

Analisis Pengaruh Syariah Compliance dan Assurance terhadap Kepuasan Nasabah BMT Barokatul Umah di Kabupaten Merauke

Orin Verawati Ramadani

Universitas Musamus Merauke
email: orinramadani020@gmail.com

Abd Rahman Kadir

Universitas Hasanuddin Makassar
email: rahmankadir90@yahoo.com

Abdullah Sanusi

Universitas Hasanuddin Makassar
email: a.sanusi@unhas.ac.id

Abstract: This study aims to determine the effect of Syariah Compliance and Assurance on customer satisfaction partially and simultaneously. In this study using a quantitative approach and multiple linear regression. The object of this research is the employees and customers of BMT Barokatul Ummah in Merauke Regency. While the data collection techniques are using interviews, questionnaires, and literature studies. The results of this study indicate that the Syariah Compliance and Assurance dimension has been implemented well, and has a positive and significant influence on customer satisfaction at the BMT Barokatul Ummah. This means that the Syariah Compliance and Assurance dimensions are further enhanced, customer satisfaction is getting higher.

Keywords: Customer satisfaction; Compliance; Assurance

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Shariah Compliance* dan *Assurance* terhadap kepuasan nasabah secara parsial dan simultan. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan regresi linier berganda. Objek dalam penelitian ini adalah pimpinan dan nasabah BMT Barokatul Ummah di Kabupaten Merauke. Sedangkan teknik pengumpulan data yaitu menggunakan wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *Shariah Compliance* dan *Assurance* telah dijalankan dengan baik, dan mempunyai pengaruh positif dan signifikan kepada kepuasan nasabah pada BMT Barokatul Ummah. Artinya semakin ditingkatkan dimensi *Shariah Compliance* dan *Assurance* maka kepuasan nasabah semakin tinggi.

Kata Kunci: Kepuasan nasabah, *Compliance*; *Assurance*

Pendahuluan

Bank syariah sebagai lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan dengan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh seorang karyawan kepada nasabah hendaknya bisa memberikan kepuasan, kenyamanan pada nasabah, sehingga seorang nasabah merasa dirinya dilayani dengan apa yang diinginkan oleh nasabah tersebut, seorang karyawan harus memiliki kemampuan yang dapat membuat nasabahnya mempercayai dirinya, jika nasabah merasa percaya akan pelayanan yang diberikan, maka nasabah akan merasa nyaman. Seorang karyawan harus peduli pada nasabah yang membutuhkan pelayanan sehingga dapat mewujudkan keinginan seorang nasabah.

Dalam memberikan kepuasan kepada nasabah, perusahaan perbankan harus dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan keunggulan produknya. Semakin baik kualitas pelayanannya, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap perusahaan perbankan tersebut. Tingkat kepuasan nasabah menjadi tolak ukur keberhasilan suatu perusahaan perbankan tersebut.

Metode pengukuran kualitas pelayanan yang biasa digunakan untuk mengukur kualitas pada perbankan konvensional serta banyak digunakan luas adalah metode SERVQUAL. Metode SERVQUAL didasarkan pada “*Gap Model*” yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Metode SERVQUAL didasarkan pada lima dimensi yaitu, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. *Servqual* tidak cukup untuk mengukur kualitas pada perbankan syariah. Othman dan Owen mengembangkan model yang disebut dengan model CARTER. Model CARTER merupakan suatu pengukuran kualitas pelayanan perbankan syariah dengan 6 dimensi yaitu: *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Empathy*, dan *Responsiveness* (Shofani 2015).

BMT Barokatul Ummah merupakan lembaga keuangan yang bergerak dalam dua prinsip usaha, yaitu *Baitul Maal* (rumah harta) dan *Baitul Tamwil* (rumah usaha). Dalam operasinya BMT Barokatul Ummah tidak menggunakan bunga (karena tidak sesuai dengan syariah Islam) akan tetapi menggunakan sistem bagi hasil (*mudharabah*) dan jual beli (*murabahah*). BMT Barokatul Ummah ini dijalankan dengan mengikuti tata cara berusaha dan perjanjian usaha sesuai dengan Al Qur'an dan Al Hadist.

Di Kabupaten Merauke perkembangan BMT Barokatul Ummah masih lambat. Sampai sekarang di kota Merauke hanya ada satu kantor BMT Barokatul Ummah yaitu di jalan Timur Kabupaten Merauke. BMT tersebut belum dikenal oleh semua masyarakat kota Merauke. Karena kurangnya tingkat pendidikan yang tinggi sehingga masyarakat masih banyak yang belum mengerti tentang ketentuan dan peraturan bank syariah, dan banyaknya bank konvensional di kabupaten merauke, dan kurangnya sosialisasi dari pihak BMT Barokatul Ummah kepada masyarakat dan sebagian besar mayoritas di kota merauke beragama non muslim. Inilah yang menjadi tantangan bagi bmt barokatul ummah di kabupaten merauke untuk tetap berdiri dan menjalankan manajemen perbankannya.

BMT belum sepenuhnya menggunakan teknologi informasi dalam menjalankan operasional karena masih terbatasnya jaringan internet sehingga membuat pelayanan yang ada di BMT sedikit keterkendala. Dokumen-dokumen yang ada di BMT sebagian besar masih menggunakan cara manual dalam mengelola datanya sehingga membuat pegawai bmt ini memerlukan waktu yang cukup lama untuk menyelesaikan pekerjaannya dan pelayanan kepada para nasabahnya. Penelitian yang dilakukan oleh Febriana (2016) mengatakan bahwa dimensi *Assurance* berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah BMI KCP Tulungagung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat nasabah BMI KCP Tulungagung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMI KCP Tulungagung yang terangkum dalam 6 dimensi CARTER.

Berdasarkan masalah yang terdapat di atas penulis melakukan penelitian dengan judul: “Analisis Pengaruh *Shariah Compliance* dan *Assurance* terhadap Kepuasan Nasabah BMT Barokatul Umah Di Kabupaten Merauke”.

Tujuan parsial penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *shariah Compliance* terhadap kepuasan nasabah, dan untuk mengetahui pengaruh *Assurance* terhadap kepuasan nasabah, dan untuk tujuan simultannya adalah untuk mengetahui pengaruh *shariah Compliance* dan *Assurance* terhadap kepuasan nasabah.

Landasan Teori

Servqual

Servqual (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dikenal dengan istilah gap analisis model ini berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang didasarkan pada ancangan diskonfirmasi. Kualitas pelayanan merupakan fungsi gap antara harapan konsumen terhadap layanan dan persepsi mereka terhadap layanan aktual yang dihasilkan suatu perusahaan. Harapan konsumen terhadap layanan merupakan keinginan atau permintaan ideal konsumen terhadap layanan yang akan diberikan oleh penyedia layanan (Muchtari, Mufti, and Suryani 2012). Terdapat lima dimensi pokok kualitas pelayan (Parasuraman, Zeithaml, and Berry 1988), diantaranya adalah:

1. *Tangible* penampakan fasilitas dan peralatan secara fisik yang digunakan untuk menyediakan atau memberikan pelayanan.
2. *Reliability* yakni kemampuan untuk menyajikan pelayanan secara tepat, benar, dan akurat.
3. *Responsiveness* yakni keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4. *Assurance* yakni jaminan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh perusahaan.
5. *Empathy* meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Dimensi CARTER

Othman dan Owen Shofani (2015) mengembangkan model yang disebut dengan model CARTER. Model CARTER merupakan suatu pengukuran kualitas pelayanan perbankan syariah dengan 6 dimensi yaitu: *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, dan Responsiveness*.

Compliance

Compliance adalah kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dalam beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam. Indikator variabel *Compliance* adalah sebagai berikut: Pertama sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip Islam. Kedua tidak ada bunga yang diambil ataupun diberikan pada atau tabungan. Ketiga ketersediaan produk investasi bagi hasil.

Assurance

Assurance adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keinginan yang didalamnya termasuk komunikasi variabel dan tertulis antara karyawan dan nasabah. Indikator *Assurance* adalah sebagai berikut: Pertama karyawan yang sopan dan ramah. Kedua karyawan yang mengetahui produk bank. Ketiga bank memberikan kerahasiaan data nasabah. Keempat bank memberikan saran produk yang terbaik.

Reliability

Reliability yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

Tangible

Tangible adalah penampilan komponen fisik. Penampilan fisik ini termasuk didalamnya sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sehingga menampilkan pelayanan yang diberikan oleh pembeli jasa.

Empathy

Empathy adalah peduli, perhatian individual yang bank syariah sediakan bagi pelanggannya.

Responsiveness

Responsiveness adalah suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

Kepuasan Nasabah

Menurut Hasanah (2013) kepuasan atau ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan, dibandingkan dengan harapan (Daryanto 2011). Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat

kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang (Sudaryono 2016).

Penelitian Terdahulu

Febriana (2016) Dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Bank terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”. Penelitian ini menggunakan metode analisis Serqual (*analisis gap*).

Hasil dari penelitian ini adalah terdapat kesenjangan antara harapan dengan persepsi nasabah atas kualitas pelayanan yang selama ini diberikan oleh pihak BMI KCP Tulungagung, sehingga dapat disimpulkan bahwa harapan nasabah atas kualitas pelayanan yang akan mereka terima di BMI KCP Tulungagung lebih tinggi daripada kualitas pelayanan yang telah diberikan BMI KCP Tulungagung. Hal tersebut dapat dilihat pada hasil analisis gap yang menunjukkan bahwa pada masing-masing dimensi kualitas pelayanan memiliki kesenjangan atau (*gap*) antara harapan nasabah dengan kinerja atas pelayanan yang diberikan oleh BMI KCP Tulungagung

Cahyani (2016) Dengan judul “Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta”. Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur.

Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan bank serta kepuasan yang dirasakan nasabah kepada bank syariah sudah diatas moderat. Faktor-faktor kualitas jasa yang memberikan kepuasan nasabah terbesar sampai yang terkecil adalah *responsiveness*, *Compliance*, *emphaty*, *tanggible*, *reliabioity* dan *assurance*. Pemberian kemudahan dalam konsultasi keuangan dan produk bebas bunga sesuai dengan syariah menjadi aspek prioritas pembentuk kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi di bank syariah.

Dalam analisis varian dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah terhadap kualitas pada empat bank dianggap tidak signifikan. Kualitas dari

tiap bank dianggap tidak ada perbedaan. Sama halnya dengan uji perbedaan terhadap kepuasan nasabah pada masing-masing bank syariah, dapat disimpulkan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh nasabah pada tiap bank syariah tidak ada perbedaan.

Rohmati and Fanani (2016). Dengan judul “Implementasi Kualitas Pelayanan Pendekatan Carter Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan UJKS Koperasi Karyawan”. Penelitian ini menggunakan metode regresi berganda dan analisis jalur.

Hasil dari penelitian ini adalah dimensi reliabilitas dan daya tanggap secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan anggota. Namun, dimensi *tangibles*, *assurance*, *empathy* dan kepatuhan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota.

Hipotesis Penelitian

Bertitik tolak dari pembahasan terdahulu, maka dapat diungkap bahwa terdapat keterkaitan antara *Compliance* dan *Assurance* dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Atas dasar kerangka pemikiran teoritis tersebut, maka hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

- H₁ : *Compliance* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap meningkatkan Kepuasan Nasabah.
- H₂ : *Assurance* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap meningkatkan Kepuasan Nasabah.
- H₃ : *Compliance* dan *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap meningkatkan Kepuasan Nasabah.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Rancangan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yaitu untuk mengetahui Analisis Pengaruh Syariah *Compliance*, *Assurance*

Terhadap Kepuasan Nasabah. Penelitian ini dilakukan pada nasabah BMT (Barokatul Ummah) di Kabupaten Merauke yang beralamat di Jl. Timur Kabupaten Merauke. Data – data yang dikumpulkan dan digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder sebagai berikut:

1. Data Primer merupakan data yang diperoleh dengan observasi dan angket yang dikumpulkan dari responden.
2. Data Sekunder merupakan data yang di peroleh berupa informasi tertulis, misalnya berupa artikel, data-data langsung dari BMT Barokatul Ummah di Kabupaten Merauke

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BMT (Barokatul Ummah) di Kabupaten Merauke sebanyak 4.508 nasabah. Untuk menentukan jumlah minimal sampel yang dibutuhkan, digunakan rumus Slovin (Sekaran 2006). Dengan jumlah populasi sebanyak 4.508 nasabah, dan untuk menghemat waktu dan biaya, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan sampel berdasarkan rumus slovin dan batas toleransi tingkat kesalahan 10%, maka jumlah sampel adalah: 98 nasabah Bank BMT Barokatul Ummah.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling atau pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *sample random sampling* (sampel acak sederhana) yaitu setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama dan setara untuk terpilih sebagai subjek.

Definisi dan Pengukuran Variabel

Menurut Rangkuti (1997) tujuan teknik skala untuk mengetahui ciri-ciri atau karakteristik sesuatu hal berdasarkan suatu ukuran tertentu, sehingga kita dapat membedakan, menggolong-golongkan, bahkan mengurutkan ciri-ciri dan karakteristik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala *Likert*. Skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Variabel-variabel yang memiliki keterikatan yang erat mempengaruhi: *Compliance* (X_1), *Assurance* (X_2), dan kepuasan nasabah (Y).

Tabel 2. Variabel-variabel Terkait

| NO | Variabel | Konsep | Indikator |
|----|--------------------------------|---|---|
| 1 | <i>Compliance</i> (X_1) | <i>Compliance</i> adalah kemampuan untuk memenuhi hukum islam dalam beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam | Sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip Islam, Tidak ada bunga yang diambil ataupun diberikan pada atau tabungan, dan Ketersediaan produk investasi bagi hasil. |
| 2 | <i>Assurance</i> (X_2) | <i>Assurance</i> adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keinginan yang didalamnya termasuk komunikasi variabel dan tertulis antara karyawan dan nasabah. | Karyawan yang sopan dan ramah, Karyawan yang mengetahui produk bank, Bank memberikan kerahasiaan data nasabah, dan Bank memberikan saran produk yang terbaik. |
| 3 | Kepuasan Nasabah (Y) | <i>Kepuasan</i> nasabah sebagai evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan nasabah, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan nasabah. | Puas dengan tingkat keuntungan yang ditawarkan oleh bank syariah, Bank syariah memberikan jaminan kepada produk mereka patuh terhadap ketentuan syariah, dan Syarat dan ketentuan yang diterapkan oleh bank syariah dapat diterima. |

Teknik Analisis data

Suatu data yang diperoleh agar lebih dapat bermanfaat, data harus dianalisis terlebih dahulu agar dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif dengan bantuan program Computer SPSS 20.0.

Hasil dan Pembahasan

Barokatul Ummah Merauke

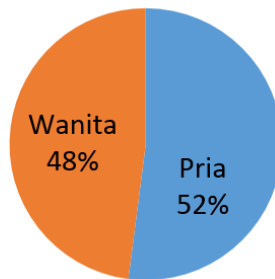
BMT Barokatul Ummah merupakan lembaga keuangan yang bergerak dalam dua prinsip usaha, yaitu *Baitul Maal* (rumah harta) dan *Baitul Tamwil* (rumah usaha). Dalam operasinya BMT Barokatul Ummah tidak menggunakan bunga (karena tidak sesuai dengan syariah Islam) akan tetapi menggunakan sistem bagi hasil (*mudharabah*) dan jual beli (*murabahah*). BMT Barokatul Ummah ini dijalankan dengan mengikuti tata cara berusaha dan perjanjian usaha sesuai dengan Al Qur'an dan Al Hadist:

حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ يُوسُفَ أَخْبَرَنَا مَالِكٌ عَنْ نَافِعٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الْمُتَبَايِعَانِ كُلُّ وَاحِدٍ مِنْهُمَا بِالْخِيَارِ عَلَى صَاحِبِهِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا إِلَّا بِنَيْعِ الْخِيَارِ

"Telah menceritakan kepada kami 'Abdullah bin Yusuf telah mengabarkan kepada kami Malik dari Nafi' dari 'Abdullah bin 'Umar radhiyallahu 'anhu bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: Dua orang yang melakukan jual beli, masing-masing punya hak pilihan atas teman jual belinya selama keduanya belum berpisah, kecuali jual beli yang tidak membutuhkan berpisah." (HR. Bukhari)

Keberadaan BMT Barokatul Ummah tidak terlepas dari kebersamaan masyarakat yang ingin membentuk suatu wadah yang berbentuk lembaga jasa keuangan syariah di Merauke.

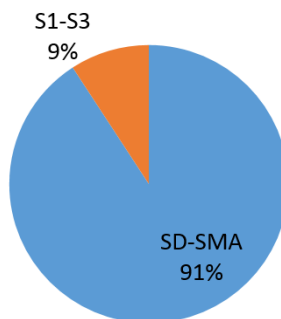
Gambar 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin N = 98



Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan gambar 1 dapat dilihat bahwa nasabah pria lebih banyak dibandingkan dengan nasabah wanita. Hal tersebut ditemukan pada lembaran kuesioner yang dibagikan, alasannya karena nasabah pria lebih senang melakukan transaksi dan menabung sebagian penghasilannya dibandingkan dengan nasabah wanita. Karena pria memiliki tingkat membelanjakan uang lebih rendah dibandingkan wanita yang lebih senang menghabiskan uangnya untuk berbelanja.

Gambar 2. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan N = 98

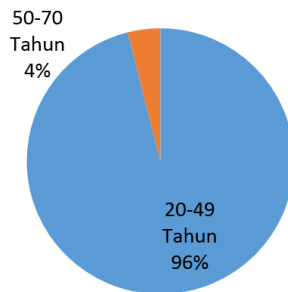


Sumber: Data diolah, 2018

Gambar 2 menggambarkan bahwa nasabah dengan tingkat pendidikan SD-SMA cenderung lebih dominan dibanding dengan S1-S3, hal ini sesuai dengan target BMT Barokatul Ummah, yakni masyarakat menengah ke

bawah yang berdomisili di daerah perkampungan. Hasil persentasinya adalah rata-rata SD-SMA sebanyak 89 responden atau 91% dan jumlah S1-S3 hanya 9 responden atau 9%. Karena tingkat pendidikan di Merauke masih rendah terbukti dengan kurangnya perguruan tinggi dan kesadaran masyarakat akan pendidikan.

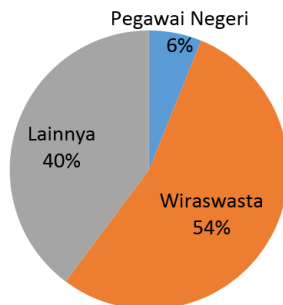
Gambar 3. Distribusi Responden Berdasarkan Usia N = 98



Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan Gambar 3 dapat dilihat bahwa usia nasabah yang bersekitar 20-49 lebih banyak dibanding dengan usia 50-70. Bila dipersentasikan nasabah usia 20-49 sebanyak 78 responden atau 80% sedangkan jumlah nasabah usia 50-70 hanya 20 responden atau 20%. Karena usia 20-49 adalah usia produktif, dan sebagian nasabahnya memiliki pekerjaan.

Gambar 4. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan N = 98



Sumber: Data diolah, 2018

Berdasarkan gambar 4 dapat dilihat bahwa pekerjaan nasaba sebagian besar adalah wiraswasta. Dengan jumlah nasaba wiraswasta sebanyak 53 responden atau 54%, sedangkan 6 reponden atau 6% adalah nasaba yang bekerja sebagai pegawai. Sisanya masuk dalam kategori pekerjaan lainnya yang respodennya 39 orang atau 40%.

Nasabah yang bekerja sebagai wiraswasta lebih memilih Bank BMT Barokatul Ummah untuk menabung rata-rata memiliki alasan karena bank ini tidak terlalu membutuhkan waktu mengantri cukup lama seperti bank bank lain.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Validiitas adalah syarat untuk penelitian kuantitatif dan kualitatif (dalam penelitian naturalistik). validitas berdasarkan pandangan bahwa pada dasarnya suatu instrumen dapat mengukur apa yang seharusnya dimaksudkan untuk diukur (Sinambela dan Lijan 2014).

Menurut Sujarweni (2015) Uji validitas menggunakan rumus teknik *Kolerasi Product Moment*.

Dasar pengambilan keputusan adalah:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$; maka pernyataan valid
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$; maka pernyataan tidak valid

Pengujian validitas merupakan analisis terhadap suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahilan suatu kuesioner. Menurut Jogiyanto Haryanto (2013) validitas menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya diukur. Analisis validitas (lampiran) dilakukan terhadap instrument dimensi *Compliance*, *Assurance* dan kepuasan nasabah melalui alat bantu program hitung *SPSS 20*.

Tabel 5. Hasil Pengujian Validitas

| | | Correlations | | | | | | |
|--------------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------|
| | | COM1 | COM2 | COM3 | COM4 | COM5 | COM6 | COMTOT TAL |
| COM1 | Pearson Correlation | 1 | .597** | .464** | .409** | .425** | .366** | .708** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 |
| COM2 | Pearson Correlation | .597** | 1 | .654** | .630** | .324** | .525** | .805** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .001 | .000 | .000 |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 |
| COM3 | Pearson Correlation | .464** | .654** | 1 | .728** | .338** | .541** | .825** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .001 | .000 | .000 |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 |
| COM4 | Pearson Correlation | .409** | .630** | .728** | 1 | .236* | .536** | .787** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .019 | .000 | .000 |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 |
| COM5 | Pearson Correlation | .425** | .324** | .338** | .236* | 1 | .429** | .635** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .001 | .001 | .019 | | .000 | .000 |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 |
| COM6 | Pearson Correlation | .366** | .525** | .541** | .536** | .429** | 1 | .752** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 |
| COMTOT AL | Pearson Correlation | .708** | .805** | .825** | .787** | .635** | .752** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 |

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (data diolah pada SPSS 20)

Correlations

| | | AS1 | AS2 | AS3 | AS4 | ASTOTAL |
|---------|---------------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| AS1 | Pearson Correlation | 1 | .617** | .526** | .518** | .809** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 |
| AS2 | Pearson Correlation | .617** | 1 | .578** | .628** | .858** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 |
| AS3 | Pearson Correlation | .526** | .578** | 1 | .522** | .798** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 |
| AS4 | Pearson Correlation | .518** | .628** | .522** | 1 | .818** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 |
| ASTOTAL | Pearson Correlation | .809** | .858** | .798** | .818** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 | 98 |

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (data diolah pada SPSS 20)

Correlations

| | | K1 | K2 | K3 | KTOTAL |
|--------|---------------------|--------|--------|--------|--------|
| K1 | Pearson Correlation | 1 | .388** | .466** | .777** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 |
| K2 | Pearson Correlation | .388** | 1 | .596** | .817** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 |
| K3 | Pearson Correlation | .466** | .596** | 1 | .834** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 |
| KTOTAL | Pearson Correlation | .777** | .817** | .834** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 98 | 98 | 98 | 98 |

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (data diolah pada SPSS 20)

Uji Reabilitas

Menurut Sujarweni (2015) reliabilitas instrumen adalah mengukur suatu kekonsistenan hasil pengukuran dari waktu ke waktu. Instrumen yang reliabel dalam suatu penelitian akan menghasilkan data yang sama dari serponden yang serupa dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas merupakan ukuran suat kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variable dan disusun dalam suatu kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel (Sujarweni 2015).

Jika cronbach'c angka > 0,6 maka reliabel

Jika cronbach'c angka < 0,6 maka tidak reliable

Instrument penelitian juga harus reliable (dapat diandalkan). Reliabilitas suatu ukuran menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrument yang mengukur suatu konsep. Uji reliabilitas dimasukkan menguji instrument yang sama pada waktu yang berbeda dan memberikan hasil yang sama. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach'c Alpha* > 0,6. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan alat bantu program hitung *SPSS 20* (lampiran) Cronbach'c Alpha untuk dimensi Compliance (X_1), Assurance (X_2), dan Kepuasan Nasabah (Y) yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Hasil Pengujian Reliabilitas

| Variabel | Koefisien Cronbach'c | Keterangan |
|--------------------------|----------------------|--------------|
| Compliance (X_1) | 0,838 | Reliabilitas |
| Assurance (X_2) | 0,838 | Reliabilitas |
| Kepuasan Nasabah (Y) | 0,732 | Reliabilitas |

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (data diolah pada SPSS 20)

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa masing-masing dimensi dan variabel, antara dimensi Compliance, Assurance, dan Kepuasan Nasabah, ternyata dapat diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6$ dengan demikian, hasil uji reliabilitas terhadap keseluruhan variabel adalah reliabel.

Analisi Regresi Berganda

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menganalisis yaitu persamaan regresi linier berganda. Untuk mengetahui apakah variabel bebas mempengaruhi volume penjualan. Menurut Ahmad (2004) Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + e$$

Dimana:

Y : Kepuasan Nasabah

a : Konstanta

b_1 : Koefisien Regresi *Compliance*

X_1 : *Compliance*

b_2 : Koefisien Regresi *Assurance*

X_2 : *Assurance*

b_3 : Koefisien Regresi *Reliability*

X_3 : *Reliability*

b_4 : Koefisien Regresi *Tangible*

X_4 : *Tangible*

b_5 : Koefisien Regresi *Empathy*

X_5 : *Empathy*

b_6 : Koefisien Regresi *Responsiveness*

X_6 : *Responsiveness*

e : Kesalahan Penggunaan

Berdasarkan perhitungan regresi berganda antara Compliance (X_1), Assurance (X_2), dan Kepuasan Nasabah (Y) dan dibantu dengan alat bantu program hitung spss 20 adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|-------------------------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 3.004 | .934 | | 3.217 | .002 | |
| | COMTOTAL | .125 | .054 | .253 | 2.330 | .022 | .501 |
| | ASTOTAL | .344 | .082 | .458 | 4.219 | .000 | .501 |

a. Dependent Variable: KTOTAL

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (data diolah pada SPSS 20)

Berdasarkan tabel di atas maka didapat persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini sebagai berikut:

$$Y = 3,004 + 0.125 (X_1) + 0.344 (X_2)$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut diatas memberikan penjelasan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 3,004 nilai tersebut dapat diartikan bahwa jika tidak dipengaruhi oleh dimensi *Compliance dan Assurance* maka kepuasan nasabah pada BMT Barokatul Ummah tidak akan mengalami perubahan (konstan).
2. Nilai koefisien regresi dimensi *Compliance* sebesar 0,125 bernilai positif, mempunyai arti bahwa tanggapan nasabah terhadap dimensi *Compliance* baik. Artinya jika *Compliance* benar-benar diberlakukan menurut syariat islam, maka akan membantu mempermudah nasabah dalam melakukan investasi pada BMT Barokatul Ummah di Kabupaten Merauke.

3. Nilai koefisien regresi dimensi *Assurance* sebesar 0.344 bernilai positif, mempunyai arti bahwa tanggapan nasabah terhadap dimensi *Assurance* baik. Artinya apabila BMT lebih memfokuskan dimensi *Assurance*, maka kepuasan nasabah pada BMT Barokatul Ummah di Kabupaten Merauke akan semakin meningkat, karena karyawan BMT ramah dan sopan terhadap nasabah, mempunyai pengetahuan yang luas terhadap produk sehingga dapat memberikan saran produk yang terbaik bagi nasabah dan menjaga kerahasiaan data nasabah. Sehingga membuat nasabah percaya terhadap BMT dan merasa puas menabung di BMT.

Pengujian Hipotesis

Uji t

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan pengujian secara parsial menggunakan uji t. Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap dependen. Uji t digunakan untuk menguji variabel bebas dan variabel terikat secara bersama-sama, berikut hasil uji t dengan menggunakan spss 20:

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standard ized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|----------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 3.004 | .934 | | 3.217 | .002 | | |
| | COMTOTAL | .125 | .054 | .253 | 2.330 | .022 | .501 | 1.997 |
| | ASTOTAL | .344 | .082 | .458 | 4.219 | .000 | .501 | 1.997 |

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (data diolah pada SPSS 20)

Uji t dilakukan untuk secara parsial apakah dimensi *Compliance* dan *Assurance* secara parsial atau masing-masing mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Compliance

Dimensi *Compliance* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari $t_{hitung} 2,330 > t_{tabel} 1,66088$, sedangkan nilai signifikan sebesar 0,022. Karena lebih kecil dari 0,050 sehingga *Compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Jadi bisa diasumsikan bahwa dimensi *Compliance* meningkat maka kepuasan nasabah juga meningkat. Artinya jika dimensi *Compliance* diberlakukan sesuai syariat islam di dalam BMT Barokatul Ummah akan memberikan kemudahan bagi nasabah untuk menabung sehingga kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

Assurance

Dimensi *Assurance* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil dari uji $t_{hitung} 2,300 > t_{tabel} 1,66088$, sedangkan nilai signifikan sebesar 0,024 lebih kecil dari 0,05. Hasil uji t menunjukkan bahwa dimensi *Assurance* terbukti berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Uji F

Yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1), terhadap kepuasan nasabah dalam BMT Barokatul Ummah (Y). Model hipotesis yang digunakan dalam uji F ini adalah:

1. Jika tingkat signifikansi $F > 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima.
2. Jika tingkat signifikansi $F < 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

Uji F digunakan untuk menguji variabel bebas dan variabel terikat secara bersama-sama, berikut hasil uji F dengan menggunakan spss 20:

Tabel 9. Hasil Uji f

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 172.704 | 2 | 86.352 | 37.061 | .000 ^b |
| | Residual | 221.347 | 95 | 2.330 | | |
| | Total | 394.051 | 97 | | | |

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (data diolah pada SPSS 20)

Dimensi *Compliance* dan *Assurance* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini terlihat dari $f_{hitung} 37,061 > f_{tabel} 3,09$. Sehingga dimensi *Compliance* dan *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan f_{tabel} menunjukkan hasil perhitungan uji f diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 37,061, dengan tingkat signifikan sebesar 0,00 ($< 0,05$). Maka hipotesis diterima.

Koefisien Derteminan

Koefisien kolerasi determinan digunakan untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh antar variabel bebas dan variabel tidak bebas, dengan rumus sebagai berikut:

$$R = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

R : Koefisien Determinan

r : Koefisien Korelasi

Berdasarkan hasil penelitian bahwa koefisien determinasi bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh dimensi Compliance (X_1), Assurance (X_2), dilihat dari seberapa besar r^2 .

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .662 ^a | .438 | .426 | 1.526 |

Sumber: Hasil Penelitian, 2018 (data diolah pada SPSS 20)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi melalui tabel *Adjusted R Square* yaitu: 0,426, besarnya nilai tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel terikat atau kepuasan nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas Compliance (X_1), Assurance (X_2), dengan nilai sebesar 0,426 atau 42,6 % dan sisanya 57,4% di jelaskan pada variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diolah dengan alat bantu program *SPSS 20* terbukti, bahwa dimensi *Compliance* dan *Assurance* berpengaruh secara positif dan signifikan. Artinya bahwa kepuasan nasabah akan meningkat, jika dimensi *Compliance* dan *Assurance* lebih ditingkatkan lagi. Dengan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa variabel dimensi *Compliance* dan *Assurance* sangat penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

Dimensi *Compliance* dibentuk menjadi 3 indikator, yaitu: sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip Islam, tidak ada bunga yang diambil ataupun diberikan pada tabungan, dan ketersediaan produk investasi bagi hasil. Hasil analisis data secara statistik menunjukkan bahwa *Compliance* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BMT Barokatul Ummah di Kabupaten Merauke.

Hal ini dapat dilihat pada hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa dimensi *Compliance* (X_1) mengalami peningkatan maka variable kepuasan nasabah juga akan meningkat. Dan apabila untuk indikator **“sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip Islam”** diterapkan di Merauke dengan

mayoritas penduduk adalah muslim dan non muslim. Jadi dengan adanya hukum dan prinsip-prinsip islam yang diterapkan oleh bank BMT tersebut akan memberikan pemahaman bagi nasabah tentang ketentuan-ketentuan investasi secara syariah islam, maka kepuasan nasabahnya akan meningkat.

Dimensi *Assurance* dibentuk menjadi 4 indikator, yaitu: karyawan yang sopan dan ramah, karyawan yang mengetahui produk BMT, BMT memberikan kerahasiaan data nasabah, dan BMT memberikan saran produk yang terbaik. Hasil analisis data secara statistik menunjukkan bahwa *Assurance* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BMT Barokatul Ummah di Kabupaten Merauke.

Hal ini dapat dilihat hasil penelitian dilapangan menunjukkan bahwa dimensi *Assurance* (X_2). Artinya bahwa apabila *Assurance* lebih ditingkatkan maka berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BMT Barokatul Ummah di Kabupaten Merauke. Dan apabila untuk indikator **“BMT memberikan saran produk yang terbaik”** dijalankan maka akan membuat nasabah menjadi yakin akan menabung di BMT karena mempercayai karyawan dan jenis produk yang ditawarkan dengan baik, ini akan membuat nasabah akan merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh BMT, maka kepuasan nasabahnya akan meningkat.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yaitu: Febriana (2016) Dengan judul *“Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”*. Dengan hasil penelitian dimensi *Assurance* merupakan dimensi yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah BMI KCP Tulungagung, sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah BMI KCP Tulungagung dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMI KCP Tulungagung yang terangkum kedalam 6 dimensi CARTER.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa *Compliance* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dan apabila *Compliance* mengalami peningkatan maka variabel kepuasan nasabah akan meningkat pula. Artinya bahwa *Compliance* dengan indikator “sesuai dengan hukum dan prinsip-prinsip Islam” diterapkan oleh BMT maka akan memudahkan bagi nasabah dan kepuasan nasabahnya akan meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa *Assurance* lebih ditingkatkan maka berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada BMT Barokatul Ummah di Kabupaten Merauke.

Dan berdasarkan hasil penelitian *Compliance* dan *Assurance* bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap meningkatkan Kepuasan Nasabah. Apabila *Compliance* dan *Assurance* lebih ditingkatkan lagi maka kepuasan nasabah akan meningkat.

Sebaiknya BMT Barokatul Ummah lebih meningkatkan hukum dan prinsip-prinsip Islam, agar dimensi *Compliance* dapat di implementasikan sehingga kepuasan nasabah dapat meningkat. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan di masa yang akan datang penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dilakukan penelitian yang tetap berhubungan dengan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah (dimensi CARTER) di tempat yang berbeda dengan jumlah sampel yang lebih banyak.

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan di masa yang akan datang penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dilakukan penelitian yang tetap berhubungan dengan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan nasabah (dimensi CARTER) di tempat yang berbeda dengan jumlah sampel yang lebih banyak.

Daftar Pustaka

- Ahmad, Kamaruddin. 2004. *Dasar-Dasar Manajemen Investasi Portofolio*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cahyani, Putri Dwi. 2016. "Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah Di Yogyakarta." *ESENSI* 6 (2): 151–62. <https://doi.org/10.15408/ess.v6i2.3570>.
- Daryanto, Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Febriana, Nina Indah. 2016. "Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung." *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 3 (1): 145–68. <https://doi.org/10.21274/an.2016.3.1.145-168>.
- Haryanto, Resty Avita. 2013. "Strategi Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Mcdonald's Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1 (4). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2923>.
- Hasanah, Uswatun. 2013. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pt. Bank Muamalat Indonesia Cabang Palu Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah." *Jurnal Penelitian Ilmiah* 1 (1).
- Muchtiar, Yesmizarti, Dessi Mufti, and Ike Irma Suryani. 2012. "Analisis Service Quality Pada Layanan Asurance." *Jurnal Teknik Industri Universitas Bung Hatta* 1 (2). <http://ejournal.bunghatta.ac.id/index.php?journal=JTI-UBH&page=article&op=view&path%5B%5D=2249>.
- Parasuraman, A, Valarie A Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perc." *Journal of Retailing* 64 (1): 12–40. <https://search.proquest.com/openview/7d007e04d78261295e5524f15bef6837/1?pq-origsite=gscholar&cbl=41988>.
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Riset Pemasaran*. Cet. 2. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rohmati, Dani, and Sunan Fanani. 2016. "Implementasi Kualitas Pelayanan Pendekatan Carter Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Ujks

Koperasi Karyawan." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan* 3 (3): 203–18.

- Sekaran, Uma. 2006. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shofani, Pritandra Chusnuludin. 2015. "Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Brisyariah Kantor Cabang Semarang)." Politeknik Negeri Semarang.
- Sinambela, Sinambela, and Poltak Lijan. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sudaryono, Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

