Sementara nilai t hitung sebesar -0,270 dengan t tabel = 1,981 maka nilai t hitung  $< t$  tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *compliance* ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

#### 2. Variabel *Assurance*

Berdasarkan hasil uji t dihasilkan nilai signifikansi variabel *assurance* sebesar 0,151. Hal tersebut menunjukkan jika nilai signifikansi  $0,151 > \alpha (0,05)$ . Sementara nilai t hitung sebesar -1,444 dengan t tabel = 1,981 maka nilai t hitung  $< t$  tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *assurance* ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

### 3. Variabel *Reliability*

Berdasarkan hasil uji t dihasilkan nilai signifikansi variabel *reliability* sebesar 0,015. Hal tersebut menunjukkan jika nilai signifikansi  $0,015 < \alpha$  (0,05). Sementara nilai t hitung sebesar 2,459 dengan t tabel = 1,981 maka nilai t hitung  $>$  t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *reliability* ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

### 4. Variabel *Tangible*

Berdasarkan hasil uji t dihasilkan nilai signifikansi variabel *tangible* sebesar 0,117. Hal tersebut menunjukkan jika nilai signifikansi  $0,117 > \alpha$  (0,05). Sementara nilai t hitung sebesar 1,580 dengan t tabel = 1,981 maka nilai t hitung  $<$  t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *tangible* ( $X_4$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

### 5. Variabel *Empathy*

Berdasarkan hasil uji t dihasilkan nilai signifikansi variabel *empathy* sebesar 0,717. Hal tersebut menunjukkan jika nilai signifikansi  $0,717 > \alpha$  (0,05). Sementara nilai t hitung sebesar -0,354 dengan t tabel = 1,981 maka nilai t hitung  $<$  t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *empathy* ( $X_5$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

### 6. Variabel *Responsiveness*

Berdasarkan hasil uji t dihasilkan nilai signifikansi variabel *responsiveness* sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan jika nilai signifikansi  $0,000 < \alpha$  (0,05). Sementara nilai t hitung sebesar 5,382 dengan t tabel = 1,981 maka nilai t hitung  $>$  t tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel

*responsiveness* ( $X_6$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah.

## 4.2 Pembahasan

### 4.2.1. Pengaruh *Compliance* Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan nilai signifikansi *compliance* sebesar 0,788. Hal ini berarti nilai signifikansi *compliance* lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *compliance* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini ditolak.

Menurut (Norvadewi & Zaroni, 2019) *compliance* merupakan kepatuhan dalam menegakkan prinsip hukum Islam bagi bank syariah di samping prinsip ekonomi yang berlaku. Dimensi *compliance* penting untuk meningkatkan kepuasan nasabah karena dapat menjamin produk serta layanan yang sesuai dengan hukum Islam seperti tidak adanya riba, gharar, serta bebas bunga dalam mendapatkan pinjaman.

Semakin tinggi *compliance* seharusnya semakin tinggi kepuasan nasabah. Akan tetapi pada penelitian ini *compliance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut disebabkan karena nasabah merasa bahwa BSI KCP Solo Pasar Kliwon kurang optimal dalam memberikan kualitas layanan dalam hal kepatuhan terhadap prinsip syariah. Hal tersebut terlihat dari hasil kuesioner yang menunjukkan banyak responden menjawab netral dalam pernyataan variabel *compliance*. Jawaban netral terbanyak adalah pada pernyataan “BSI KCP Solo Pasar Kliwon tidak memberlakukan sistem bunga.”



Hasil pada penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Juniawan (2018) yang menyebutkan jika variabel *compliance* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena Bank Mega Syariah tidak memberikan layanan yang maksimal dan tidak secara penuh dalam melaksanakan prinsip syariah yang seharusnya dilaksanakan.

#### **4.2.2. Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai signifikansi *assurance* sebesar 0,151. Hal ini berarti bahwa nilai signifikansi *assurance* lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan variabel *assurance* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini ditolak.

Menurut (Radman et al., 2012) *assurance* adalah pengetahuan serta kemampuan karyawan dalam memberikan keyakinan kepada nasabah. Kemampuan dan pengetahuan serta sifat yang dapat dipercaya dalam menangani keluhan pelanggan dan meyakinkan nasabah tentang produk-produknya adalah hal penting dalam kegiatan pelayanan, karena nasabah akan merasa puas jika hal tersebut telah diterapkan.

Semakin tinggi *assurance* seharusnya semakin tinggi kepuasan nasabah. Akan tetapi pada penelitian ini *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil nilai signifikansi diatas menunjukkan bahwa dimensi *assurance* belum sepenuhnya memenuhi harapan nasabah. Artinya nasabah merasa bahwa karyawan belum sepenuhnya dalam memberikan arahan sesuai kebutuhan nasabah dan memberikan kemudahan nasabah dalam mengakses

rekeningnya serta masih adanya beberapa nasabah yang meragukan BSI KCP Solo Pasar Kliwon dalam menjamin keamanan dana tabungan serta kerahasiaan data nasabahnya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Aldila (2018) yang menyatakan bahwa variabel *assurance* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Amanah Ummah, karena nasabah merasa karyawan masih belum sepenuhnya ramah dan menjawab pertanyaan-pertanyaan nasabah serta menjamin keamanan data nasabah.

#### **4.2.3. Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui bahwa nilai signifikansi *reliability* sebesar 0,015. Hal ini menunjukkan nilai signifikansi *reliability* lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

Menurut Norvadewi & Zaroni (2019) *reliability* berarti kehandalan serta kemampuan perusahaan untuk menyediakan layanan yang dijanjikan secara konsisten dan akurat, memberikan kesan bahwa operasi bank terjamin dan memberikan kemudahan kepada nasabahnya. Kehandalan pada dasarnya adalah inti dari kualitas layanan, karena nasabah menghargai pengalaman mereka menggunakan layanan perbankan syariah.

*Reliability* menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon, karena perusahaan yang dapat diandalkan dan mengutamakan standar pelayanan yang baik kepada nasabahnya seperti

karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon yang selalu memiliki solusi setiap keluhan nasabah dan karyawan yang mampu meminimalkan kesalahan pencatatan transaksi memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan yang dapat diandalkan secara fundamental mempengaruhi minat pelanggan untuk terus menggunakan layanan yang disediakan oleh perusahaan. Oleh karena itu, pelanggan dapat merasa puas dengan perusahaan yang dapat diandalkan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Khaliq (2019) yang menyatakan bahwa variabel *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena pelayanan yang akurat dan sesuai janji terbukti dapat menumbuhkan rasa kepuasan nasabah, dalam hal ini nasabah Bank Syariah Mandiri Banjarmasin.

#### **4.2.4. Pengaruh *Tangible* Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui nilai signifikansi *tangible* sebesar 0,117. Hal ini berarti bahwa nilai signifikansi *tangible* lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis keempat dalam penelitian ini ditolak.

Menurut Zuhri & Haryanto (2016) *tangible* merupakan bukti fisik yang dimiliki bank syariah untuk mencapai kepuasan nasabah adalah nyata. *Tangible* merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi kepuasan nasabah, artinya pelayanan dapat dikatakan berkualitas apabila dilihat dari fasilitas fisik yang memadai. Fasilitas yang memadai akan menciptakan

ketenangan dan kenyamanan nasabah, misalnya dengan kondisi gedung dan interior yang bersih dan menarik, serta tempat parkir yang aman dan memadai.

Semakin tinggi *tangible* seharusnya semakin tinggi kepuasan nasabah. Akan tetapi pada penelitian ini *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon. Hal ini dikarenakan berdasarkan hasil kuesioner, faktor yang mempengaruhi variabel *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu fasilitas yang dirasa belum memadai seperti mesin ATM, tempat parkir dan kursi tunggu. Kursi tunggu yang dirasa jumlahnya kurang saat banyak nasabah yang melakukan transaksi akan membuat beberapa nasabah harus antri dengan berdiri.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Hasan (2006) yang menghasilkan temuan bahwa variabel *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena nasabah Bank Muamalat Indonesia yang umumnya mempunyai religiusitas cukup tinggi, membuat kepuasannya tidak dipengaruhi oleh kemewahan gedung maupun interior, penampilan karyawan, dan fasilitas transaksi.

#### **4.2.5. Pengaruh *Empathy* Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui nilai signifikansi *empathy* sebesar 0,717. Hal ini berarti bahwa nilai signifikansi *empathy* lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa *empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis kelima dalam penelitian ini ditolak.

Menurut Hartini & Meilani (2019) *emphaty* merupakan sikap yang diberikan oleh penyedia jasa dalam bentuk perhatian yang bersifat individual dan

ditunjukkan kepada nasabah dengan memahami keluhan nasabah. Bank syariah harus memberikan perhatian khusus dan sikap komunikasi serta memahami kebutuhan nasabah dalam operasional bisnisnya agar nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank syariah.

Semakin tinggi *emphaty* seharusnya semakin tinggi kepuasan nasabah. Namun dalam penelitian ini *emphaty* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, karena berdasarkan hasil kuesioner yang diisi responden, faktor-faktor yang mempengaruhi variabel *emphaty* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu karyawan kurang dalam memberikan kenyamanan pada setiap nasabah dan karyawan dirasa kurang dalam memberikan pelayanan yang sama kepada setiap nasabah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Aldila (2018) yang menghasilkan temuan bahwa variabel *emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena karyawan bank belum sepenuhnya menanggapi masalah nasabah secara individual.

#### **4.2.6. Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui nilai signifikansi *responsiveness* sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa nilai signifikansi *responsiveness* lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis keenam dalam penelitian ini diterima.

Menurut Simatupang & Deti (2021) *responsiveness* atau daya tanggap merupakan kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan jasa secara cepat

dan tanggap. *Responsiveness* adalah bagian dari profesionalisme, oleh karena itu bank yang profesional berkomitmen untuk memberikan layanan yang berkualitas kepada nasabahnya, dan selalu memberikan respon secara cepat dan akurat untuk mencapai kepuasan nasabah.

*Responsiveness* menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon, karena kemampuan karyawan dalam memahami komplain nasabah dan selalu tanggap dalam melayani nasabah serta memberikan kemudahan dengan tidak memberikan prosedur yang berbelit-belit kepada nasabah, berperan penting dalam memberikan layanan berkualitas dan memenuhi kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Khaliq (2019) yang menghasilkan temuan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, karena kemampuan karyawan Bank Syariah Mandiri Banjarmasin dalam menangani keluhan serta melayani dengan cepat kepada nasabah terbukti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji serta analisis data dari penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon dengan dimensi CARTER, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *compliance* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Hal tersebut disebabkan karena nasabah merasa bahwa BSI KCP Solo Pasar Kliwon kurang optimal dalam memberikan kualitas layanan dalam hal kepatuhan terhadap prinsip syariah.
2. Variabel *assurance* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Hasil nilai signifikansi diatas menunjukkan bahwa dimensi *assurance* belum sepenuhnya memenuhi harapan nasabah. Artinya nasabah merasa bahwa karyawan belum sepenuhnya dalam memberikan arahan sesuai kebutuhan nasabah dan memberikan kemudahan nasabah dalam mengakses rekeningnya serta masih adanya beberapa nasabah yang meragukan BSI KCP Solo Pasar Kliwon dalam menjamin keamanan dana tabungan serta kerahasiaan data nasabahnya.
3. Variabel *reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. *Reliability* menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon, karena perusahaan yang dapat diandalkan dan mengutamakan standar

pelayanan yang baik kepada nasabahnya seperti karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon yang selalu memiliki solusi setiap keluhan nasabah dan karyawan yang mampu meminimalkan kesalahan pencatatan transaksi memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

4. Variabel *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan berdasarkan hasil kuesioner, faktor yang mempengaruhi variabel *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu fasilitas yang dirasa belum memadai seperti mesin ATM, tempat parkir dan kursi tunggu. Kursi tunggu yang dirasa jumlahnya kurang saat banyak nasabah yang melakukan transaksi akan membuat beberapa nasabah harus antri dengan berdiri.
5. Variabel *empathy* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan dari hasil kuesioner yang telah diisi responden, faktor yang mempengaruhi variabel *emphaty* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu karyawan kurang dalam memberikan kenyamanan pada setiap nasabah dan karyawan dirasa kurang dalam memberikan pelayanan yang sama kepada setiap nasabah.
6. Variabel *responsiveness* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. *Responsiveness* menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon, karena kemampuan karyawan dalam memahami komplain



nasabah dan selalu tanggap dalam melayani nasabah serta memberikan kemudahan dengan tidak memberikan prosedur yang berbelit-belit kepada nasabah, berperan penting dalam memenuhi kepuasan nasabahnya dalam menyampaikan suatu jasa yang berkualitas.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih memiliki keterbatasan yaitu penelitian terbatas hanya pada objek penelitian tertentu yaitu nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon.

## 5.3 Saran

1. Berdasarkan hasil perhitungan, enam variabel dimensi CARTER dapat mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 61,3% dan selebihnya sebanyak 38,7% merupakan faktor lain yang mempengaruhi nasabah. Untuk kedepannya, BSI KCP Solo Pasar Kliwon juga memperhatikan faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.
2. Bagi BSI KCP Solo Pasar Kliwon, perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan dari segi *compliance*, *empathy*, *assurance*, dan *tangible*.
3. Untuk penelitian selanjutnya, dapat ditambahkan variabel independen lain yang memungkinkan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, seperti harga produk dan lainnya.
4. Untuk penelitian selanjutnya, bisa menambahkan variabel dependen selain kepuasan nasabah, seperti citra perusahaan, loyalitas nasabah, dan lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aldila, S. A., & \* I. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Model Carter Di BPRS Amanah Ummah Leuwiliang Bogor. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2), 53–72. <https://doi.org/10.21274/an.2018.4.2.53-72>
- Amin, M., & Isa, Z. (2008). An examination of the relationship between service quality perception and customer satisfaction: A SEM approach towards Malaysian Islamic banking. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 1(3), 191–209. <https://doi.org/10.1108/17538390810901131>
- Asnaini, & Yustati, H. (2017). *Lembaga Keuangan Syari'ah Teori Dan Praktiknya Di Indonesia*. 1–178.
- Astuti, S. P., Wilasari, W., & Utami, D. E. (2009). Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Bank Syariah. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(1), 47–58.
- Baber, H. (2019). Service quality perception and its impact on customer satisfaction in islamic banks of Malaysia. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 22, 1–18.
- Cahyani, D. P. (2016). Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen, Volume 6*.
- Culiberg, B. (2010). *Identifying service quality dimensions as antecedents to customer satisfaction in retail banking Identifying Service Quality Dimensions As Antecedents To Customer Satisfaction In Retail*. 12(3).
- Darmawan, B. A., & Hartono, A. (2018). Model Pengukuran Kualitas Layanan Bank Syariah Di Indonesia. *Efektif Jurnal Ekonomi Dan ...*, 9(2), 129–142. <http://e->
- Fauzi, A. A. (2019). Mengukur pengaruh kualitas layanan model CARTER terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah Indonesia. *Journal of Business & Banking*, 6(2). <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i2.718>
- Firmansyah, F. A. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam, Volume 2 N*.
- Hammoud, N., & Bittar, M. (2016). Measuring the Quality of Islamic Banks Services and Its Impact on Customers Satisfaction A Survey Study on the Islamic Banks Customers in Lattakia-Syria. *International Journal of Business, Economics and Management*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.18488/journal.62/2016.3.1/62.1.1.17>
- Hamzah, M., Awaluddin, I., & Maimunah, E. (2016). *Pengantar Statistika Ekonomi*.
- Hamzah, Z., & Purwati Ayu, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting, Volume 3*.
- Hartini, K., & Meilani, G. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Model CARTER Pada BPRS Muamalat Harkat Sukaraja. *Jurnal*

*IAIN Bengkulu, Volume 6 N.*

- Hasan. (2006). Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Volume 1 N.*
- Hasyim, F. (2021). *AT-TASYRI' Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah Determinants Of Service Quality On Islamic Banks Customer Satisfaction In Surakarta. 13(2), 79–94.* <https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/Tasyri>
- Ilahi, R., Wardani, E., Hayati, P., Yunus, F., & Hariyadi, R. (2022). Analisis Manajemen Pelayanan Bank Syariah Pada Masa New Normal (Studi di Bank Syariah Indonesia KC. Bengkulu Panorama). *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu, 5 No 1, 1–15.*
- Janie Arum, N. D. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan Spss* (I. Ardiani (ed.)). Semarang University Press.
- Juniawan, A. (2018). Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Jakarta. *Liquidity, 3(1), 51–59.* <https://doi.org/10.32546/lq.v3i1.105>
- Khaliq, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan. 177–188.*
- Meilani, A., & Sugiarti, D. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(03), 2501–2510.*
- Nengsih, T. A., Syahrizal, A., & Oktafiani, S. F. (2021). Evaluasi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Indonesia: Studi Empiris Pembayaran UKT di Jambi. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 12(2), 180.* <https://doi.org/10.33087/eksis.v12i2.248>
- Norvadewi, N., & Zaroni, A. N. (2019). Pengaruh Service quality Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *Al-Tijary, 4(2), 197–204.*
- Nugraha Triyan Putra, Z., & Thamrin, H. (2021). Problematika Dan Dinamika Perbankan Syariah Di Era Globalisasi. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance, 5(1), 34–40.* [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(1\).8448](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).8448)
- Nuridin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial* (Lutfiah (ed.); Surabaya).
- OJK. (2021). *Snapshot Perbankan Syariah Indonesia 2021.* <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-September-2021.aspx>
- Osman, 'Ismah, Ali, H., Zainuddin, A., Rashid, W. E. W., & Jusoff, K. (2009). Customers Satisfaction in Malaysian Islamic Banking. *International Journal of Economics and Finance, 1(1), 197–202.* <https://doi.org/10.5539/ijef.v1n1p197>
- Othman, A., & Owen, L. (2001). The multi dimensionality of carter model to measure customer service quality (SQ) in Islamic banking industry: a study in Kuwait finance house. *International Journal of Islamic Financial Services, 3(4), 1–12.*
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Leonard I, B. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing, Vol 49, No.*

- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Prijanto, B., Ferina Pulung, R., & Rusiana Sari, A. (2021). Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Kota Depok Menggunakan Carter Model. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(1), 178–194. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(1\).6607](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(1).6607)
- Radman, A., Othman, M., & Owen, H. L. (2012). Managing and Measuring Customer Service Quality in Islamic Banks: A Study of the Kuwait Finance House. *Islamic Perspectives on Wealth Creation*, 3(1), 69–83. <https://doi.org/10.3366/edinburgh/9780748621002.003.0005>
- Ramadani, O. V., Kadir, A. R., & Sanusi, A. (2019). Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada BMT Barokatul Ummah Di Kabupaten Merauke. *Hasanauddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship*, Vol. 2. No, 65–75.
- Sawitri Rahayu, J., Saepudin, A., & Anugrah, V. G. (2022). Penerapan Pelayanan Islami Pada Customer service Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Purwakarta Gandanegara. *JAMMIAH (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah)*, 2(1), 19–35. <https://doi.org/10.37726/jammiah.v2i1.199>
- Simatupang, A. D. R., & Deti, S. (2021). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan anggota koperasi persaudaraan harmonis syariah bonang tangerang banten. *Jurnal of Islamic Economics, Business and Finance*, 11(1), 1–8.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. ALFABETA.
- Syahrum, & Salim. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (R. Ananda (ed.)). Citapustaka Media.
- Wahyuning, S. (2021). *Dasar-Dasar Statistik* (I. Dianta Ava (ed.)). Yayasan Prima Agus Teknik.
- Widana, W., & Muliani, L. P. (2020). *Uji Persyaratan Analisis* (T. Fiktorius (ed.)). KLIK MEDIA.
- Wijiharta. (2010). Perbandingan Kualitas Pelayanan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Di Yogyakarta Bagi Nasabah Ganda Menggunakan “Carter” Model. *Jurnal Bisnis: Teori Dan Implementasi*, 1(1), 90–107. [www.e-syariah.com](http://www.e-syariah.com),
- Yulianto, A. R. (2018). Tinjauan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi*, 20(2), 241–258.
- Zuhri, A., & Haryanto, R. (2016). Dimensi Carter Dalam Peningkatan Kualitas Layanan BPRS Bhakti Sumekar Sumenep. *Iqtishadia Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3.

**LAMPIRAN**

## Lampiran 1

### Jadwal Penelitian

No	Bulan Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penyusunan Proposal	X	X	X	X																
2.	Konsultasi					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
3.	Revisi Proposal					X	X	X	X												
4.	Pengumpulan Data													X	X	X	X				
5.	Analisis Data																	X	X	X	
6.	Penulisan Akhir Naskah Skripsi																	X	X	X	
7.	Pendaftaran Munaqasah																				X
8.	Munaqasah																				
9.	Revisi Skripsi																				

## Lampiran 2

## KUESIONER

### **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon Dengan Dimensi CARTER**

**Kepada Yth:**

**Bapak/Ibu/Saudara/i Nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa program strata (S1) Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, sedang menyusun skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE), dengan ini saya:

Nama : Apriliana Alfina Damayanti

NIM : 195231076

Prodi : Perbankan Syariah

Mengharapkan kesediaan dan partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang terlampir dengan jujur dan benar. Adapun judul penelitian skripsi yang saya ajukan adalah **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BSI KCP Solo Pasar Kliwon Dengan Dimensi CARTER”**

Segala informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian skripsi dan akan dijaga kerahasiaannya.

Demikian permohonan saya, atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Hormat saya,

Apriliana Alfina Damayanti

**Identitas Responden**





Berilah tanda centang (V) pada salah satu jawaban yang paling tepat, dengan kriteria jawaban:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

### PERNYATAAN

No.	Compliance (kepatuhan)	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	BSI KCP Solo Pasar Kliwon tidak memberlakukan sistem bunga					
2.	Karyawan KCP Solo Pasar Kliwon memberikan pelayanan sesuai dengan syariat Islam					
3.	Nasabah membuka tabungan di BSI KCP Solo Pasar Kliwon bebas dari hal-hal yang tidak jelas (gharar)					
4.	Produk dan layanan yang ditawarkan BSI KCP Solo Pasar Kliwon sesuai dengan kebutuhan nasabah muslim					

No.	Assurance (Jaminan)	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	BSI KCP Solo Pasar Kliwon mampu menjamin keamanan dana tabungan nasabah					
2.	BSI KCP Solo Pasar Kliwon mampu menjamin kerahasiaan data nasabahnya					
3.	BSI KCP Solo Pasar Kliwon memberikan kemudahan bagi nasabah untuk mengakses informasi rekeningnya					
4.	Karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon selalu memberikan arahan sesuai dengan kebutuhan nasabah					

No.	Reliability (Kehandalan)	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	BSI KCP Solo Pasar Kliwon mengutamakan standar pelayanan yang baik kepada nasabahnya					
2.	Karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon selalu memiliki solusi setiap keluhan nasabah					
3.	Karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon mampu meminimalkan kesalahan pencatatan transaksi					
4.	Karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon memberikan layanan secara cepat					

No.	Tangible (Bukti Fisik)	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Lokasi kantor BSI KCP Solo Pasar Kliwon strategis					
2.	BSI KCP Solo Pasar Kliwon memberikan fasilitas yang memadai (mesin ATM, kursi tunggu, tempat parkir)					
3.	Suasana di kantor BSI KCP Solo Pasar Kliwon nyaman					
4.	Karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon berpenampilan rapi					

No.	Empathy (Empati)	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon tidak membedakan pelayanan kepada semua nasabah					
2.	Karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon melayani nasabah dengan penuh rasa kekeluargaan					
3.	Karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon mampu menangani keluhan terkait pelayanan					

4.	Karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon memberikan kenyamanan pada setiap nasabah					
----	--	--	--	--	--	--

No.	Responsiveness (Daya Tanggap)	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	BSI KCP Solo Pasar Kliwon memberikan kemudahan bagi nasabah dengan tidak berbelit-belit					
2.	Karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon mampu memahami setiap komplain dari nasabah					
3.	Karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon mampu menangani keluhan nasabah dengan cepat					
4.	Karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon selalu tanggap dalam melayani nasabah					

No.	Kepuasan Nasabah	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa puas terhadap kinerja karyawan BSI KCP Solo Pasar Kliwon					
2.	Saya merasa puas dengan fasilitas yang disediakan BSI KCP Solo Pasar Kliwon					
3.	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah					
4.	Saya tidak pernah melakukan keluhan atas pelayanan BSI KCP Solo Pasar Kliwon					

### Lampiran 3

#### Hasil Uji Instrumen Penelitian

##### 1. Hasil Uji Validitas

###### Uji Validitas *Compliance*

		Correlations				TOTAL
		C1	C2	C3	C4	C
C1	Pearson Correlation	1	.497**	.429**	.291**	.740**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	120	120	120	120	120
C2	Pearson Correlation	.497**	1	.492**	.596**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
C3	Pearson Correlation	.429**	.492**	1	.622**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120
C4	Pearson Correlation	.291**	.596**	.622**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120
TOTAL C	Pearson Correlation	.740**	.801**	.820**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

###### Uji Validitas *Assurance*

		Correlations				TOTAL
		A1	A2	A3	A4	A
A1	Pearson Correlation	1	.747**	.647**	.597**	.871**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
A2	Pearson Correlation	.747**	1	.771**	.578**	.896**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
A3	Pearson Correlation	.647**	.771**	1	.669**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120
A4	Pearson Correlation	.597**	.578**	.669**	1	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120
TOTAL A	Pearson Correlation	.871**	.896**	.885**	.814**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

#### Uji Validitas *Reliability*

		Correlations				
		R1	R2	R3	R4	TOTAL
R1	Pearson Correlation	1	.659**	.598**	.547**	.853**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
R2	Pearson Correlation	.659**	1	.784**	.367**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
R3	Pearson Correlation	.598**	.784**	1	.311**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000
	N	120	120	120	120	120
R4	Pearson Correlation	.547**	.367**	.311**	1	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000
	N	120	120	120	120	120
TOTAL L	Pearson Correlation	.853**	.838**	.791**	.750**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

Uji Validitas *Tangible*

		Correlations				
		T1	T2	T3	T4	TOTAL
T1	Pearson Correlation	1	.354**	.469**	.500**	.702**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
T2	Pearson Correlation	.354**	1	.583**	.487**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
T3	Pearson Correlation	.469**	.583**	1	.654**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120
T4	Pearson Correlation	.500**	.487**	.654**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120
TOTAL	Pearson Correlation	.702**	.795**	.862**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

Uji Validitas *Empathy*

		Correlations				
		E1	E2	E3	E4	TOTAL
E1	Pearson Correlation	1	.800**	.792**	.723**	.911**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
E2	Pearson Correlation	.800**	1	.778**	.767**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
E3	Pearson Correlation	.792**	.778**	1	.813**	.924**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120
E4	Pearson Correlation	.723**	.767**	.813**	1	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120
TOTAL	Pearson Correlation	.911**	.914**	.924**	.905**	1
L	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

#### Uji Validitas *Responsiveness*

		Correlations				
		R1	R2	R3	R4	TOTAL
R1	Pearson Correlation	1	.744**	.493**	.731**	.850**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
R2	Pearson Correlation	.744**	1	.485**	.696**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
R3	Pearson Correlation	.493**	.485**	1	.608**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120
R4	Pearson Correlation	.731**	.696**	.608**	1	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120
TOTAL	Pearson Correlation	.850**	.833**	.813**	.885**	1
L	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

## Uji Validitas Kepuasan Nasabah

		Correlations				
		KN1	KN2	KN3	KN4	TOTAL
KN1	Pearson Correlation	1	.645**	.773**	.600**	.885**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
KN2	Pearson Correlation	.645**	1	.616**	.525**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
KN3	Pearson Correlation	.773**	.616**	1	.542**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120
KN4	Pearson Correlation	.600**	.525**	.542**	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120
TOTAL	Pearson Correlation	.885**	.815**	.857**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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



## 2. Hasil Uji Reliabilitas

### *Compliance*

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.779	.792	4

### *Assurance*

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.889	.890	4

### *Reliability*

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.798	.827	4

### *Tangible*

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.800	.805	4

### *Empathy*

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.933	.934	4

### *Responsiveness*

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.847	.870	4

### **Kepuasan Nasabah**

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.858	.866	4

## Lampiran 4

## Hasil Uji Asumsi Klasik

## Hasil uji normalitas

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.63848640
Most Extreme Differences	Absolute		.106
	Positive		.097
	Negative		-.106
Test Statistic			.106
Asymp. Sig. (2-tailed)			.002 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.128 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.119
		Upper Bound	.136

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

## Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	1.929	1.450		1.330	.186		
	Compliance	-.026	.096	-.022	-.270	.788	.493	2.028
	Assurance	-.195	.135	-.154	-1.444	.151	.288	3.477
	Reliability	.329	.134	.296	2.459	.015	.224	4.465
	Tangible	.190	.120	.148	1.580	.117	.370	2.705
	Empathy	-.045	.124	-.040	-.364	.717	.268	3.732

Responsiveness	.622	.115	.587	5.382	.000	.273	3.660
----------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.986	.968		1.019	.311		
	Compliance	.029	.064	.058	.446	.657	.493	2.028
	Assurance	.040	.090	.077	.447	.656	.288	3.477
	Reliability	-.077	.089	-.168	-.865	.389	.224	4.465
	Tangible	-.058	.080	-.109	-.723	.471	.370	2.705
	Empathy	.155	.083	.334	1.875	.063	.268	3.732
	Responsiveness	-.081	.077	-.186	-1.056	.293	.273	3.660

a. Dependent Variable: RES2

## Lampiran 5

### Uji Ketetapan Model

#### Hasil Uji F

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	550.453	6	91.742	32.450	.000 <sup>b</sup>
	Residual	319.472	113	2.827		
	Total	869.925	119			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Responsiveness, Compliance, Tangible, Assurance, Empathy, Reliability

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 <sup>a</sup>	.633	.613	1.681

a. Predictors: (Constant), Responsiveness, Compliance, Tangible, Assurance, Empathy, Reliability

## Lampiran 6

## Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.929	1.450		1.330	.186
	Compliance	-.026	.096	-.022	-.270	.788
	Assurance	-.195	.135	-.154	-1.444	.151
	Reliability	.329	.134	.296	2.459	.015
	Tangible	.190	.120	.148	1.580	.117
	Empathy	-.045	.124	-.040	-.364	.717
	Responsiveness	.622	.115	.587	5.382	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

## Lampiran 7

## Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Coefficients <sup>a</sup>			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.929	1.450		1.330	.186		
	Compliance	-.026	.096	-.022	-.270	.788	.493	2.028
	Assurance	-.195	.135	-.154	-1.444	.151	.288	3.477
	Reliability	.329	.134	.296	2.459	.015	.224	4.465
	Tangible	.190	.120	.148	1.580	.117	.370	2.705
	Empathy	-.045	.124	-.040	-.364	.717	.268	3.732
	Responsiveness	.622	.115	.587	5.382	.000	.273	3.660

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Lampiran 8

Dokumentasi





**Lampiran 9****DAFTAR RIWAYAT HIDUP****DATA PRIBADI**

Nama : Apriliana Alfina Damayanti  
TTL : Sukoharjo, 28 April 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Langenharjo, Grogol, Sukoharjo  
No. HP : 0882003385671  
Email : [aprilianaalfinad@gmail.com](mailto:aprilianaalfinad@gmail.com)

**DATA PENDIDIKAN**

2006-2007 : TK Dharma Wanita  
2007-2013 : SD Negeri Langenharjo 1  
2013-2016 : SMP Negeri 6 Surakarta  
2016-2019 : SMA Negeri 1 Mojolaban  
2019-2023 : UIN Raden Mas Said Surakarta

# Skripsi\_Apriliana

---

## ORIGINALITY REPORT

---

**30%**  
SIMILARITY INDEX

**31%**  
INTERNET SOURCES

**19%**  
PUBLICATIONS

**14%**  
STUDENT PAPERS

---

## PRIMARY SOURCES

---

**1** [eprints.iain-surakarta.ac.id](http://eprints.iain-surakarta.ac.id) 11%  
Internet Source

---

**2** [repository.ar-raniry.ac.id](http://repository.ar-raniry.ac.id) 2%  
Internet Source

---

**3** [eprints.walisongo.ac.id](http://eprints.walisongo.ac.id) 2%  
Internet Source

---

**4** [repository.uinjambi.ac.id](http://repository.uinjambi.ac.id) 2%  
Internet Source

---

**5** [jimfeb.ub.ac.id](http://jimfeb.ub.ac.id) 1%  
Internet Source

---

**6** [ejournal.iain-tulungagung.ac.id](http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id) 1%  
Internet Source

---

**7** [e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id](http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id) 1%  
Internet Source

---

**8** [www.scribd.com](http://www.scribd.com) 1%  
Internet Source

---

**9** [repository.radenintan.ac.id](http://repository.radenintan.ac.id) 1%  
Internet Source

---

10	<a href="http://repository.uin-alauddin.ac.id">repository.uin-alauddin.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1 %
12	<a href="http://repository.unhas.ac.id">repository.unhas.ac.id</a> Internet Source	1 %
13	<a href="http://digilib.uin-suka.ac.id">digilib.uin-suka.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	Submitted to IAIN Kudus Student Paper	<1 %
15	<a href="http://dspace.uii.ac.id">dspace.uii.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://lib.ibs.ac.id">lib.ibs.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://ojs.unimal.ac.id">ojs.unimal.ac.id</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://febi.uinsaid.ac.id">febi.uinsaid.ac.id</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a>	

Internet Source

<1 %

22

Submitted to Universitas Nasional

Student Paper

<1 %

23

docplayer.info

Internet Source

<1 %

24

digilib.uinsby.ac.id

Internet Source

<1 %

25

repository.radenfatah.ac.id

Internet Source

<1 %

26

Submitted to Universitas Putera Batam

Student Paper

<1 %

27

etheses.uin-malang.ac.id

Internet Source

<1 %

28

Kartawati Mardiah, Desty Wana. "Determinan Return Saham Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index", Eksos, 2020

Publication

<1 %

29

eprints.uny.ac.id

Internet Source

<1 %

30

ojs.itb-ad.ac.id

Internet Source

<1 %

31

repository.iainpurwokerto.ac.id

Internet Source

<1 %

- |    |  |      |
|----|--|------|
| 32 | Mahmuddin Syah Lubis, Isna Asdiani Nasution, Mery Mery, Jenvony Jenvony, Vini Yulia, Vivi Devika, Vivi Novera. "Pengaruh Perputaran Aktiva, Perputaran Kas, dan Loan to Deposit Ratio (LDR) terhadap Return On Asset (ROA) pada Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2013-2017", Owner, 2019<br>Publication | <1 % |
| 33 | pt.scribd.com<br>Internet Source   | <1 % |
| 34 | repository.unika.ac.id<br>Internet Source  | <1 % |
| 35 | Submitted to Sriwijaya University<br>Student Paper   | <1 % |
| 36 | jurnal.farmasisandikarsa.ac.id<br>Internet Source  | <1 % |
| 37 | Eka Syofiana, Suwarno Suwarno, Anwar Haryono. "Pengaruh Financial Distress, Auditor Switching dan Audit Fee terhadap Audit Delay pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia", JIATAX (Journal of Islamic Accounting and Tax), 2018<br>Publication   | <1 % |
| 38 | id.123dok.com<br>Internet Source   | <1 % |

---

39

repository.uir.ac.id

Internet Source

<1 %

---

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      < 20 words

Exclude bibliography      On