

**PENGARUH KETEPATAN WAKTU LAYANAN *CUSTOMER*
SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA BNI SYARIAH MASAMBA**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PALOPO 2019**

**PENGARUH KETEPATAN WAKTU LAYANAN *CUSTOMER*
SERVICE TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA BNI SYARIAH MASAMBA**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM
NEGERI (IAIN) PALOPO 2019**

PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi berjudul "Pengaruh Ketepatan Waktu Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba" yang ditulis oleh Mila Sari dengan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 15 0402 0217, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang *dimunaqasyahkan* pada hari Selasa 3 September 2019 bertepatan dengan 3 Muharram 1441 H, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 4 Oktober 2019 M
05 Shafar 1441 H

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M.	Ketua Sidang	(.....)
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, M.A.	Sekretaris Sidang	(.....)
3. Dr. Anita Marwing, S.HI M.HI.	Penguji I	(.....)
4. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, M.A.	Penguji II	(.....)
5. Muzayyanah Jabani, ST, M.M.	Pembimbing I	(.....)
6. Zainuddin S, S.E., M.Ak.	Pembimbing II	(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP. 19810208 199403 2 001

Hendra Safri, S.E., M.M.
NIP. 19861020 201503 1 001



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawahini:

Nama : Mila Sari
NIM : 15.0402.0217
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat atau duplikasi dari tulisan atau karya orang lain, yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi adalah karya saya sendiri kecuali kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada di dalamnya ada adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana di kemudian hari pernyataan saya ternyata tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 22 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Mila Sari
Mila Sari
NIM: 15.0402.0219

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 22 Agustus 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Mila Sari

Nim : 15 0402 0217

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : "Pengaruh Ketepatan Waktu Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba"

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diajukan.

Demikian untuk di proses selanjutnya

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing I

Muzayyanah Abani, ST.,MM
NIP.19750104 200501 2 003

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 22 Agustus 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Mila Sari

Nim : 15 0402 0217

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

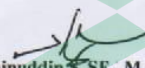
Judul : "Pengaruh Ketepatan Waktu Layanan
Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah
Pada BNI Syariah Masamba"

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diajukan.

Demikian untuk di proses selanjutnya

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing II


Zainuddin S. SE., M.AK
NIP.19771018 200604 1 001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul: “ Pengaruh Ketepatan Waktu Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba”

Yang ditulis oleh:

Nama : Mila Sari
Nim : 15 0402 0217
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Di ajukan untuk Ujian *Munaqasah*
Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 22 Agustus 2019

Pembimbing I

Muzayyanah Jabani . ST.,MM
NIP: 19750104 200501 2 003

Pembimbing II

Zainuddin S. SE., MAK
NIP. 19771018 200604 1 001

NOTA DINAS PENGUJI

Perihal : Skripsi

Lamp : -

Palopo, 22 Agustus 2019

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Mila Sari

Nim : 15 0402 0217

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

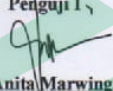
Judul : "Pengaruh Ketepatan Waktu Layanan
Customer Service terhadap kepuasan nasabah
Pada BNI Syariah Masamba"

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan pada ujian
Munaqasah

Demikian untuk di proses seanjutnya

Wassalamualaikum Wr.Wb

Penguji I,


Dr. Anita Marwing, S.HI., M.HI
NIP. 19820124 200901 2 006

NOTA DINAS PENGUJI

Perihal : Skripsi

Lamp : -

Palopo, 22 Agustus 2019

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Mila Sari

Nim : 15 0402 0217

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

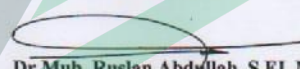
Judul : "Pengaruh Ketepatan Waktu Layanan
Customer Service terhadap kepuasan nasabah
Pada BNI Syariah Masamba"

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan pada ujian
Munaqasah

Demikian untuk di proses seanjutnya

Wassalamualaikum Wr. Wb

Penguji II


Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., MA
NIP. 19801004 200901 1 007

Persetujuan Penguji

Skripsi yang berjudul: " Pengaruh Ketepatan Waktu Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba"

Yang ditulis oleh:

Nama : Mila Sari
Nim : 15 0402 0217
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Di ajukan untuk Ujian *Munaqasah*
Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 22 Agustus 2019

Penguji I



Dr. Anita Marwing, S.HLM M.HI
NIP. 19820124 200901 2 006

Penguji II



Dr. Muh. Ruslan Abdallah, S.EI, MA
NIP. 19801004 200901 1 007

ABSTRAK

Mila Sari, 2019. *Pengaruh Ketepatan Waktu Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba* “Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Program Studi Perbankan Syariah. pembimbing (1) Muzayyanah Jabani, ST., MM. Pembimbing (II) Zainuddin S,SE.,M.AK

Kata Kunci : ketepatan Waktu dan Kepuasan nasabah

Pokok Permasalahan dalam penelitian ini adalah seringkali nasabah mengeluh atas pelayanan yang diberikan bank, salah satunya yaitu dalam hal ketepatan waktu layanan *Customer Service*. Dengan demikian *Customer Service* harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik, agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk membuktikan pengaruh ketepatan waktu layanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah Masamba.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer, yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu *Non propability sampling*. Data diolah dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana serta menggunakan SPSS versi 22.

Hasil uji koefisien determinasi (R Square) jika dilihat dari output model summary, dapat diketahui nilai dari koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,393 (nilai 0,393 adalah penguadratan dari koefisien korelasi atau R, yaitu $0,627 \times 0,627 = 0,393$). Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) 0,393 atau sama dengan 39,3%. Angka tersebut mengandung arti bahwa ketepatan waktu berpengaruh terhadap kepuasan nasabah 39,3%, sedangkan sisanya ($100\% - 60,7\% = 39,3\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi ini. dan hasil dari uji parsial (Uji-t) jika dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan 0,05 (H_0 ditolak dan H_1 diterima maka variabel idenpenden berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil dari output “*Coefficients*” didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 1,921 dan t_{tabel} sebesar 1,66 dan nilai signifikan ketepatan waktu $0,000 < 0,05$ (H_0 ditolak dan H_a diterima). Maka disimpulkan bahwa variabel ketepatan waktu memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ

وَأَصْحَابِهِ

أَجْمَعِينَ. (أَمَّا بَعْدُ)

Puji syukur saya ucapkan atas kehadiran Allah Swt, karena dengan rahmat dan karunia-Nya saya masih diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Ketepatan Waktu Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba..** Dimana skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Shalawat dan salam atas Nabiullah Muhammad Saw, beserta para sahabat, keluarga serta pengikutnya hingga akhir zaman yang telah berhasil menaburkan mutiara-mutiara hidayah diatas puing-puing kejahilian telah membebaskan umat manusia dari segala kebodohan menuju jalan terang yang diridhai Allah Swt, demi mewujudkan *Rahmatan Lil-Alamin*.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, banyak pihak yang telah membantu dan mendoakan saya terkhusus orang tua saya Bapak Sessu , Ibu Kurnia dan saudara laki-laki saya Akram dan saudari perempuan saya Dirmayanti dan Kesmawati, sehingga penulis pada kesempatan ini menghaturkan rasa hormat, penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Rektor IAIN Palopo Bapak Dr. Abdul Pirol, M.Ag, Wakil Rektor I Dr. H.Muammar Arafa, M.H. Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarif Iskandar, S.E, MM, dan Wakil Rektor III Dr. Muhaimin, M.A, telah memberikan kesempatan kepada penulis menuntut ilmu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo Dr. Hj. Ramlah M., MM., Wakil Dekan I Muammad Ruslan Abdullah, S.E.I. Wakil Dekan II Tajuddin, S.E.,M.Si., Ak., CA .dan Wakil Dekan III Dr. Takdir, S.H.,M.H.
3. Ketua Program Studi Perbankan Syariah Hendra Safri, S.E., M.M.
4. Pembimbing I Muzayyanah Jabani, ST.,MM dan Pembimbing II Zainuddin S, SE., M.Ak yang senantiasa memberikan koreksi, saran dan masukan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Penguji I Dr.Anita Marwing, S.HI.,M.HI dan penguji II Ilham ,S.Ag.,M.A.yang senantiasa memberikan koreksi, saran dan masukan serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Para staf yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang senantiasa melayani dalam pemengurus segala keperluan dalam penyelesaian studi.
7. Para Dosen dan Pegawai di Kampus IAIN Palopo yang telah membagikan ilmunya kepada penulis.
8. Terkhusus kepada ke dua orangtua ku tercinta Ayahanda Andi Pasauri Kaso dan Ibunda Minahari yang telah berjasa dalam mengasuh dan

mendidik serta menyayangi penulis sejak kecil dengan tulus dan ikhlas,
dan Keluarga yang telah membantu penulis serta memberikan semangat.

9. Teman-teman di kampus IAIN Palopo Angkatan 2015

10. Sahabat dan saudara-saudari Lilis Karlina , Meli yanti, Devi, Sinta
Devi, Rahmatul ummah, Mirnawati dan Vita adelia serta teman-teman
seperjuangan saya Seluruh PBS E yang tidak sempat saya sebut satu
persatu.

11. Dan semua pihak yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini di susun oleh saya dengan beragam halangan, baik itu yang
datang dari dalam ataupun yang datang dari luar. Tetapi, dengan penuh
kesabaran serta terlebih pertolongan dari Allah selanjutnya skripsi ini bisa
teratasi. Oleh sebab itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang
membangun dan semoga dengan selesainya skripsi ini dapat bermanfaat bagi
pembaca dan teman-teman. Amin.

Demikianlah yang saya dapat paparkan dalam skripsi ini kalau ada kata
yang kurang baik mohon dimaafkan sekian dan terima kasih.

Palopo, 20 Mei 2019

Mila Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Operasional Variabel.....	7
BAB II PEMBAHASAN.....	9
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
B. Kajian Pustaka.....	10
	1. Bank Syariah 10
	2. Ketepatan Waktu 12
	3. Pelayanan 13
	4. Customer Service 18
	5. Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah 26

C. Kerangka Pikir	30
D. Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Lokasi Penelitian	32
C. Sumber Data	32
D. Populasi dan Sampel	33
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Instrument Penelitian	37
G. Teknik instrument Data	37
1. Uji Vliditas	37
2. Uji Reliabilitas	40
H. Teknik analisis Data	41
1. Analisis Statistik Deskriptif	41
2. Uji Asumsi Klasik	41
3. Analisis Regresi linear Sederhana	43
4. Analisis Hipoesis	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	45
1. Sejarah Singkat BNI Syariah	45
2. Latar Belakang BNI Syariah	46
3. Visi dan Misi BNI Syariah	46
4. Struktur organisasi BNI Syariah	48

B. Penyajian Data dan Pembahasan.....	49
1. Analisis Deskriptif.....	49
a. Karakteristik Responden	49
b. Deskripsi variabel penelitian	50
C. Analisis Data	58
1. UjiAsumsiKlasik	58
a. UjiNormalitas	58
b. Uji linearitas	59
c. UjiHeteroskedastitas	61
2. Uji Regresi sederhana	62
a. UjiParsial (Uji T)	63
b. KoefisienDeterminasi (<i>R square</i>)	65
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Fikir	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank BNI Syariah Masamba	48
Gambar 4.8 Heteroksedesitas.....	61



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis perbankan menjadi semakin ketat dan tajam, membuat semua perusahaan khususnya jasa perbankan berlomba lomba dalam meningkatkan pelayanan yang prima kepada pelangganya, untuk sekedar mempertahankan bisnisnya. Persaingan Bank pada saat sekarang ini cukuplah ketat, kualitas pelayanan Bank yang dilakukan *Customer Service* dapat menjadi salah satu faktor kemajuan dan keberlangsungan bank itu sendiri.

Akibat persaingan yang semakin meningkat bank dituntut untuk bekerja lebih efektif dan efisien agar dapat memberikan kualitas yang baik bagi nasabahnya. Kebanyakan pertumbuhan yang tinggi ketimbang memperhatikan mutu pelayanan mereka. Padahal jika dilihat dalam jangka panjang mutu yang baik sangat dibutuhkan oleh industri perbankan, terutama dalam menghadapi persaingan yang kian ketat. Pelayanan merupakan salah satu hal penting yang dijadikan strategi memenangkan persaingan, terutama dalam kompetisi di sektor *retail banking*.

Bank syariah merupakan salah satu perangkat dalam ekonomi syariah. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang

operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan Alquran dan hadis.¹ Antonio dan Perwataatmadja membedakan menjadi dua pengertian yaitu bank islam dan bank yang prinsip syariah islam. Bank islam adalah bank yang beroperasi dengan prinsip syariah islam dan bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan syariah islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.²

Salah satu tolak ukur keberhasilan bank syariah dapat dicapai apabila bank memiliki jumlah nasabah yang banyak karena yang menggunakan dananya adalah nasabah. Saat ini, para bankir berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menawarkan berbagai jenis produknya. Dampaknya, nasabah memiliki banyak pilihan, kekuatan tawar-menawar nasabah semakin besar, semua ini menjadi bagian penting dalam mendorong setiap bank menempatkan orientasinya pada kepuasan nasabah sebagai tujuan utamanya. Para bankir pun semakin yakin bahwa kunci sukses untuk memenangkan persaingan terletak pada kemampuannya memberikan total *customer value* yang dapat memuaskan nasabah melalui pelayanan yang diberikan pihak bank..

Faktor pelayanan nasabah memang salah satu ujung tombak perusahaan dalam menjual produknya. Banyak tidaknya jumlah nasabah serta volume pembelian nasabah sangat besar pengaruhnya dari cara kita melayani nasabah tersebut. Sekalipun perusahaan telah melakukan promosi besar-besaran atau telah melakukan peningkatan kualitas produk yang ditawarkan, namun tanpa

¹ Machmud Amir. 2010. *Bank Syariah*. Jakarta: Erlangga

² <http://titaputri.blogspot.com>. Dual Banking System. html, 29 januari 2019.

didukung oleh pelayanan yang baik, jangan harap akan memperoleh hasil yang diinginkan dan tepat sasaran.³ Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam QS Al-Imran/ 3:159

فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لَئِنْ لَمْ يَكُنْ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Terjemahannya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”⁴

Untuk meningkatkan citra perbankan maka bank memerlukan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya atau yang bias disebut dengan *customer service*. Dalam pelayanan *customer service* harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dan ketepatan waktu dalam melayani nasabah. *customer service* yang baik harus diikuti dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan

³ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Grafindo persada, 2005), hal.6.

⁴ Departemen Agama RI, *Al-quran dan Terjemahnya*, h. 103.

pekerjaanya. Untuk itu seorang *customer service* harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh seperti etika, pelayanan, pengenalan produk dan dasar-dasar lainnya.⁵

Dalam memberikan pelayanan, bank tentu mewajibkan seluruh karyawan dan personal yang ada didalamnya untuk memberikan pelayanan yang terbaik khususnya pelayanan *customer service* dikarenakan *customer service* adalah personal yang lebih banyak menerima keluhan-keluhan dari nasabah. Selain itu *customer service* lebih banyak berinteraksi terhadap para nasabah terutama mengenai produk perbankan. Dengan demikian *customer service* harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik, agar nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

Seorang *customer service* diuntut untuk ketepatan waktu dalam melayani nasabahnya. Tugas *customer service* memberikan layanan yang cepat, memberikan segala informasi dan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. *customer service* bertugas untuk melayani nasabah dengan cepat dan tepat, dan sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabahnya. termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan apa bila menghadapi masalah.

Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan dalam hal ini nasabah, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan salah satu diantaranya yaitu ketepatan waktu *customer service* dalam melayani nasabah. Nasabah akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang cepat

⁵ Kasmir, *pemasaran bank*. (Jakarta: Kencana Prenada Media), 2004, hal. 201.

tanpa harus menunggu lama sesuai dengan yang diharapkan. Harapan para nasabah pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan oleh *customer service* kepada nasabah-nasabahnya.

Harapan para nasabah ini didasarkan pada informasi dari mulut kemulut, kebutuhan pribadi. Dalam melayani nasabah diharapkan petugas *customer service* harus melakukannya sesuai prosedur. layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai keinginan nasabah dan jangan membuat nasabah menunggu terlalu lama. Dengan didukungnya ketepatan waktu, akan berdampak pada masyarakat yang akan menggunakan pelayanan yang diberikan oleh *customer service* yang tentunya akan meningkatkan kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan.

Perjuangan untuk mendapatkan titik sukses pelayanan Bank salah satunya adalah memperbaiki kualitas jasa layanan dalam hal ini adalah ketepatan waktu yang diberikan kepada nasabah. Kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkannya dalam menggunakan jasa perbankan. Banyaknya nasabah yang ada di Bank BNI Syariah Masamba haruslah diimbangi dengan peningkatan pelayanan, karena nasabah akan menuntut pelayanan yang lebih baik dan cepat dari Bank terutama pelayanan dari *customer service*. Ketepatan waktu layanan seringkali digunakan untuk melihat bagaimana kinerja bank itu.

Alasan dilakukan penelitian di bank BNI Syariah Masamba karna merupakan salah satu bank di Masamba yang berbasis syariah. Sadar akan

pentingnya peranan Bank sebagai lembaga keuangan yang menjalankan fungsinya dalam rangka pelayanan terhadap nasabah agar dapat mendapatkan kepuasan. Perlu adanya penelitian yang lebih lanjut mengenai beberapa aspek yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, terutama ketepatan waktu layanan yang diberikan *customer service*. seringkali nasabah mengeluh atas pelayanan yang diberikan bank, salah satunya yaitu dalam hal pelayanan, seringkali nasabah mengeluh dan menilai kalau pelayanan yang diberikan bank kurang cepat.

Berdasarkan penjelasan diatas faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu ketepatan waktu layanan *customer service* yang menjadi tolak ukur dalam pelayanan kepada nasabah, maka peneliti mengangkat judul :**“Pengaruh Ketepatan Waktu Layanan *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah Masamba”**. Hal ini diharapkan agar kinerja layanan *customer service* dapat mengalami peningkatan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diambil rumusan masalah “Apakah ketepatan waktu layanan *customer service* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Masamba?”

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ketepatan waktu layanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Masamba.

D. Manfaat penelitian

Manfaat dalam penelitian ini terdapat dua manfaat, yaitu manfaat secara teoritis dan secara praktis. Adapun manfaatnya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis`

Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan mengenai pelayanan *customer service* dan kepuasan nasabah khususnya yang terkait dengan perbankan syariah.

2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan atau pertimbangan oleh perusahaan perbankan khususnya *customer service*.

- a. Bagi peneliti : Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan yang diperoleh oleh peneliti, serta menjadi pengalaman yang baik dalam ilmu pendidikan.
- b. Bagi bank syariah : Diharapkan penelitian ini dapat memberikan saran atau masukan guna memperbaiki ketepatan waktu pelayanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah.
- c. Bagi pihak lain : Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya serta sebagai pertimbangan bagi organisasi yang menganalisis masalah serupa.

E. Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional adalah suatu defenisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan ataupun

memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.⁶

Adapun penjelasan mengenai operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ketepatan waktu (X)

Ketepatan waktu Merupakan kegiatan layanan tersebut dapat diselesaikan , atau suatu hasil produksi dapat dicapai, atau sesuai tidaknya dengan waktu yang direncanakan, maksudnya penyelesaian suatu pekerjaan sesuai dengan prosedur dan tepat waktu.

Adapun indikator ketepatan waktu yang digunakan pada penelitian ini yang meliputi :

- a. Waktu tunggu
- b. Waktu proses

2. Kepuasan nasabah (Y)

kepuasaan nasabah merupakan respon nasabah atas evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian(atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana di persepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan. Kepuasan nasabah dinilai berdasarkan dengan indikator

- a. merasa senang selama melakukan transaksi yaitu kepuasan atas pelayanan menunjukkan sejauh mana para nasabah bank merasa puas

⁶ M.nasir, Metode Penelitian, (Jakarta : ghalia Indonesia), h.126

dengan cara dan sikap *customer service* Bank dalam melayani transaksinya.

- b. merasa senang setelah melakukan transaksi yaitu nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberi *customer service* yang sesuai antara harapan dengan kenyataan dan kepuasan selama menjadi nasabah.



BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu yang relevan bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan, serta untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini, maka peneliti mencantumkan hasil penelitian terdahulu.

Penelitian yang dilakukan oleh Novi Frasista dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Central Asia, Tbk.” penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial maupun



simultan kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁷

penelitian yang dilakukan oleh M. Fazlur Rahman (2016) dengan judul “Persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan pada Bank Muamalat Cabang pembantu Sampit.” Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa cara Bank Muamalat Cabang pembantu Sampit dalam meningkatkan kualitas pelayanan yaitu dengan menerapkan standar operasional yang ada di Bank Muamalat Cabang pembantu Sampit. Namun dalam penerapannya pasti terdapat kendala-kendala dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Terlepas dari hal tersebut Bank Muamalat Cabang pembantu Sampit tetap memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan kepada nasabahnya. Selain itu juga hal ini dapat dirasakan nasabah Bank Muamalat Cabang pembantu Sampit yang tetap nyaman dan senang dalam melakukan transaksi di bank tersebut.⁸

Nuratika, judul penelitian “kepuasan nasabah terhadap pelayanan customer service pada PT. Bank SulselBar Syariah KCP Makassar, 2013”. Hasil penelitian ini adalah mengukur tingkat kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa nasabah puas terhadap pelayanan Customer Service Bank SulselBar KCP Makassar dimana hasil pengukuran tingkat kepuasannya sebesar angka 60% artinya puas.⁹

⁷ Novi Frasista, pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank central Asia, TBK. skripsi (Jakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bisnis Islam)

⁸ M. Fazlur Rahman, Persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan pada Bank Muamalat Cabang pembantu Sampit, 2016, Skripsi, IAIN Palangka Raya

⁹ Nuratika, Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan Customer Service pada PT. Bank

Aris Budianto, judul penelitian “pengaruh ketepatan waktu ,kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan masyarakat pengguna Kereta Api Massal cepat(Mass Rapid Transit)” hasil dari penelitian ini yaitu bahwa variabel ketepatan waktu berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.¹⁰

Dari berbagai penelitian yang ditemukan maka peneliti disini lebih menitik beratkan pada pengaruh ketepatan waktu layanan *customer service* Bank BNI Syariah Masamba terhadap kepuasan nasabahnya. Dengan demikian, perbedaan ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti lebih mengutamakan ketepatan waktu layanan *Customer service* terhadap kepuasan nasabah.

B. Kajian Pustaka

1. Bank syariah

Bank syariah merupakan institusi yang memberikan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip syariah. Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa yang di bidang syariah.¹¹

Bank syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mmengandalkan pada bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai lembaga keuangan perbankan yang operasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan Al-quran dan Hadis Nabi SAW.

SulSelBar KCP Makassar, Skripsi (Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin,2013).

¹⁰Aris Budianto ,”pengaruh Ketepatan waktu,kualitas pelayan dan fasilitas terhadap kepuasan masyarakat(fisip)

¹¹Pasal 1 angka 12 UU No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah

Menurut Antonio dan Perwataatmadja membedakan menjadi dua pengertian, yaitu bank islam dan bank yang beroperasi dengan prinsip syariah islam. Bank islam adalah bank yang beroperasi dengan prinsip syariah islam dan bank yang tata cara beroperasinya Mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-quran dan Hadis. Sementara itu, bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah islam adalah bank yang dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara islam.¹²

Jadi yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Dengan demikian bank syariah dapat dipahami bank syariah adalah bank yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah..

Menurut Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹³

Perbedaan pokok antara sistem bank konvensional dan bank syariah secara ringkas dapat dilihat dari empat aspek, yaitu sebagai berikut:

- a) Falsafah: pada bank syariah tidak berdasarkan atas bunga, spekulasi, dan ketidakjelasan, sedangkan pada bank

¹² Machmud Amir, *Bank Syariah* (Jakarta: Erlangga, 2010), hal. 3.

¹³ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2010), h. 12.

konvensional berdasarkan atas bunga.

- b) Operasional : pada bank syariah, dana masyarakat berupa titipan dan investasi baru akan mendapatkan hasil jika di usahakan terlebih dahulu, sedangkan pada bank konvensional, dana masyarakat yang berupa simpanan yang harus di bayar bunganya pada saat jatuh tempo. Pada sisi penyaluran, bank syariah menyalurkan dananya pada sektor usaha yang halal dan menguntungkan, sedangkan pada bank konvensional, aspek halal tidak menjadi pertimbangan utama.
- c) Sosial : pada bank syariah, aspek sosial dinyatakan secara eksplisit dan tegas yang tertuang dalam visi dan misi perusahaan, sedangkan pada bank konvensional tidak tersirat secara tegas.
- d) Organisasi: bank syariah harus memiliki DPS, sementara itu, bank konvensional tidak memiliki dewan pengawasan syariah.¹⁴

2. Ketepatan waktu

Ketepatan waktu adalah sesuai tidaknya dengan waktu yang direncanakan sebagai pengukuran ketepatan waktu bertransaksi di Bank. Pada dasarnya, ukuran ketepatan waktu mengukur apakah orang melakukan apa yang dikatakan akan dilakukan. Nilai dimana suatu transaksi yang dapat dilaksanakan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan ,atau pada waktu yang ditentukan Ketepatan waktu Merupakan kegiatan tersebut dapat diselesaikan , atau suatu hasil produksi dapat dicapai, pada permulaan

¹⁴ Machmud Amir, *Bank Syariah* (Jakarta: Erlangga, 2010), hal.11.

waktu yang ditetapkan bersamaan koordinasi dengan hasil produk yang lain dan memaksimalkan waktu yang tersedia untuk kegiatan kegiatan lain. maksudnya penyelesaian suatu pekerjaan sesuai dengan prosedur dan tepat waktu.

Customer service harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara cepat dan tepat memiliki kemampuan komunikasi yang baik. *customer service* yang baik harus diikuti dengan tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan, dan keakuratan pekerjaannya. selain itu *customer service* dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya, agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah. Menurut Tjiptono, ketepatan waktu pelayanan yang meliputi, waktu tunggu dan waktu proses.

Ketepatan waktu merupakan salah satu faktor yang penting dalam menyajikan pelayanan yang efektif. Karakteristik pelayanan yang baik harus memanfaatkan waktu seefisien mungkin. Kualitas pelayanan yang baik. Kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para nasabah atas pelayanan yang diberikan.

3. Pelayanan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pelayanan berasal dari kata “layan” yang artinya membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang. Jadi, kata “pelayanan” adalah:

- a. Perihal atau cara melayani,
- b. Usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan,

c. Kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang atau jasa.¹⁵

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menepatkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon.

Dalam definisi lain, menyebutkan pelayanan adalah sebagai suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan.

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan

Dalam praktiknya pemberian pelayanan yang baik kepada pelanggan atau nasabah bukan merupakan suatu hal yang mudah mengingat banyak kendala yang bakal di hadapi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Upaya memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan harus dilakukan dengan sungguh-sungguh dengan memerhatikan faktor-faktor utama dan faktor-faktor pendukungnya. faktor utama yang berpengaruh adalah sumber daya manusianya. Artinya, peranan karyawan yang melayani nasabah adalah faktor utama karena hanya dengan manusia lah pelanggan dapat

¹⁵Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), h. 647.

berkomunikasi secara langsung dan terbuka.

1. Pelayan yang baik

Ciri pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan pada nasabah yaitu:

- a) Memiliki karyawan yang profesional khususnya yang berhadapan langsung dengan nasabah.
- b) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik yang dapat menunjang kelancaran penjualan produk ke nasabah secara cepat dan tepat waktu.
- c) Tersedianya ragam produk yang diinginkan, artinya sekali nasabah dapat berhenti membeli beragam produk dengan kualitas produk dan pelayanan yang mereka inginkan.
- d) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah dari awal hingga akhir. Dalam hal ini karyawan melayani nasabah sampai tuntas.
- e) Mampu melayani secara cepat dan tepat, tentunya jika dibandingkan dengan pihak pesaing.
- f) Mampu berkomunikasi secara jelas, menyenangkan dan mapu menangkap keinginan dan kebutuhan nasabah
- g) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, terutama dalam hal keuangan bagi dunia perbankan.
- h) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik tentang produk yang dijual dan pengetahuan umum lainnya.

- i) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah, sehingga nasabah merasa yakindengan apa yang telah di lakukan perusahaan.¹⁶

Faktor utama dari pelayanan adalah kesiapan sumber daya manusia dalam melayani nasabah atau calon nasabah. Oleh karena itu, sumber daya manusia perlu dipersiapkan secara matang sebelumnya sehingga mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada calon nasabahnya.

2. Pelayanan yang tidak baik

Setiap hal tentu tidak terlepas dari dua sisi, ada yang baik ada juga yang buruk. Pelayanan yang buruk tentu akan dapat berakibat fatal bagi sebuah perusahaan, pada akhirnya perusahaan tidak akan mendapatkan kepercayaan dari para pelanggannya, perlahan-lahan pelanggan akan meninggalkan perusahaan tersebut apabila pelayanan yang diberikan tidak baik, berikut beberapa kriteria pelayanan yang tidak baik:

- a) Membiarkan pelanggan menunggu lama, selalu terlambat, gagal menghargai waktu pelanggan
- b) Membuat janji tapi tidak di tepat
- c) Terlalu sok akrab hingga melewati batasan
- d) Kurangnya keterampilan berkomunikasi
- e) Service yang tidak konsisten, kadang bagus kadang buruk.
- f) Terlalu sering mengganti karyawan

¹⁶

Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal.4.

- g) Kurangnya keterampilan menangani complaint.
- h) Tidak mengucapkan terima kasih diakhir transaksi
- i) Kurangnya keterampilan menjual.¹⁷

Apabila pelayanan yang diberikan tidak baik kepada pelanggan maka akan berdampak buruk bagi perusahaan. Karena pelanggan merasa tidak puas atas pelayanannya.

b. Pelayanan dalam perspektif islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam QS Al-baqarah/ 2:267.



Terjemahan

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.¹⁸

4. Customer Service

¹⁷ Ivonne Wood, Layanan Pelanggan, h. 9.

¹⁸ Departemen Agama RI, Al-quran dan Terjemahannya, (Bandung: Jumanatul Ali Art,2004)

Customer service adalah setiap pekerjaan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang diberikan. Jadi intinya *Customer service* melayani segala keperluan nasabah secara memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi dengan nasabah. *Customer service* harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh nasabahnya.¹⁹

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya, bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakat. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk pelayanan dan keamanan. Tanpa citra yang positif, kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan terjaga. Untuk meningkatkan citranya, bank perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Karyawan yang diharapkan dapat melayani keinginan dan kebutuhan nasabah ini disebut *customer service*.

a. Peranan *customer service*

Customer service memegang peranan sangat penting diberbagai perusahaan. Dalam dunia perbankan, tugas utama bagi seorang *customer service* adalah memberikan pelayanan dan membina hubungan dengan masyarakat. *customer service* bank dalam melayani para nasabah selalu berusaha menarik dengan cara meyakinkan para calon nasabah agar menjadi nasabah.

Secara umum, peranan *customer service* bank adalah :

¹⁹ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 180.

- 1) Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
- 2) Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan. Misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah tentang kualitas produk kita.²⁰

Menurut Didin Hafiduddin dan Hermawan Kertajaya nilai-nilai islami yang harus diterapkan oleh seorang customer service dalam memberikan pelayanan yang maksimal adalah:

- 1) Profesional (fathanah)

Profesional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan. Sifat profesionalisme ini digambarkan di dalam Al-Quran surah Al-Israa ayat 84:

وَلَا تُصَلِّ عَلَى أَحَدٍ مِّنْهُمْ مَّا تَأْتِيهِ وَلَا تُقِمِّ عَلَى قَبْرِهِ إِنَّهُمْ كَفَرُوا بِاللَّهِ
وَرَسُولِهِ وَمَاتُوا وَهُمْ فَاسِقُونَ

Terjemahan :

Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.²¹

²⁰ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 181

²¹ Departemen Agama RI, *Al-quran dan Terjemahannya*, (Bandung: Jumanatul Ali Art, 2004)

Pada ayat diatas, dikemukakan bahwa setiap orang berbuat sesuai dengan kemampuan dan berada pada jalan yang sesuai dengan profesinya maka akan menghasilkan sesuatu yang baik bagi orang lain.

2) Jujur

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi. Dalam dunia kerja dan usaha, kejujuran ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketepatan waktu, janji, pelayanan, pelaporan, mengakui kelemahan dan kekurangan untuk kemudian diperbaiki secara terus menerus serta menjauhkan diri dari berbuat bohong dan menipu.

3) Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban.

4) Bersikap melayani dan rendah hati (khidmah)

Islam mengajarkan untuk menebarkan kebaikan dan kebermanfaatan dalam hidup semua insannya, oleh karena itu adalah satu syarat untuk kemampuan individu untuk mampu melayani orang banyak. Seorang customer service dalam melaksanakan tugasnya haruslah terlebih dahulu memahami pekerjaan yang akan diembannya terutama yang berkenaan dengan pelayanan pada nasabah.

b. Tugas customer service

Sebagai seorang *customer service* telah ditetapkan fungsi dan tugas yang telah ditetapkan. Fungsi dan tugas ini harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. *customer service* juga harus bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.

Dalam praktiknya, fungsi *customer service* adalah sebagai berikut:

1) Sebagai Resepsionis

Sebagai resepsionis artinya seorang *customer service* berfungsi sebagai penerima tamu yang datang ke bank. Tamu yang dimaksud adalah nasabah yang datang ke bank. Fungsinya dalam hal melayani pertanyaan yang diajukan nasabah dan member informasi yang diinginkan nasabah selengkap mungkin.

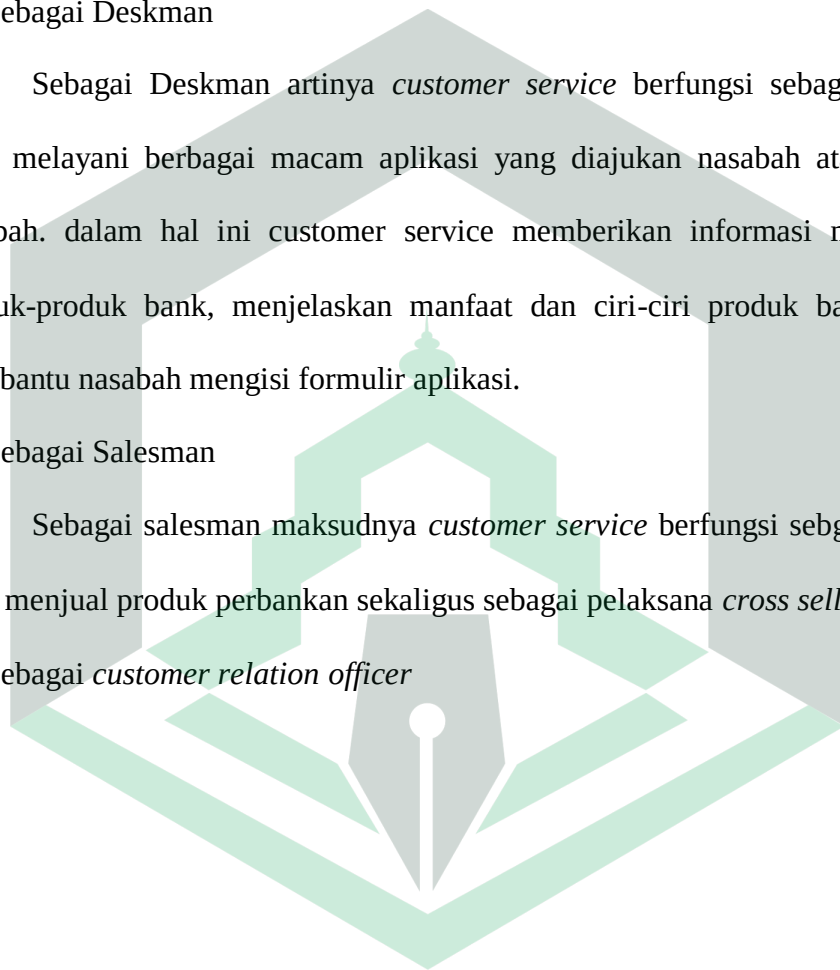
2) Sebagai Deskman

Sebagai Deskman artinya *customer service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi yang diajukan nasabah atau calon nasabah. dalam hal ini *customer service* memberikan informasi mengenai produk-produk bank, menjelaskan manfaat dan ciri-ciri produk bank serta membantu nasabah mengisi formulir aplikasi.

3) Sebagai Salesman

Sebagai salesman maksudnya *customer service* berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*.

4) Sebagai *customer relation officer*



Orang yang dapat membina hubungan baik dengan seluruh nasabah, termasuk membujuk atau merayu agar nasabah tetap bertahan tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah.

5) Sebagai komunikator

orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.²²

c. Syarat Seorang *customer service*

Untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah yang terpenting adalah kualitas pelayanan. Petugas *customer service* dan karyawan lainnya memiliki peranan yang sangat penting. Agar pelayanan yang berkualitas perlu ada beberapa persyaratan bagi seseorang untuk menjadi *customer service*. Berikut persyaratan untuk menjadi seorang *customer service*.

1. Persyaratan fisik

Seorang *customer service* harus memiliki cirri-ciri fisik yang menarik dari segi wajah, warna kulit atau ukuran badan. Artinya seorang *customer service* harus memiliki kesehatan jasmani dan rohaninya. Di samping itu, petugas *customer service* harus memiliki penampilan yang menarik, badan dan pakaian rapi dan bersih serta tidak bau.

2. Persyaratan mental

²² Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 183.

Persyaratan mental merupakan persyaratan non fisik tetapi kejiwaan. *customer service* harus memiliki mental yang kuat dalam melayani nasabah dengan mental yang kuat akan memberikan kepercayaan diri yang lebih baik dalam melayani nasabah.

3. Persyaratan kepribadian

customer service harus memiliki kepribadian yang baik seperti, murah senyu, sopan, dan lemah lembut melayani nasabah. *customer service* harus memberikan kesan pertama dan harus mengendalikan diri dalam melayani nasabah.

4. Persyaratan social

customer service harus memiliki jiwa sosial yang tinggi, bijaksana, dan memiliki budipekerti yang luhur. *customer service* harus pandai menyesuaikan diri dengan cepat dan bekerja sama dengan berbagai pihak.²³

Dasar-dasar pelayanan harus dikuasai oleh seorang *customer service* sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah yang sangat beragam. Berikut ini adalah dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami oleh seorang *customer service*.

- a) Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih, harus sepadan dengan kombinasi yang menarik antara baju dan celana yang dikenakan sehingga mampu menarik perhatian pelanggan seakan terkesan bagi pelanggan yang dilayani.

²³ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hal. 194-195.

- b) Percaya diri, bersikap akrab, penuh dengan senyum, seorang customer service harus tegas, tidak boleh ragu-ragu, dan seakan mengenal nasabah sudah lama, serta murah senyum agar nasabah tidak bosan.
- c) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal.
Pada saat nasabah datang petugas *customer service* harus segera menyapa dan kalau sudah bertemu sebelumnya usahakan menyapa dengan menyebutkan namanya. Namun jika belum kenal dapat menyapa dengan sebutan Bapak/Ibu, apa yang dapat kami bantu.
- d) Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan, Usahakan pada saat melayani nasabah dalam keadaan tenang, tidak terburu-buru, sopan santun dalam bersikap, menghormati tamu serta tekun mendengarkan sekaligus berusaha memahami keinginan konsumennya.
- e) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar. Artinya dalam berkomunikasi dengan nasabah gunakan Bahasa Indonesia yang benar atau bahasa daerah yang benar pula. Suara yang digunakan harus jelas dalam arti mudah dipahami dan jangan menggunakan istilah-istilah yang sulit dipahami oleh nasabah.
- f) Jangan menyela dan memotong pembicaraan. Pada saat nasabah sedang berbicara usahakan jangan memotong atau menyela pembicaraan. Kemudian hindarkan kalimat yang bersifat teguran atau sindiran yang

dapat menyinggung perasaan nasabah. Kalau terjadi sesuatu usahakan jangan berdebat.

g) Mampu meyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan. Artinya Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan nasabah dengan aguman-agumen yang masuk akal. Petugas customer service juga harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

h) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan. Artinya jika ada pertanyaan atau permasalahan yang tidak sanggup dijawab atau diselesaikan oleh *customer service*, maka harus meminta bantuanpetugas yang mampu. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani. Artinya jika pada saat tertentu, petugas *customer service* sibuk dan tidak dapat melayani salah satu nasabah, maka beritahukan kepada nasabah kapan akan dilayani.²⁴

Dalam melayani sangat diperlukan berbagai sikap customer service yang mampu menarik minat nasabah dalam berhubungan dengan customer service. Intinya, nasabah betah dan tidak bosan bila berhubungan dengan customer service. Kemudian nasabah juga tidak merasa tersinggung oleh sikap customer service yang mereka

²⁴ Kasmir, Pemasaran Bank., Jakarta:Kencana, 2005, hal. 205

anggap tidak pantas. Beberapa sikap harus diteladani oleh seorang *customer service* adalah sebagai berikut:

- a) Beri kesempatan nasabah berbicara untuk mengemukakan keinginannya. Dalam hal ini petugas harus dapat menyimak dan berusaha memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.
- b) Dengarkan baik-baik Selama nasabah mengungkapkan pendapatnya dengar dan simak baik-baik tanpa membuat gerakan yang dapat menyinggung nasabah, terutama gerakan tubuh yang dianggap kurang sopan.
- c) Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai bicara Sebelum nasabah selesai bicara petugas *customer service* dilarang memotong dan menyela pembicaraan. Usahakan nasabah sudah benar-benar selesai bicara baru petugas *customer service* menanggapinya.
- d) Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai bicara Pengajuan pertanyaan kepada nasabah baru dilakukan apabila nasabah sudah selesai bicara. Pengajuan pertanyaan hendaknya dengan bahasa yang baik, singkat dan jelas.
- e) Jangan marah dan mudah tersinggung Cara bicara, sikap atau nada bicara, jangan sekali-kali menyinggung nasabah. Kemudian *customer service* jangan mudah marah terhadap nasabah yang temperamen tinggi.²⁵

²⁵ Awaluddin, Manajemen Bank Syariah, h. 28.

5. Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah

a. kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah merupakan refleksi penilaian nasabah terhadap jasa yang mereka rasakan pada waktu tertentu atau bisa dikatakan sebagai pengalaman sejati atau keseluruhan kesan nasabah atas pengalamannya menggunakan jasa perbankan.²⁶

Tse dan Wilto (1998) dalam Tjiptono mendefinisikan kepuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya). Kepuasan nasabah dinilai berdasarkan penilaian nasabah ketika menerima pelayanan jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh nasabah tersebut pada saat menerima pelayanan. Menurut Budiarto dan Dolly ada tiga tingkat kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Pelanggan sangat puas, yaitu jika layanan yang diterima dari sesuai dengan layanan yang diharapkan.
- 2) Pelanggan puas, yaitu jika layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan.
- 3) Pelanggan yang tidak puas, yaitu jika layanan yang diterima tidak sebagus layanan yang diharapkan.²⁷

²⁶ MA. Riza Rahmana, Analisis Faktor-faktor yang Menentukan Kepuasan Nasabah Pinjaman dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah (Tesis, Magister, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang, 2008), h. xxii.

²⁷ Philip Kotler, *Manajemen pemasaran di Indonesia* : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian (Jakarta; Salemba Empat. 2002), h. 202.,

Dalam fungsi utilitas dijelaskan besarnya kepuasan yang didapat serang konsumen dari konsumsi barang dan jasa yang dikonsumsi, semakin besar kepuasan yang diperoleh, kemudian mencapai puncaknya (titik jenuh) pada jumlah konsumsi tertentu. Kotler menyatakan bahwa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:²⁸

a. Sistem keluhan dan saran (*Complain and suggestion system*)

Perusahaan meminta keluhan dan saran dari pelanggan dengan membuka kotak saran baik melalui surat, telepon bebas pulsa, customer bot line, kartu komentar, kotak saran maupun berbagai sarana keluhan lainnya. Informasi ini dapat memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut, konsumen akan menilai kecepatan dan ketanggapan perusahaan dalam menangani kritik dan saran yang diberikan.

b. Survei pelanggan (*Customer surveys*)

Diharapkan dari survei ini mendapat umpan balik yang positif dari konsumen. Survei ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi atau pelanggan diminta mengisi angket.

c. Pembeli bayangan (*Ghost shopping*)

Perusahaan menempatkan orang tertentu baik orang lain maupun dari level manajemen sendiri sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaan sendiri. Pembeli bayangan ini akan memberikan laporan keunggulan dan kelemahan petugas pelayan yang melayaninya. Juga

²⁸ Farida Jasfar, Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu, Bogor: Ghalia Indonesia 2005, h.50.

dilaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen. Hal ini sebagai upaya mencari solusi dari sudut pandang konsumen.

d. *Analisa kehilangan pelanggan (Lost customer analysis)*

Pelanggan yang hilang akan dihubungi, kemudian diminta alasan untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti. Pindah ke perusahaan lain adalah suatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi. Misalkan ada nasabah yang menutup rekeningnya, maka bank harus menghubungi nasabah tersebut dan menanyakan alasan penutupan dan apabila masalah atau ketidakpuasan terhadap pelayanan bank maka harus dicarikan jalan keluar agar tidak ada lagi nasabah yang pindah atau menutup rekeningnya.

Analisis kepuasan konsumen akan memainkan peranan penting pula dalam merancang kebijakan publik. Bagi pengambil kebijakan bidang ekonomi, suatu negara memerlukan kajian ini untuk melindungi konsumen. Bagi kalangan akademis, kajian ini akan dapat dipergunakan untuk memperdalam pengetahuan tentang kepuasan konsumen dan kaitannya dalam pengambilan keputusan strategi pemasaran

b. Strategi meningkatkan kepuasan nasabah

a) *Relationship marketing strategy* (strategi pemasaran berkesinambungan)

Menjalin hubungan yang baik secara terus menerus (berkesinambungan) dengan nasabah, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi juga hubungan jangka panjang. Nasabah puas dan loyal pada bank. Oleh

karena itu, bank harus terus memelihara dan meningkatkan pelayanannya sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah. Bank harus mampu menjalin tali silaturahmi yang baik dengan nasabah, agar nasabah merasa bank sebagai rumah kedua mereka. Hal ini akan mampu meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank.

b) Strategi pelayanan prima

Menawarkan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Usaha ini biasanya membentuk biaya yang cukup besar, tetap juga memberikan dampak yang besar (positif) kepada nasabah.

Dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa, nasabah adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Nasabah adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk. Nasabah adalah Seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain.

Petugas *Customer Service* harus menganggap nasabah adalah raja, artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat bank atau derajat *Customer service* itu sendiri. Kedatangan nasabah ke bank adalah ingin memenuhi hasrat atau keinginannya agar terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi atau keluhan-keluhan. Jadi tugas

Customer service adalah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir, merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. kerangka pikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variable yang akan diteliti.²⁹ Dalam penelitian ini penulis membuat skema kerangka pikir untuk menggambarkan dan memperjelas agar mudah mengetahui apakah usaha tersebut sukses atau tidak sukses.

Kerangka pikir yang dikemukakan dalam penelitian ini, adalah gambaran atau proses yang digunakan untuk mengarahkan penelitian mengumpulkan data tentang pengaruh ketepatan waktu layanan customer service terhadap kepuasan nasabah. peneliti juga menggambarkan skema dalam penelitian ini sebagai berikut:



²⁹Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan, (Cet. XV; Bandung: Alfabeta, 2012), h.91.

D. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, maka dapat disusun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ho : tidak ada pengaruh antara ketepatan waktu layanan Customer Service terhadap kepuasan nasabah di BNI Syariah Masamba

Ha : ada pengaruh antara ketepatan waktu layanan customer service terhadap kepuasan nasabah di pBank BNI Syariah Masamba.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sumber Penelitian

Jenis penelitian ini ialah kuantitatif. kuantitatif ialah penelitian yang dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian disertai dengan tabel grafik, bagan atau tampilan lainnya. Penelitian kuantitatif dituntut menggunakan angka-angka. Dalam hal ini peneliti membagikan kuesioner (angket) yang kemudian diubah menjadi data berupa angka agar dapat diuji secara kuantitatif dengan bantuan program SPSS 22.

B. Lokasi penelitian

Penelitian yang dilakukan yakni BNI Syariah Masamba, jln baliase pasar sentral Masamba. Waktu penelitian berlangsung selama 1 bulan,terhitung dari bulan januari 2019 sampai bulan februari 2019, yang dilakukan dari tanggal 22 januari sampai tanggal 22 februari.

C. Sumber Data

Adapun data yang penulis gunakan dalam penelitian ini bersumber dari dua sumber data yaitu:

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini dalam penelitian ini yaitu berupa angket (kuesioner),dimana hasil data yang sudah dikumpulkan dan

diperoleh langsung dari sumber utama yaitu nasabah BNI Syariah Masamba.³⁰

2. Data Sekunder

Data sekunder sendiri merupakan data yang telah diolah yang diambil dari skripsi terdahulu, jurnal maupun data-data lain yang memiliki kesamaan dengan masalah penelitian..

D. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.³¹ Dari pengertian tersebut maka yang menjadi subjek penelitian adalah nasabah BNI Syariah Masamba.

2) Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut yang menjadi perhatian.³² Dalam penelitian ini yang menjadi populasi dari sampel penelitian saya yakni nasabah BNI Syariah Masamba dan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Non probability* yakni teknik *sampling insidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang

³⁰ Aswar, *Pengantar metode statistik*, (cet. 11 ; Jakarta : LP3ES.1998), H.91

³¹ Aswar, *Pengantar metode statistik*, (cet.11; Jakarta; LP3JES. 1998), h.91.

³² Sugiyono, *metode penelitian bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h.116.

kebtulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Kemudian Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow* hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus *Lemeshow* yaitu:

Keterangan :

n: jumlah sampel

z : derajat kemaknaan (1,960)

p : proporsi estimasi (0,25)

d : *alpha* (0,1)atau sampling error 10 %)³³

Berdasarkan rumus diatas, maka dengan menggunakan dapat diperoleh sampel sebagai berikut:

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah 72. Namun pada saat melakukan penyebaran angket terdapat 2 sampel yang tidak mengisi koesioner secara keseluruhan sehingga peneliti hanya mengolah data 70 sampel.

³³ Sugiyono, metode penelitian bisnis, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.56.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini maka pelaksanaanya dilakukan dengan cara:

1) Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data langsung yang terkait dengan penelitian ini. Metode ini penulis gunakan untuk memperoleh data dan informasi ,melalui penelitian lapangan. Teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah proses pencatatan secara langsung pola perilaku subyek (orang),objek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.

Penggunaan teknik observasi langsung memungkinkan bagi peneliti untuk mengumpulkan data mengenai perilaku dan kejadian secara detail. Peneliti dalam observasi langsung tidak berusaha untuk memanipulasi kejadian yang diamati.

b. Kuesioner (angket)

Menurut Syofyan Siregar, kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang.³⁴

Kuesioner (angket) dalam penelitian ini yaitu dengan mengajukan serangkaian pertanyaan yang dibuat dalam daftar pertanyaan penelitian, yang berkaitan tentang pengaruh pelayanan customer service terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah Masamba. Adapun skala yang digunakan peneliti didalam instrument ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena tertentu. Data diolah dengan menggunakan skala likert dengan jawaban atas pertanyaan yaitu skala nilai 1-5.³⁵ nilai yang dimaksud adalah skor atas jawaban responden, dengan teknik skala likert yang pengukurannya sebagai berikut :

1. Untuk sangat tidak setuju diberi nilai = 1
2. Untuk tidak setuju diberi nilai = 2
3. Untuk kurang setuju diberi nilai = 3
4. Untuk setuju diberi nilai = 4
5. Untuk sangat setuju diberi nilai = 5

Instrumen yang akan dibagikan ke responden terlebih dahulu akan diuji validitas dan reliabilitas. Suatu skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

³⁴ Syofyan Siregar, *Metode penelitian kuantitatif*, (Jakarta; PT Jafar Interpretama Mandiri, 2003), h.44

³⁵ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 78.

Instrument yang valid berarti instrument tersebut dapat mengukur apa saja yang seharusnya diukur

c. Dokumentasi

Peneliti menggunakan teknik ini sebagai teknik pengumpulan data sekunder dalam bentuk teks, seperti sejarah BNI Syariah. Tidak hanya itu peneliti juga mengumpulkan data dalam bentuk gambar.

2) Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui beberapa literatur, artikel, karya ilmiah, dan bahan analisis yang berkaitan dengan penelitian ini, menggunakan metode pencarian informasi dari buku-buku, sosial media dan sumber-sumber lain yang relevan yang berkaitan dengan apa-apa saja masalah yang akan dibahas dalam masalah penelitian ini mengenai apa yang ingin diteliti.

F. Instrumen Penelitian

Adapun instrument penelitian ini diperoleh dengan mengumpulkan data dari data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner (angket) yang akan disebar dan dijawab oleh nasabah Bank BNI Syariah Masamba dalam bentuk pertanyaan skala likert. Data sekunder yaitu metode dokumentasi. Metode dokumentasi yang dilakukan peneliti dengan cara mengamati dengan membaca, melakukan kajian teoritik dan mencatat sebagai langkah relevan dari studi pustaka teori, serta studi pustaka hasil penemuan.

G. Teknik Instrumen data

Baik buruknya suatu penelitian tergantung dari benar tidaknya suatu data. Karena data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.³⁶

Dalam menguji tingkat validitas suatu instrumen dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu analisis faktor dan analisis butir. Dalam penelitian ini menggunakan analisis butir yaitu skor-skor total butir dipandang nilai X dan skor total dipandang sebagai nilai Y. Pengujian validitas menggunakan bantuan program SPSS 22.

Sebelum melakukan penelitian saya melakukan uji coba sebanyak 30 responden dimana keseluruhan item variabel penelitian memuat 15 pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Pengujian signifikan dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikan 0,05 dengan uji satu arah, didapatkan nilai $r_{df} = (N-2)$, maka $df = (30-2) = 28$ yaitu 0,306 (r tabel terdapat pada lampiran). Jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item dapat dinyatakan valid tapi jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item dinyatakan tidak valid.

³⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 168.

Hasil uji validitas untuk masing-masing instrumen variabel dapat dijelaskan tabel dibawah ini;

Tabel 3.1
Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected Item-Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
Ketepatan waktu	Kw1	0,594**	0,306	Valid
	Kw2	0,552**	0,306	Valid
	kw3	0,577**	0,306	Valid
	kw4	0,552**	0,306	Valid
	kw5	0,521**	0,306	Valid
	Kw6	0,546**	0,306	Valid
	Kw7	0,324**	0,306	Valid
	Kw8	0,344**	0,306	Valid
	Kw9	0,428**	0,306	Valid
	Kw10	0,443**	0,306	Valid

Kepuasan	Kn1	0,685**	0,306	Valid
Nasabah	Kn2	0,777**	0,306	Valid
	Kn3	0,734**	0,306	Valid
	Kn4	0,628**	0,306	Valid
	Kn5	0,859**	0,306	Valid

Sumber : output SPSS yang diolah

Berdasarkan tabel 3.1 sumber data output SPSS 2019 diatas dari masing-masing hasil penelitian diatas, semua variabel dapat dikatakan valid karena nilai correlation item total correlation lebih besar dari r tabel = 0,306. Dengan demikian dapat disimpulkan setiap variabel dalam penelitian ini adalah valid dan realibel sehingga dapat di analisis lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut cukup baik. Instrumen dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan suatu variabel dikatakan reliabel jika memberi nilai cronbach's Alpha > 0,60.³⁷

a. Jika alpha > 0,90 maka reliabilitas

³⁷ Riduwan dan sunarto, *pengantar statistic untuk penelitian*, (bandung: Alfabet, 2009),h. 354

- b. jika alpha antara 0,70- 0,90 maka reliabilitas tinggi
- c. jika alpha antara 0,50- 0,90 maka reliabilitas moderat
- d. jika alpha < 0,50 maka reliabilitas rendah.³⁸

Hasil uji realibitas untuk instrumen keseluruhan variabel dapat dijelaskan pada table dibawah ini:

Tabel 3.2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.635	15

Sumber :Output spss yang diolah

Berdasarkan tabel 3. 2 hasil olahan data reabilitas atas semua butir instrument peneliti diatas menunjukkan bahwa 2 variabel yaitu ketepatan waktu dan kepuasan nasabah Semuanya dianggap reliable sebab memiliki nilai croanch's alpha diatas 0,5 sebab nilai cronbach;s alpha diperoleh sebesar 0,635.

H. Teknik Analisis Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau yang menunjukkan fakta. Dengan demikian, maka penulis menggunakan pedoman uji validitas dan realibitas instrumen variabel, uji

³⁸ Perryroy Hilton dan charlotte brownlow, spss explained, dalam seta basri *Uji Validitas dan Reabilitas*, <http://setabasri01.blogspot.com/2012/04/uji-validitas-dan-reabilitas-item.html> diakses 26 januari 2019

statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dengan menggunakan analisis data regresi sederhana.

1. Analisis statistik deskriptif

Teknik merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.³⁹

2. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini akan diuji menggunakan metode regresi linear sederhana mengetahui pengaruh variabel-variabel yang terkait dalam penelitian. Model regresi sederhana harus memenuhi asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual dalam model regresi linier berganda memiliki distribusi normal atau distribusi tidak normal. Uji normalitas dikatakan berdistribusi normal jika probabilitas signifikannya $> 0,05$. Dimana uji normalitas ini bertujuan untuk mengkaji suatu variabel antara variabel X dan variabel Y untuk melakukan adanya regresi persamaan yang akan dihasilkan dari variabel tersebut, apakah variabel yang diperoleh berdistribusi normal (baik) atau malah berdistribusi tidak normal (tidak baik).⁴⁰

b. Uji linieritas

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian bisnis*, Cet 5; Bandung: Alfabeta, 2013, h. 206

⁴⁰ Sulyanto, uji asumsi klasik, <https://www.scribd.com/presentation/91823934/uji-asumsi-klasik-20091>, di akses pada (7 februari 2019), h. 8

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel independen (X) dan dependen (Y). uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki arti terdapat varian dalam model yang tidak sama, hal ini disebabkan variabel yang dipakai mempunyai nilai yang berbeda-beda yang menyebabkan nilai residu yang tidak konstan.⁴¹ Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk memastikan bahwa apakah dalam metode regresi bisa mengalami ketidaksamaan varians dan residual dilihat melalui satu pengamatan kemudian melakukan pengamatan lainnya. Jika dari satu pengamatan dan dilakukan pengamatan tetap mengalami ketetapan maka pengamatan tersebut menggunakan pengujian homoskedastisitas dan jika pengamatan bersifat berbeda menggunakan uji heteroskedastisitas.

3. Analisis regresi linier sederhana

Karena penelitian ini terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka menggunakan analisis regresi linier sederhana, dengan pengujian hipotesis menggunakan uji analisis regresi digunakan untuk mendapatkan hubungan fungsional antara dua variabel atau lebih atau mendapatkan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat atau meramalkan

⁴¹ Sulyanto, *Uji Asumsi Klasik*, <https://www.scribd.com/presentation/91823934/Uji-asmusi-klasik-20091>, h. 8 diakses tanggal (27 Desember 2018),

pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bx + e$$

Keterangan:

Y = variabel terikat yaitu kepuasan nasabah

X = ketepatan waktu customer service

a = bilangan konstan

b = koefisien arah regresi linier

4. Uji hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data. Keputusan dari uji hipotesis dibuat berdasarkan pengujian H_0 . Dalam pengujian hipotesis harus menentukan tolak ukur penerimaan dan penolakan yang didasarkan pada peluang penerimaan dan penolakan H_0 itu sendiri. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

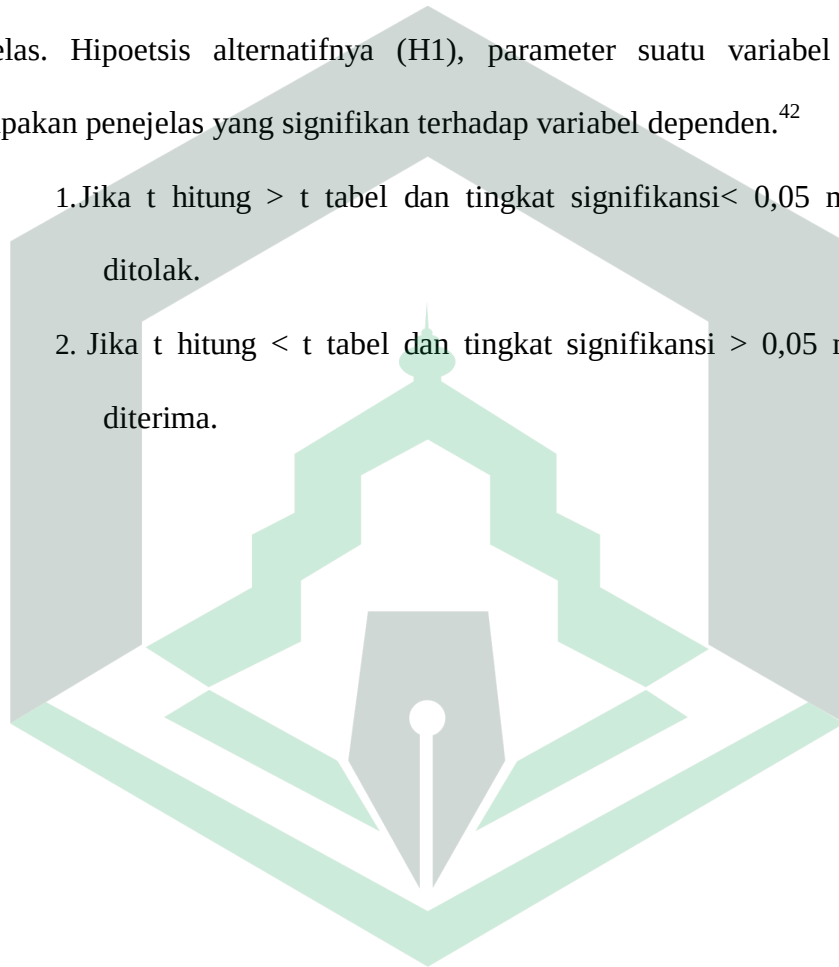
a. Uji Koefisien determinasi

Analisis koefisien determinasi (*Adjusted R²*) digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (ketepatan waktu) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah). Sehingga dapat diketahui variabel independen yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Perhitungan nilai koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkan nilai korelasi parsial setelah dilakukan pengujian dengan menggunakan program SPSS.

b. Uji t

Pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter sama dengan nol artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan variabel penjelas. Hipotesis alternatifnya (H_1), parameter suatu variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.⁴²

1. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ dan tingkat signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.
2. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ dan tingkat signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

⁴² Imam ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 UP Date PLS Reresi, (semarang: badan Penerbit, 2013), h. 178

1. Sejarah Singkat BNI Syariah

Awal terbentuknya BNI Syariah karena permintaan masyarakat akan perbankan yang pada akhirnya BNI Syariah membuka layanan perbankan sesuai dengan prinsip syariah dengan konsep dual system banking, yakni menyediakan layanan perbankan umum dan syariah. pada tanggal 29 april 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 kantor cabang dan 31 kantor cabang pembantu.

Di samping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di kantor cabang BNI Konvensional (office channelling) dengan kurang lebih 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan didalam Corporate Plan UUS BNI Tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan Spin Off tahun 2009. Disamping itu komitmen pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan sadar terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. Juni 2014 jumlah cabang BNI

Syariah mencapai 65 kantor cabang, 161 kantor cabang pembantu. 17 kantor kas, 22 mobil layanan gerakan dan 20 payment point.⁴³

2. Latar Belakang BNI Syariah Masamba

Pendiri awalnya adalah bank BNI Konvensional, kemudian merumuskan mendirikan Bank Syariah, dimana bank syariah urutan ke 5 setelah bank-bank sebelumnya, yang melatarbelakangi di dirikannya bank syariah yaitu karena banyaknya umat muslim 80% dengan memakai hukum-hukum syariah. Bni syariah KCP masamba di dirikan 1 Maret 2014.

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Prinsip syariah adalah prinsip hukum islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.

3. Visi Dan Misi BNI Syariah

a. Visi BNI Syariah

Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

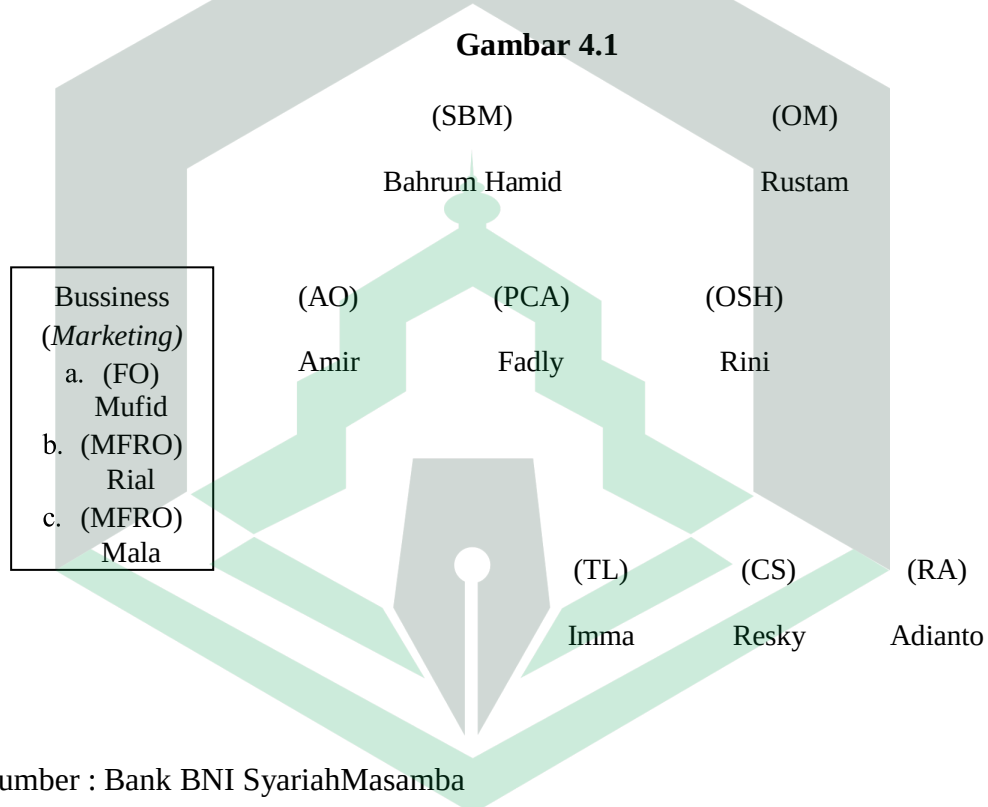
b. Misi BNI Syariah

- 1) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- 2) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.

⁴³ www.BNISyariah.co.id

- 3) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.⁴⁴

4. Struktur Organisasi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Masamba



Keterangan:

SubBranch Manager (SBM)

Operational Manager (OM)

Operational and Service Head (OSH)

Proses and Collecting Assistant (PCS)

Account Officer (AO)

⁴⁴ Bank BNI SyariahMasamba, diakses pada tanggal 24 januari 2019

Funding Officer (FO)

Remedial Assistant (RA)

Mikro Financing Risk Officer (MFRO)

Teller (TL)

Customer Service (CS)

B. Penyajian Data dan Pembahasan

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini meliputi analisis responden dan analisis statistik responden

a. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yaitu menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan dengan deskripsi karakteristik responden adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Karakteristik responden pada penelitian ini dapat dikategorikan dalam beberapa karakteristik responden, yaitu jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir.

1) Karakteristik responden berdasarkan usia

Table 4.2
Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 25 tahun	2	2,85%
25-40 tahun	47	67,1%
>40 tahun	21	30%

Total	70	100%
-------	----	------

Sumber: Data Primer diolah,2019

Dari tabel 4.2 tersebut, responden dalam penelitian ini yang berusia <25 tahun berjumlah 2 orang (2,85%), responden yang berusia 25-40 47 orang (67,1%) dan responden yang berusia >40 tahun 21 orang (30 %).

2) Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Pendidikan terakhir merupakan salah satu hal yang penting dalam penelitian ini, karena pendidikan seseorang akan mempengaruhi pendapat mereka mengenai suatu objek. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3

Pendidikan terakhir	Jumlah	Persentase
SD	4	5,71%
SMP	8	11,4%
SMA	37	52,8%
DIPLOMA	3	4,28%
S1	18	25,7%
TOTAL	70	100%

Sumber: Data Primer diolah,2019

b. Deskripsi Variabel Penelitian

1) Analisis indeks jawaban responden terhadap variabel ketepatan waktu (X)

Tabel 4.4

Jawaban Responden

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Total
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Customer service selalu ramah melayani nasabah	10	45	10	5	-	70
		14,2%	64,2%	14,2%	7,1%		100%
2.	Customer service dapat melayani dengan cepat dan sesuai prosedur.	3	35	27	5	-	70
		4,2%	50%	38,5%	7,1%		100%
3.	Customer service selalu siap melayani nasabah						

		8	42	15	5	-	70
		11,4%	60%	21,4%	7,1%		100%
4.	<i>Customer service</i>						
	sangat tanggap	16	40	9	5	-	70
	dalam melayani						
	nasabah						
		22%	57%	13%	7,1%		100%
5.	<i>Customer service</i>	7	39	20	4	-	70
	selalu menjaga						
	hubungan baik						
	dengan nasabah	10%	55%	28%	5,7%		100%
6.	<i>Customer service</i>						
	bertanggung jawab	9	49	8	4		70
	pada proses						
	pelayanan dari					-	
	awal hingga akhir	12,8%	70%	11,4%	5,7%		100%
7.	<i>Customer service</i>						
	berkomunikasi	13	36	20	1		70

	dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	18,5%	51,4%	28,5%	1,4%	6,5%	100%
8.	<i>Customer service</i> memahami kebutuhan nasabah	5	52	10	3	-	70
		7,1%	74%	14,2%	4,2%	-	100%
9.	Kecepatan proses dalam pemrosesan keluhan nasabah	2	38	17	8	5	70
		2,8%	54,2%	24,2%	11,4%	7,1%	100%
10.	Nasabah merasa aman dalam bertransaksi	20	46	2	2	-	70
		28,5%	65%	2,8%	2,8%	-	100%

Tabel di atas menjelaskan tanggapan mengenai variabel ketepatan waktu menunjukkan bahwa untuk pernyataan *Customer service* selalu ramah melayani nasabah responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau 14,2 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 45 orang atau 64,2 persen, responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 10 orang atau 14,2 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 5 Orang atau 7,1 persen, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan *Customer Service* dapat melayani dengan cepat dan sesuai prosedur responden yang memberikan jawaban sangat setuju

sebanyak 3 atau 4,2 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 35 orang atau 50 persen, , responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 27 orang atau 38,5 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 5 Orang atau 7,1 persen, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan *Customer Service* selalu siap melayani nasabah responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 8 atau 11,4 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 42 orang atau 60 persen, , responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 15 orang atau 21,4 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 5 Orang atau 7,1 persen, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan *Customer Service* sangat tanggap dalam melayani nasabah responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 16 atau 22 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 40 orang atau 57 persen, , responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 9 orang atau 13 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 5 Orang atau 7,1 persen, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan *Customer Service* selalu menjaga hubungan baik dengan nasabah responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 7 atau 10 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 39 orang atau 55 persen, , responden yang memberikan jawaban

kurang setuju sebanyak 20 orang atau 28 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 4 orang atau 5,7 persen, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan *Customer Service* bertanggung jawab pada proses pelayanan dari awal hingga akhir responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 9 atau 12,8 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 49 orang atau 70 persen, , responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 8 orang atau 11,4 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 4 orang atau 5,7 persen, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan *Customer Service* berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah di mengerti responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 13 atau 18,5 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 36 orang atau 51,4 persen, , responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 20 orang atau 28,5 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,4 persen, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan *Customer Service* memahami kebutuhan nasabah responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 3 atau 4,2 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 35 orang atau 50 persen, , responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 27 orang atau 38,5 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju

sebanyak 5 Orang atau 7,1 persen, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian untuk pernyataan kecepatan proses dalam pemrosesan keluhan nasabah responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 2 atau 2,8 persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 38 orang atau 54,2 persen, , responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 17 orang atau 24,2 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 8 Orang atau 11,4 persen, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 5 orang atau 7,1 persen.

Kemudian untuk pernyataan nasabah merasa aman dalam bertransaksi responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 20 atau 28,5, persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 46 orang atau 65 persen, , responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 2 orang atau 2,8 persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 2 Orang atau 2,8 persen, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

2) Analisis indeks jawaban responden terhadap variabel kepuasan nasabah (Y)

Tabel 4.5

		Jawaban Responden				
No	Pernyataan					
		SS	S	KS	TS	STS
		Total				

1.	Layanan <i>customer service</i> sesuai dengan yang diharapkan	5 7,1%	54 77,1%	11 15,7%	-	-	70 100%
2.	Kepuasan selama menjadi nasabah	6 8,5%	42 60%	22 31,4%	-	-	70 100%
3.	Merasa puas dengan layanan yang diberikan <i>customer service</i>	10 14,2%	55 78,5%	5 7,1%	-	-	70 100%
4.	Ketepatan waktu layanan <i>customer service</i> sesuai dengan yang diharapkan	19 27,1%	39 55,7%	11 15,7%	1 1,4%	-	70 100%
5.	Layanan <i>customer service</i> di BNI Syariah berkualitas	30 42,8%	33 47,1%	4 5,7%	3 4,2%	-	70 100%

Tabel di atas menjelaskan tanggapan mengenai variabel kepuasan nasabah menunjukkan bahwa untuk pernyataan, Layanan *customer service* sesuai dengan yang diharapkan responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 5 orang atau 7,1% persen, responden yang memberikan

jawaban setuju sebanyak 54 orang atau 77,1% persen, responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 11 orang atau 15,7% persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju tidak ada, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian pernyataan Kepuasan selama menjadi nasabah, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 6 orang atau 8,5% persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 42 orang atau 60 % persen, responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 22 orang atau 31,4% persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju tidak ada, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian pernyataan Merasa puas dengan layanan yang diberikan *customer service*, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau 14,2% persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 55 orang atau 78,5 % persen, responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 5 orang atau 7,1% persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju tidak ada, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian pernyataan Ketepatan waktu layanan *customer service* sesuai dengan yang diharapkan, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 19 orang atau 27,1% persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 39 orang atau 55,7 % persen, responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 11 orang atau 15,7% persen,

responden yang memberikan jawaban tidak setuju 1 orang atau 1,4% , dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Kemudian pernyataan Layanan *customer service* di BNI Syariah berkualitas, responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 30 orang atau 42,8% persen, responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 33 orang atau 47,1 % persen, responden yang memberikan jawaban kurang setuju sebanyak 4 orang atau 5,7% persen, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 3 orang atau 4,2% , dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

C. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak biasa dan konsisten.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Salah satu metode uji normalitas yaitu dengan uji One Sample Kolmogorov Smirnov. One Sample Kolmogorov Smirnov digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi secara normal atau tidak. Dengan pengujian residual berdistribusi normal jika nilai signifikan lebih dari

0,05. Untuk analisisnya dengan menggunakan output SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel “One Sample Kolmogorov Smirnov Test”

Tabel 4.6
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.69444302
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.069
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tampilan output one sample kolmogov-smirnov test pada tabel 4.4, diketahui bahwa nilai signifikan Asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,200 karena lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$) maka nilai residual tersebut telah norma

b. Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel independen (X) dan dependen (Y). uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05.

Tabel 4.7
Uji linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan nasabah * ketepatan waktu	Between Groups	(Combined)	72.526	16	4.533	.848	.628
		Linearity	19.642	1	19.642	3.675	.061
		Deviation from Linearity	52.884	15	3.526	.660	.811
	Within Groups		283.245	53	5.344		
Total			355.771	69			

Adapun pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah dapat dilakukan dengan dua cara yakni dengan melihat nilai signifikansi dan nilai f

1. Berdasarkan nilai signifikansi dari sumber data spss diatas diperoleh nilai deviation from linearity signifikansi ialah 0,811 lebih besar dari 0,005. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel ketepatan waktu (x) dengan variabel kepuasan nasabah (y).
2. Berdasarkan nilai F yakni dari sumber spss diatas nilai F hitung adalah $0.660 < F \text{ tabel } 3.98$ karna nilai F hitung lebih kecil dari F tabel maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel ketepatan waktu (X) dengan variabel kepuasan nasabah(y).

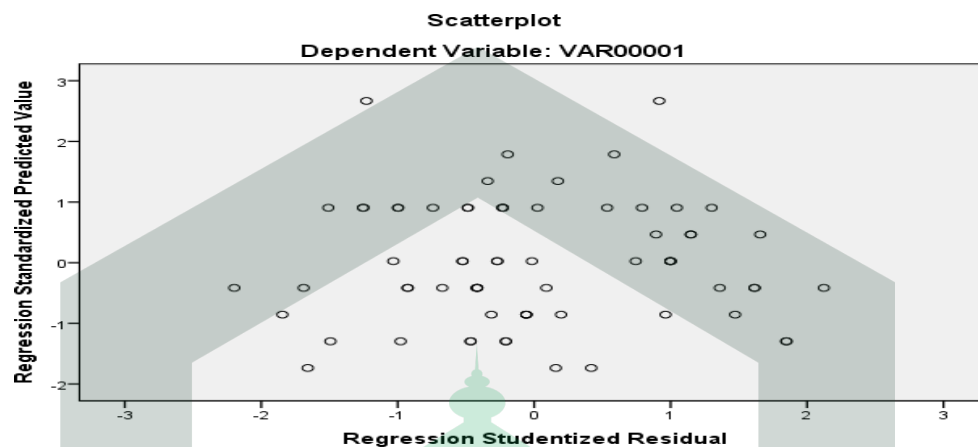
c. Uji Heteroskedastisitas

Metode heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada scatterplot regresi. Metode ini dilakukan dengan cara melihat grafik scatterplot antara standardized predicted value (ZPREED) dengan studentized residual (SRESID), ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SPRESID dan ZPREED dimana sumbu Y adalah adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$), dasar pengambilan keputusan yaitu :

- a. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (gelombang, melebur kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

Tabel 4.8



Berdasarkan gambar diatas tidak menunjukkan suatu pola selain itu titik terbesar dibawah dan diatas angka 0. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

2.Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistic dalam analisis regresi berganda yang digunakan adalah dengan bantuan program SPSS for Windows versi 22. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut

Tabel 4.9
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	25.212	2.697		9.349	.000		
	ketepatan waktu	.136	.071	-.227	1.921	.059	1.000	1.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Persamaan Regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 25,212 + 0,136X$$

Angka-angka ini dapat diartikan sebagai berikut :

1. Angka konstanta dari unstandardized coefficients dalam penelitian ini sebesar 25,212 angka ini merupakan angka konstanta yang berarti ketepatan waktu layanan *customer service* mengalami kenaikan maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 25,212.
2. Koefisien regresi variabel ketepatan waktu (X) sebesar positif 0,136 .jika ketepatan waktu mengalami kenaikan koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan nilainya sebesar 1 ,maka kepuasan nasabah (Y) akan

mengalami peningkatan sebesar 0,136 .koefisien nilai positif antara ketepatan waktu dengan kepuasan nasabah.

3.Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel independen (pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, pengetahuan pemakaian) secara individu berpengaruh pada variabel dependen (pengambilan keputusan), maka digunakan uji t dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan derajat kebebasan (df) sebesar 0,05 diperoleh t tabel sebesar 1,66.(Lihat pada tabel t).

Tabel 4.10
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	25.212	2.697		9.349	.000		
ketepatan waktu	.136	.071	-.227	1.921	.059	1.000	1.000

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Untuk menguji apakah ada pengaruh masing-masing variabel ketepatan waktu secara bersama-sama mempunyai pengaruh (kontribusi) terhadap kepuasan nasabah, maka dilakukan uji t (uji persial) dengan tingkat kepercayaan 44 % ada syarat yang perlu diperhatikan dalam melakukan uji hipotesis ini, agar H_0 ditolak yaitu dengan perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dengan menggunakan formulasi sebagai berikut :

1. Uji Hipotesis untuk variabel ketepatan waktu (X)

Uji hipotesis untuk variabel ketepatan waktu(X) terhadap kepuasan nasabah dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

H_0 = (tidak ada pengaruh antara X terhadap Y)

H_a = (ada pengaruh antara X terhadap Y)

Oleh karena itu $t_{hitung} (1,921) > t_{tabel} (1,66)$, dengan demikian pengujian menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dikatakan ada pengaruh yang signifikan antara ketepatan waktu terhadap kepuasan nasabah.

b. uji koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi variabel lain. Nilai koefisiensi ini antara 0 dan 1, jika hasil mendekati angka 0 berarti kemanapun variabel-variabel indenpenden dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati 1 berarti variabel-variabel indenpenden memberikan hampir semua

informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk analisisnya dengan menggunakan output SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel “Model Summary”.

Tabel 4.11
Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 ^a	.393	.401	3.228

a. Predictors: (Constant), ketepatan waktu

Berdasarkan tampilan output model summary pada tabel 4.7 , besarnya adjusted R^2 (koefisien determinasi yang telah disesuaikan) adalah 0,393 nilai menunjukkan bahwa 39,3% kepuasan nasabah dijelaskan oleh 1 variabel indenpenden yaitu ketepatan waktu. Sedangkan sisanya 60,7% dijelaskan oleh variabel lain.

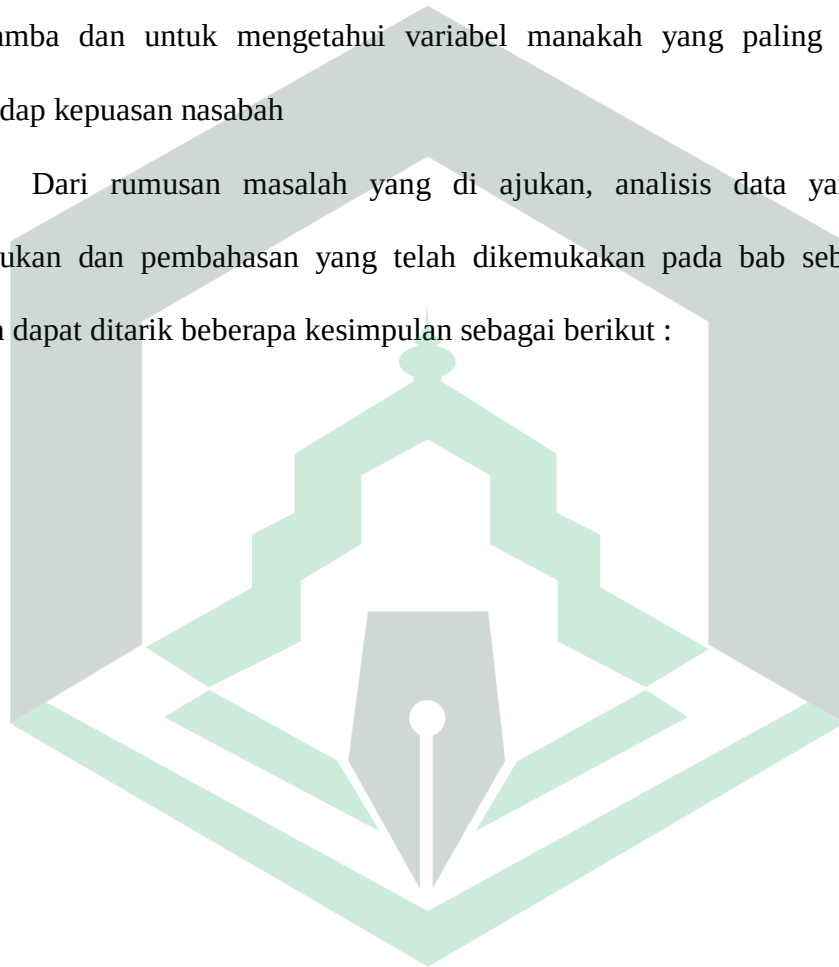
BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketepatan waktu layanan *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah Masamba dan untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan terhadap kepuasan nasabah

Dari rumusan masalah yang di ajukan, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :



1. Berdasarkan uji secara simultan/bersama-sama (Uji F) ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel indenpenden (bebas) yaitu modal (X) bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (terikat) yaitu variabel pendapatan (Y), dimana diketahui nilai $F_{hitung}(4,689) > F_{tabel}(3,98)$.
2. Dari hasil pengujian variabel ketepatan waktu mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada BNI Syariah Masamba.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan melakukan perhitungan dari data yang dikumpulkan, maka ada beberapa saran yang ingin penulis kemukakan yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya diharap dapat meneliti dengan variabel-variabel diluar variabel yang diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
2. Ketepatan waktu Pelayanan *Customer Service* mempunyai nilai pengaruh positif dan signifikan yang cukup tinggi terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah mempertahankan ketepatan waktu layanan *customer service* dan kalau bias lebih di tingkatkan lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Amir Machmud.2010.*Bank Syariah*.Jakarta:Erlangga

Aswar,*Pengantar metode statisistik*,(cet.11;Jakarta; LP3JES. 1998)

Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 168.

Abuzar Asra , Slamet Sutomo, *Pengantar Statistika II* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), h. 75.

Budianto Aris ,”pengaruh Ketepatan waktu,kualitas pelayan dan fasilitas terhadap kepuasan masyarakat(fisip)

Departemen Agama RI, *Al-quran dan Terjemahnya*, h. 103.

Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008),

Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia 2005, h.50.

Ghozali, Imam *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 UP Date PLS Regresi*, (semarang: badan Penerbit, 2013), h. 177

Kasmir,*Etika Customer Service*(Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2005)

Kasmir, *pemasaran bank* .(Jakarta:Kencana prenada media),2004.

MA. Riza Rahmana, *Analisis Faktor-faktor yang Menentukan Kepuasan Nasabah*

Pinjaman dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah (Tesis, Magister, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro, Semarang, 2008)

Nuratika, Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan Customer Service pada PT. Bank

SulSelBar KCP Makassar, Skripsi (Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin, 2013).

Novi Frasista, pengaruh kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank central Asia, TBK. skripsi (Jakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bisnis Islam)

Perryroy Hilton, charlotte brownlow, spss explained, dalam seta basri *Uji Validitas dan Reabilitas*, <http://setabasri01.blogspot.com/2012/04/uji-validitas-dan-reabilitas-item.html> diakses 26 januari 2019

Philip Kotler, *Manajemen pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian* (Jakarta; Salemba Empat. 2002), h. 202.,

Riduwan dan sunarto, *pengantar statistic untuk penelitian*, (bandung: Alfabet, 2009), h. 354

Rahman M. Fazlur, Persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan pada Bank Muamalat Cabang pembantu Sampit, 2016, Skripsi, IAIN Palangka Raya

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Cet. XV; Bandung: Alfabeta, 2012), h. 91.

Sugiyono, *metode penelitian bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 116.

Siregar Syofian, *Metode penelitian kuantitatif*, (Jakarta; PT Jafar inter pratama Mandiri, 2003).

Sulyanto, uji asumsi klasik, <https://www.scribd.com/presentation/91823934/uji-asumsi-klasik-20091>, di akses pada (7 februari 2019), h. 8

www.BNI syariah.co.id

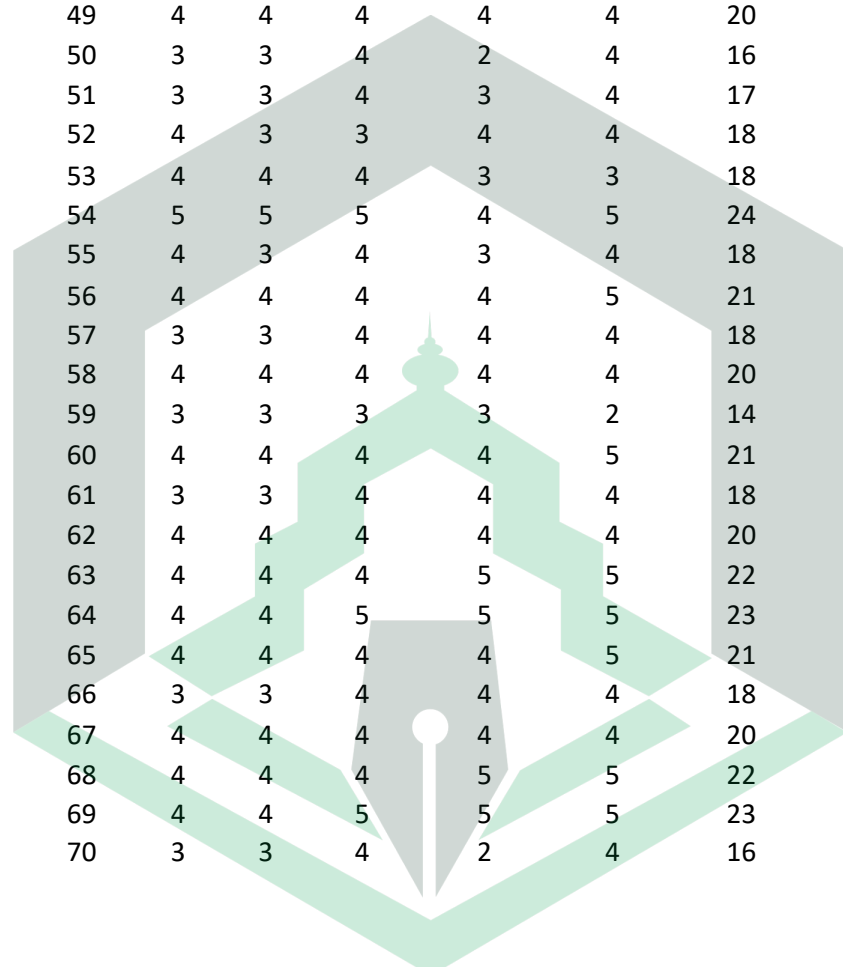
Ketepatan waktu

no	kw1	kw2	kw3	kw4	kw5	kw6	kw7	kw8	kw9	kw10	skor
1	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
2	2	2	2	2	4	4	3	3	3	4	29
3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	34
4	5	4	3	4	3	3	4	4	3	5	38
5	4	4	4	4	3	3	5	4	3	4	38
6	5	4	4	4	5	5	4	4	3	5	43
7	4	3	4	2	2	2	4	4	2	4	31
8	5	5	4	4	4	4	4	4	2	2	38
9	4	4	2	2	4	3	5	4	2	4	34
10	3	3	4	4	4	5	3	4	3	4	37
11	3	4	3	4	5	4	3	3	1	4	34
12	5	3	3	4	4	4	3	4	3	4	37
13	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5	42
14	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	36
15	4	3	5	5	3	4	4	2	2	4	36
16	2	2	3	4	2	2	3	4	4	5	31
17	2	2	2	4	3	4	5	4	3	4	33
18	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
19	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	36
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
21	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	43
22	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	42
23	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	36
24	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	36
25	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	43
26	5	3	3	4	4	4	3	4	3	4	37
27	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5	42
28	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	43
29	5	4	4	4	5	5	4	4	3	5	43
30	4	3	4	2	2	2	4	4	1	4	30
31	5	5	4	4	4	4	4	4	2	2	38
32	4	4	2	2	4	3	5	4	2	4	34
33	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	40
34	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
36	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	43
37	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	42
38	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	36
39	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
40	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	37

41	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	36
42	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	45
43	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	35
44	4	3	4	4	3	4	4	4	1	4	35
45	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	43
46	5	3	3	4	4	4	3	4	3	4	37
47	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	38
48	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	37
49	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	40
50	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	41
51	4	3	4	4	3	5	4	5	4	4	40
52	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	38
53	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	36
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	4	4	4	3	3	4	2	2	4	4	34
56	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	37
57	3	3	3	4	3	5	5	4	1	4	35
58	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	37
59	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	43
60	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	45
61	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	37
62	4	3	5	5	3	4	4	4	4	5	41
63	2	2	3	4	2	2	3	4	4	4	30
64	2	2	2	4	3	4	3	4	4	4	32
65	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	39
66	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
67	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	41
68	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	37
69	4	3	4	4	3	4	4	4	1	4	35
70	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	39

Kepuasan Nasabah

no	kl1	kl2	kl3	kl4	kl5	skor
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	5	21
3	3	3	4	4	4	18
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	5	5	22
6	4	4	5	5	5	23
7	5	5	4	4	5	23
8	4	4	4	5	5	22
9	4	4	4	4	5	21
10	4	5	4	4	5	22
11	4	3	4	4	5	20
12	4	3	3	4	4	18
13	4	4	4	3	3	18
14	5	5	5	4	5	24
15	4	3	4	3	4	18
16	4	4	4	4	5	21
17	3	3	4	4	4	18
18	4	4	4	4	4	20
19	3	3	3	3	2	14
20	4	3	4	3	4	18
21	4	4	4	4	5	21
22	4	4	4	4	5	21
23	5	4	4	3	5	21
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	5	5	22
26	4	4	5	5	5	23
27	4	3	4	4	4	19
28	4	4	4	5	4	21
29	4	4	4	3	3	18
30	5	5	5	4	5	24
31	4	3	4	3	4	18
32	4	4	4	4	5	21
33	3	3	4	4	4	18
34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	4	5	5	22
36	4	4	5	5	5	23
37	4	3	4	4	4	19
38	4	4	4	5	4	21
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	5	5	22



41	4	4	5	5	5	23
42	4	3	4	4	4	19
43	4	4	4	5	4	21
44	4	4	5	5	5	23
45	4	3	4	4	4	19
46	4	4	4	5	4	21
47	4	3	3	4	3	17
48	4	4	4	4	2	18
49	4	4	4	4	4	20
50	3	3	4	2	4	16
51	3	3	4	3	4	17
52	4	3	3	4	4	18
53	4	4	4	3	3	18
54	5	5	5	4	5	24
55	4	3	4	3	4	18
56	4	4	4	4	5	21
57	3	3	4	4	4	18
58	4	4	4	4	4	20
59	3	3	3	3	2	14
60	4	4	4	4	5	21
61	3	3	4	4	4	18
62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	5	5	22
64	4	4	5	5	5	23
65	4	4	4	4	5	21
66	3	3	4	4	4	18
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	5	5	22
69	4	4	5	5	5	23
70	3	3	4	2	4	16

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Mila Sari, lahir pada tanggal 13 juni 1997 di Udu Desa Tandung Kecamatan Malangke Lahir dari pasangan Ayahanda Andi Pasauri dan ibunda Minahari Ombong, anak ke dua dari lima bersaudara dan mempunyai satu adik laki-laki dan dua adik perempuan.

Pada tahun 2003 dengan izin Allah swt. Penulis menginjakkan kaki di bangku SDN. 125 Udu menamatkan sekolah dasar pada tahun 2009. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 3 Malangke Barat dan selesai pada tahun 2012. Pada tahun yang sama 2012 penulis berhasil mengenyam pendidikan di SMA Negeri 2 Malangke Barat dan menamatkan pendidikannya pada tahun 2015.

Atas keinginan yang kuat untuk melanjutkan pendidikan, penulis diterima di salah satu perguruan tinggi negeri yang ada di tanah luwu STAIN (Sekolah Tinggi Islam Negeri) Palopo yang kini beralih menjadi IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Palopo dengan Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Pada saat sekarang ini, penulis telah menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan judul skripsi “ Pengaruh Ketetapan Waktu Layanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BNI Syariah Masamba”