

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Sejak tahun 1992 keberadaan bank syariah telah dikembangkan dalam sistem perbankan Indonesia, ditandai dengan berdirinya bank Muamalat, dan sejalan dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Perkembangan sistem keuangan syariah ini semakin kuat setelah ditetapkannya Undang-Undang No. 10 Tahun 1998, dalam undang-undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan diimplementasikan oleh bank syariah.¹ Undang-undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan menkonversi diri secara total menjadi bank syariah.

Setelah keluarnya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada akhir 2003 tentang keharaman bunga uang pada bank konvensional, sehingga masyarakat mengalihkan dana mereka yang awalnya diinvestasikan pada bank-bank konvensional kepada bank-bank syariah.

Pertumbuhan perbankan syariah menjadi menarik untuk diamati bila dikaitkan dengan tujuan awal berdirinya bank syariah. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan syariah ini adalah tiada lain sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan

¹ Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 tentang perubahan undang-undang no.7 tahun 1992. Sekretariat Negara. Jakarta

syariah Islam.² Dari sini terlihat adanya keterkaitan (hubungan) secara religius antara berdirinya bank syariah dengan tujuan untuk memfasilitasi mayoritas umat Islam dalam segenap aspek ekonominya, agar sesuai dengan syariat Islam.

Di industri perbankan kualitas pelayanan islami merupakan faktor kunci yang menjadikan keunggulan daya saing di dunia perbankan karena bank merupakan suatu perusahaan jasa. Tinggi rendahnya penilaian kualitas layanan dari suatu badan usaha dipengaruhi oleh persepsi pelanggan pada kualitas layanan tersebut, dimana persepsi pelanggan pada kualitas layanan yang diberikan baik pelanggan akan merasa puas, demikian juga sebaliknya pelanggan akan tidak puas bila persepsinya pada kualitas layanan yang diberikan buruk. Seperti yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller³ “Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.”

Menurut Thorik G. dan Utus H⁴ berpendapat, pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. *Service* berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya pun akan mengenai *heart share* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen. Dengan adanya *heart share* dan *mind share* yang tertanam, loyalitas seorang konsumen (nasabah) pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan. Hal ini menunjukkan bahwa

² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Gema Insani, Jakarta, 2001, hlm. 18.

³ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, PT Indeks, Jakarta, 2009, hlm.83

⁴ Thorik G. dan Utus H, *Marketing Muhammad*, Gema Insani, Jakarta, hlm. 77.

keputusan nasabah dalam memilih bank syariah dapat ditingkatkan melalui kualitas pelayanan yang tepat.

Namun fakta yang terjadi dilapangan berbanding terbalik dengan teori yang ada, terdapat fenomena seperti karyawan masih belum paham terhadap produk syariah (*compliance*), karyawan berbeda-beda dalam memberikan informasi (*assurance*), sulitnya nasabah mendapatkan informasi dan komplain terhadap fasilitas produk yang ditawarkan (*reliability*), sedikitnya jumlah *counter*/kasir yang melayani nasabah, ruang pelayanan dan tempat tunggu yang sempit, meja *customer service* yang berdebu, satpam yang tidak memakai *nametag* (*tangible*), karyawan yang kurang memberikan perhatian personal kepada nasabahnya (*empathy*), dan antrian yang tidak teratur (*responsiveness*). Fakta tersebut diperkuat setelah dilakukan pra-survey bahwa peningkatan jumlah nasabah BRI Syariah KCP Cimahi tidak memenuhi target yang telah ditentukan bank.

Tabel 1.1
**Jumlah Nasabah Penabung BRI syariah kantor cabang pembantu
 Cimahi Periode September-Desember 2014**

Bulan	Jumlah Nasabah Penabung Keseluruhan
September	974
Oktober	1048
November	1113
Desember	1295

Sumber : BRIS cabang Cimahi (data diolah)

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pada bulan Oktober sampai Desember terjadi peningkatan jumlah nasabah. Namun, setiap bulan jumlah nasabah penabung masih dibawah target yang telah ditentukan BRI Syariah kantor cabang pembantu Cimahi yaitu sekitar 30%.⁵ Hal tersebut dapat dijadikan sebagai

⁵ Wawancara dengan *Branch Operation Supervisor* BRIS KCP Cimahi, Selasa, 17 Februari 2015.

indikator BRI Syariah dalam hal pelayanan yang diberikan kepada nasabah masih relatif kurang baik.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka diambil judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Cimahi”

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan kualitas pelayanan syariah pada BRI syariah kantor cabang pembantu Cimahi?
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan islami pada BRI Syariah kantor cabang pembantu Cimahi?
3. Bagaimana keputusan nasabah dalam memilih BRI syariah kantor cabang pembantu Cimahi?
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih BRI syariah kantor cabang pembantu Cimahi?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pelaksanaan kualitas pelayanan islami menurut bank BRI Syariah kantor cabang pembantu Cimahi.
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan islami BRI syariah kantor cabang pembantu Cimahi.

3. Untuk mengetahui keputusan nasabah dalam memilih BRI syariah kantor cabang pembantu Cimahi.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap keputusan nasabah dalam memilih BRI syariah kantor cabang pembantu Cimahi.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan memperkaya khasanah keilmuan bidang perbankan syariah.
2. Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai sarana informasi yang dapat digunakan perusahaan (bank syariah) untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menggunakan perusahaan mereka.
3. Manfaat lain penelitian ini, menjadi sumber pengetahuan dan sebagai aplikasi praktis dari pendidikan yang telah ditempuh selama di bangku kuliah, sekaligus kewajiban untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1.

1.5 KERANGKA PEMIKIRAN

Pelayanan yang baik merupakan salah satu syarat kesuksesan perusahaan jasa. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Semakin banyak pesaing maka semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk menjatuhkan pilihan. Maka kualitas layanan harus ditingkatkan semaksimal mungkin. Menurut Parasuraman *service quality*

didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.⁶

Kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur penilaian konsumen terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Nasabah tentunya memiliki harapan akan layanan yang berkualitas. Kualitas adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.⁷ Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.⁸ Sedangkan menurut Fandy Tjiptono⁹ “Kualitas pelayanan yang superior adalah salah satunya akan meningkatkan konsumen yang lebih banyak dan konsumen akan menjadi loyal terhadap produk atau jasa tersebut.”

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para nasabah atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya yang mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu bank syariah. Dalam mengukur kualitas pelayanan pada perbankan syariah terdapat enam dimensi yang sesuai yaitu, *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *emphaty*, dan *responsiveness*.¹⁰ Kualitas pelayanan bank yang baik mempunyai ciri-ciri seperti, ketepatan waktu pelayanan yang meliputi waktu tunggu dan waktu proses, akurasi pelayanan yang meliputi

⁶ Parasuraman A., Berry, L., Zeithaml, V., ‘*Quality Counts In Service too*’ Business Horizon

⁷ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, PT Indeks, Jakarta, 2009, hlm. 49.

⁸ *Ibid*, hlm. 83.

⁹ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta, 2004, hlm. 5

¹⁰ Abdul Qawi Othman Dan Lynn Owen, *Adopting And Measuring Customer Service Quality (Sq) In Islamic Banks: A Case Study In Kuwait Finance House*. International Journal of Islamic Financial Services, Vol. 3, no 1,2001.

bebas dari kesalahan-kesalahan, kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, kemudahan mendapatkan pelayanan misalnya banyaknya petugas yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung seperti komputer, kenyamanan dalam memperoleh pelayanan yang berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan atribut pendukung pelayanan lainnya seperti ruang tunggu ber AC, kebersihan, dan lain-lain. Oleh karena itu penulis beranggapan bahwa kualitas pelayanan yang baik merupakan faktor utama keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Adanya pelaksanaan dimensi kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan perencanaan diharapkan dapat mendukung pelaksanaan program pemasaran secara keseluruhan serta dapat memberi daya dukung yang tinggi dalam mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian nasabah. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller¹¹ keputusan pembelian adalah “semua pengalaman dalam pembelajaran, pemilihan, penggunaan dan bahkan pembuangan produk.” Sedangkan Fandy Tjiptono¹² mengemukakan bahwa “keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merk tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.” Keputusan merupakan salah satu elemen penting dari perilaku nasabah disamping kegiatan fisik yang melibatkan nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang serta jasa ekonomis. Konsumen akan melalui lima tahap dalam pengambilan keputusan yaitu

¹¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, Pearson Education, 14th Editions, USA, 2012, hlm. 188

¹² Fandy Tjiptono, *op.cit.*, 2008, hlm. 21

pengenalan masalah, pencarian informasi evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.¹³

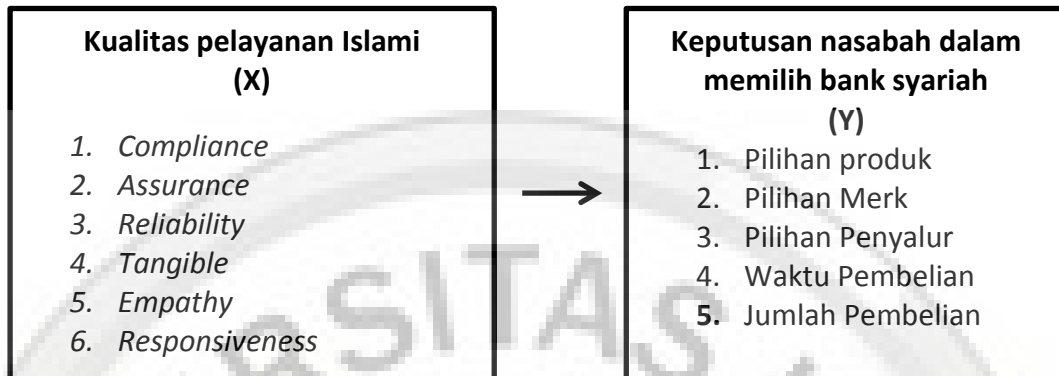
Baik kualitas layanan islami mempunyai peranan penting bagi bank syariah dalam rangka meningkatkan jumlah nasabah. Dengan meningkatkan kualitas tentu saja akan memberi keuntungan pada bank syariah. Diantaranya adalah akan meningkatkan profitabilitas, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah, dan kinerja bank. Kualitas pelayanan yang diberikan secara maksimal membuat bank syariah mampu bersaing dengan kompetitornya.

Hasil penelitian oleh Uswatun Hasanah (2013) menunjukkan kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih PT Bank Muamalat Indonesia cabang palu. Sedangkan pada penelitian Dwi Putri Cahyani (2009) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang ditambahkan faktor baru dari model CARTER berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank Muamalat cabang Surakarta. Terdapat perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu pada dimensi kualitas pelayanan yang diteliti. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan yang dinilai pada bank syariah berbeda dengan bank konvensional.

Berdasarkan penjelasan diatas, kerangka pemikiran ini dapat digambarkan sebagai berikut:

¹³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *op.cit.*, hlm. 166

Gambar 1.1
Paradigma



Berdasarkan kerangka pemikiran diatas maka dapat diajukan suatu hipotesis sebagai berikut :

“Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan islami terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di BRIS KCP Cimahi”.

1.6 METODOLOGI PENELITIAN

1.6.1 Metode Penelitian

Metode penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif analisis. Metode deskripsi adalah analisis untuk menemukan fakta dan interpretasi yang tepat, yang ditujukan untuk menguji hipotesis-hipotesis dan mengadakan interpretasi yang lebih dalam tentang hubungan-hubungan.¹⁴ Variabel yang dianalisis secara deskriptif dengan tabulasi sederhana adalah karakteristik responden meliputi umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan terakhir dan pendapatan perbulan.

Penelitian ini juga bersifat verifikatif yaitu, metode yang bertujuan menguji secara matematis dugaan mengenai adanya hubungan antar variabel dari

¹⁴ Mohammad Nazir, *Metode Penelitian*, Cetakan Kelima, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2003, hlm. 89.

masalah yang sedang diselidiki atau penelitian untuk menguji kebenaran suatu hipotesis di mana penelitian ini akan di uji.

1.6.2 Jenis Data dan Sumber Data

1. Untuk menjawab pertanyaan rumusan masalah nomor satu, peneliti memerlukan data pelaksanaan kualitas pelayanan islami. Dimana jenis data sekunder dari pimpinan cabang pembantu BRI Syariah KCP Cimahi

2. Untuk menjawab pertanyaan rumusan masalah nomor dua, peneliti memerlukan data tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan islami. Dimana jenis data primer dari nasabah BRI Syariah KCP Cimahi

3. Untuk menjawab pertanyaan rumusan masalah nomor tiga, peneliti memerlukan data keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Dimana jenis data primer dari nasabah BRI Syariah KCP Cimahi

4. Untuk menjawab pertanyaan rumusan masalah nomor empat, peneliti memerlukan data kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Dimana jenis data primer dari nasabah BRI Syariah KCP Cimahi

1.6.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah semua alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan, memeriksa, menyelidiki suatu masalah, atau mengumpulkan, mengolah, menganalisa dan menyajikan data-data secara sistematis serta objektif dengan tujuan memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis.¹⁵ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 2 buah instrumen yaitu:

1) Pedoman Wawancara

¹⁵ Suharsimi Arikunto, Dasar-dasar evaluasi pendidikan, PT Bumi Aksara, Jakarta, 2010, hlm. 265.

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab tatap muka antara responden dan penanya. Wawancara dalam penelitian ini dengan mengadakan tanya jawab dengan pihak perbankan melalui wawancara langsung yang diambil berdasarkan wewenang, pengetahuan dan pekerjaan pada BRI Syariah kantor cabang pembantu Cimahi.

2) Pedoman Kuisisioner

Kuisisioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.¹⁶ Pada penelitian ini pengumpulan data kuisisioner dengan mengajukan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada nasabah bank syariah yang melakukan transaksi di bank tersebut.

1.6.4 Bentuk Instrumen (Dalam syarat instrumen yang baik untuk pedoman kuisisioner)

1) Di uji coba (*Try Out*) kepada 30 orang. Tujuan dari try out ini agar diperoleh data yang baik dengan melalui tahap pengujian, untuk kemudian disebarkan kepada anggota responden untuk pedoman kuisisioner yang sebenarnya.

2) Memenuhi persyaratan validitas. Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauhmana instrument pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur.¹⁷

Biasanya syarat minimum yang dapat memenuhi syarat adalah jika $r < 0,05$.¹⁸

Sehingga apabila ada korelasi dengan skor total kurang dari 0,05 maka butir

¹⁶ Husain Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2005, hlm. 167.

¹⁷ Nunung Nurhayati, dkk, *Modul Lab. Statistik Unisba: Statistik Penelitian dengan SPSS*, Universitas Islam Bandung, Bandung, 2013, hlm. 73.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 80.

dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid. Kriteria untuk menguji validitas kuisisioner adalah dengan menggunakan ketentuan bahwa hasil 1 *corrected item total correlation* (r hitung) > r tabel *product moment* untuk $dk=n-1$, maka kuisisioner tersebut dinyatakan valid. Rumus validitas

$$s^2 = \frac{\left(\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n_1}\right) + \left(\sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n_2}\right)}{n_1 + n_2 - 2} \quad t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s^2}{n_1} + \frac{s^2}{n_2}}}$$

Keterangan:

t = koefisien yang dicari

X_1 = nilai rata-rata kelompok I

X_2 = nilai rata-rata kelompok II

n = jumlah subjek

3) Memenuhi persyaratan realibilitas. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Apabila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran relatif konsisten maka alat tersebut reliabel.¹⁹ Uji ini digunakan untuk menguji seberapa konsisten satu atau seperangkat pengukuran dalam mengukur suatu konsep yang diukur. Reliabilitas instrumen dilihat dari *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > r tabel.²⁰ Rumus reliabilitas

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

¹⁹ Sugiyono, 2013, hlm 172.

²⁰ *Ibid*, hlm. 82.

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

Uji validitas dan uji realibilitas merupakan uji untuk pedoman kuisisioner, yang menunjukkan bahwa pedoman kuisisioner tersebut telah memenuhi validitas dan reliabilitas, yang artinya pedoman kuisisioner tersebut dikategorikan “baik dan benar” sehingga data yang diperoleh dengan menggunakan instrumen tersebut adalah baik dan benar.

1.6.5 Bentuk Instrumen (Untuk pedoman kuisisioner)

Mengingat hasil melakukan operasional variabel (baik variabel independen maupun variabel dependen) diperoleh skala data ordinal, maka bentuk instrumen yang peneliti gunakan adalah “skala Likert”

Skala *Likert* adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuisisioner dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Skala ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan baik-tidak baik.²¹ Dengan rumusan sebagai berikut:

Tabel 1.2
Tabel Skala Likert

Bobot	Kategori
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Ragu-ragu
2	Tidak Setuju

²¹ *Ibid*, hlm. 197.

1	Sangat Tidak Setuju
---	---------------------

Sumber: Nunung Nurhayati dkk, 2003: 75. (data diolah)

1.6.6 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan yang mencakup semua anggota yang diteliti.²² Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Syariah kantor cabang pembantu Cimahi periode 2011-2014 sebanyak 8.950 nasabah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.²³ Sampel dapat didefinisikan sebagai suatu bagian yang ditarik dari populasi. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Judgement Sampling (purposive sampling)* berarti metode ini dilakukan dengan cara memilih responden yang bersedia untuk diwawancarai dan mengisi kuisioner yang telah disiapkan. Sampel diambil dari jumlah nasabah penghimpunan dana (menabung) pada BRI syariah kantor cabang pembantu Cimahi, dengan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

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

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e² = % kelonggaran yang bisa ditolerir (*standard error tolerance*)

²² Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2009, hlm. 113.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2008, hlm. 91.

Berdasarkan hasil dokumen BRI Syariah KCP Cimahi, nasabah tahun 2011-2014 berjumlah 8.950 orang sehingga sampelnya sebagai berikut:

$$n = \frac{8.950}{1 + 8950(0.15^2)}$$

$$n = \frac{8.950}{202.37}$$

$$n = 44,22$$

Dari hasil perhitungan diatas dibulatkan menjadi 45 sampel yang merupakan nasabah BRI Syariah kantor cabang pembantu Cimahi.

1.6.7 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel, yang meliputi:

- 1) Variabel bebas (*Independent variabel*) yaitu; variabel yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat,²⁴ yang dinyatakan dengan X (kualitas pelayanan islami)
- 2) Variabel terikat (*Dependent variabel*) yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi sebab akibat karena adanya variabel bebas,²⁵ yang dinyatakan dengan Y (Keputusan nasabah)

Tabel 1.3 Operasional Variabel

Variabel	Sub-Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Variabel X ₁ (Kualitas Pelayanan Islami)	-	Kepatuhan Syariah (Compliance)	Produk sesuai syariah	1. Tidak ada riba, gharar dan maisir dalam transaksi 2. Menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal	Ordinal

²⁴ Sugiyono, *op.Cit.*, hlm. 21

²⁵ *Ibid*, hlm. 21

				3. Produk dan layanan yang Islami 4. Ketentuan bebas bunga pada produk pembiayaan	
	-	Jaminan / Keyakinan (Assurance)	Sopan santun Kompeten Keamanan	5. Karyawan ramah dan sopan dalam melayani nasabah 6. Pengetahuan karyawan mengenai bank syariah 7. Kejujuran karyawan dalam setiap transaksi	Ordinal
	-	Keandalan (Reliability)	Tepat waktu Keakuratan informasi	8. Ketepatan jam kerja operasional 9. Memberikan kemudahan saat transaksi 10. Ketepatan informasi dan pencatatan transaksi nasabah	Ordinal
	-	Fisik nyata (Tangible)	Rapih dan bersih Fasilitas lengkap dan memadai Penampilan karyawan	11. Ruang tunggu dan loket pelayanan yang bersih dan rapi 12. Keberadaan tempat parkir yang luas dan gratis 13. Penampilan petugas sesuai dengan syariat islam 14. Peletakan brosur, slip setoran dan penarikan yang tertata baik	Ordinal
	-	Perhatian (Empathy)	Perhatian khusus Komunikasi yang baik	15. Mengucapkan salam ketika bertatap muka 16. Pelayanan yang adil kesetiap nasabah 17. Selalu melontarkan senyum ketika memberi penjelasan	Ordinal
	-	Ketanggapan (Responsiveness)	Cepat tanggap Merespon kebutuhan	18. Menanyakan kebutuhan nasabah dengan jelas 19. Memberikan jawaban dan solusi dengan bahasa yang mudah dipahami	Ordinal
				20. Selalu membela nama baik bank dihadapan nasabah	
Variabel Y Keputusan Pembelian	-	-	Pilihan produk Pilihan merk	21. Memilih bank syariah karena puas dengan produk yang ditawarkan 22. Bank Syariah sesuai dengan kebutuhan	Ordinal

		Pilihan Kebutuhan	23. Memilih bank syariah sesuai dengan ajaran agama
		Waktu pembelian	24. Memilih bank syariah karena setorannya rendah
		Jumlah pembelian	25. Memilih bank syariah karena memiliki akses layanan yang mudah

1.6.8 Alat Analisis

1.6.8.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk memecahkan persoalan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, peneliti menggunakan regresi sederhana dengan rumus sebagai berikut:

$$Y' = a + bx$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

x = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

Dimana analisis regresi linier sederhana berfungsi untuk mencari pengaruh kualitas layanan islami (X) dan keputusan nasabah dalam memilih bank syariah (Y), sedangkan asumsi rumus regresi linier sederhana adalah sekurang-kurangnya skala data interval. Hasil penelitian menggunakan operasional variabel diperoleh skala data independen maupun skala data dependen adalah “ordinal”.

Maka untuk memenuhi asumsi rumus, peneliti harus mentransformasi skala data ordinal menjadi interval dengan menggunakan Metode Suksesif Interval (MSI).

1.6.8.2 Analisis Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen (kualitas pelayanan islami) dengan variabel dependen (keputusan nasabah dalam memilih bank syariah) maka penulis menggunakan koefisien korelasi pearson. Persamaan koefisien korelasi pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

r = Nilai korelasi pearson

$\sum X$ = Jumlah hasilpengamatan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah hasilpengamatan variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah hasilpengamatan variabel X dan Y

$\sum X^2$ = Jumlah hasilpengamatan variabel X yang telah dikuadratkan

$\sum Y^2$ = Jumlah hasilpengamatan variabel Y yang telah dikuadratkan

Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan tersebut, maka dapat digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel berikut ini :

Tabel 1.2
Intepretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

1.6.8.3 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan islami (X) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Perhitungan koefisien determinasi memiliki tujuan untuk mengetahui besar kecilnya kontribusi dari variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Perhitungan koefisien determinasi dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Kd = Koefisien korelasi

r = Koefisien korelasi

1.6.8.4 Tranformasi Data

Asumsi yang harus dipenuhi pada saat melakukan analisis regresi linier sederhana data pengamatan minimal memiliki skala pengukuran interval. Agar dapat menggunakan analisis regresi maka dilakukan transformasi data dari skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval melalui *Metode of Successive Interval* (MSI). Langkah-langkah melakukan tranformasi data menggunakan MSI diuraikan sebagai berikut:

- 1) Menentukan frekuensi setiap responden yaitu banyaknya responden yang memberikan respon untuk masing-masing kategori yang ada.
- 2) Membagi setiap bilangan pada frekuensi dengan banyaknya responden keseluruhan. Ini akan menghasilkan nilai proporsi

- 3) Jumlahkan proporsi secara keseluruhan untuk setiap responden sehingga diperoleh proporsi kumulatif
- 4) Menentukan nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif menggunakan tabel normal.
- 5) Menghitung fungsi densitas Z dengan rumus:

$$f(Z) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{Z^2}{2}}$$

- 6) Menghitung nilai skala (NS) untuk masing-masing respon dengan rumus:

$$NS = \frac{(\text{Densitas Kelas Sebelumnya}) - (\text{Density Kelas})}{(\text{Peluang Kumulatif kelas}) - (\text{Peluang Kumulatif kelas Sebelumnya})}$$

- 7) Menentukan nilai transformasi dengan menggunakan rumus:

$$Y = NS + (1 + |NS_{min}|)$$

1.6.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah penelitian yang dilakukan akan menolak atau menerima hipotesis. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan uji t. Hipotesis merupakan jawaban sementara yang akan diuji dan dibuktikan kebenarannya. Untuk pengujian apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah maka dilakukan pengujian Hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:

$H_0 : r^2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen

$H_a : r^2 \neq 0$, Terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen

Uji t digunakan untuk menguji apakah hubungan yang terjadi antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen benar-benar signifikan atau tidak. Uji t dapat dicari dengan menggunakan rumus *student's* dengan $dk = n - 2$, yaitu :

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Untuk uji t kriterianya adalah :

Jika, $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika, $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

1.8 SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Penulisan skripsi ini disusun dalam 5 (lima) bab yaitu:

BAB I : Pendahuluan pada bab ini menguraikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Kualitas pelayanan islami terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, pada bab ini berisi pemasaran, manajemen pemasaran, pemasaran dalam perspektif islam, kualitas pelayanan islami, pengukuran kualitas pelayanan, kesenjangan kualitas jasa, prinsip-prinsip kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

BAB III : Kualitas pelayanan islami terhadap keputusan nasabah dalam memilih BRI syariah kantor cabang pembantu Cimahi, dalam bab ini berisi Sejarah Singkat BRI Syariah Cimahi, Visi dan Misi, deskripsi tentang obyek penelitian.

BAB IV : Pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap keputusan nasabah dalam memilih BRI Syariah Cimahi, bab ini meliputi hasil penelitian dan pembahasan masalah, dijelaskan hasil penelitian yang didapat dengan menggunakan teknik yang telah disebutkan sebelumnya.

BAB V : Penutup, berisi tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang dilakukan.

