

BAB III
KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN
BSM DENGAN AKAD MUDHARABAH MUTLAQAHN DI BSM KCP
SUBANG

3.1 Deskripsi Umum Perusahaan

3.1.1 Sejarah Perusahaan

PT Bank Syariah Mandiri sepanjang perjalanannya dalam mengukir sejarah dengan segala prestasi yang dimilikinya telah membuktikan perannya dalam menghubungkan kegemaran masyarakat Indonesia untuk menabung. Seiring dengan berkembangnya zaman, PT. Bank Syariah Mandiri juga mempunyai lebih dari 300 cabang yang tersebar diseluruh Indonesia. Salah satunya di kota Subang ini, yaitu Kantor Cabang di Jl. Otista 18, Karanganyar, Subang Kabupaten/Kota Subang Kode Pos 41211.

Bank Syariah Mandiri Cabang Subang didirikan di Cibabat Subang karena lokasi yang strategis serta kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat terhadap jasa keuangan syariah, serta atas kebutuhan masyarakat sekitar dan potensi naiknya kualitas dan kuantitas pada Bank Syariah Mandiri itu sendiri.

PT Bank Syariah Mandiri Cabang Subang berdiri sejak tanggal 3 Juli 2005. Kantor Cabang Pembantu Subang ini diresmikan oleh Bapak Komarudin Hidayat selaku pimpinan Bank Syariah Mandiri Subang. Peresmian Bank Syariah Mandiri Subang dihadiri oleh tamu undangan yang berasal dari direksi Bank Syariah Mandiri dan perwakilan dari salah satu pemegang saham, pemimpin

pertama Bank Syariah Mandiri cabang Subang yaitu Bpk. Ahmad Baidowi. Peresmian PT Bank Syariah Mandiri Cabang Subang dihadiri oleh 68 undangan terdiri dari perwakilan bank-bank yang ada di kawasan Subang, Asuransi rekanan Bank Syariah Mandiri, notaris, 10 karyawan Bank Syariah Mandiri, serta masyarakat sekitar. Lokasi yang dipilih oleh Bank Syariah Mandiri sangat strategis karena berada di tengah kota, sehingga memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi di Bank Syariah Mandiri. Kemudian, dengan perkembangan asset, prestasi-prestasi yang dimiliki dan minat masyarakat yang semakin tinggi terhadap perbankan syariah¹.

Pada tahun 2005 Bank PT Bank Syariah Mandiri Cabang Subang dipimpin oleh Bapak Ahmad Baidowi beliau menjabat hingga saat ini. Pada tahun 2005 hanya memiliki 10 karyawan meliputi Asep Burhan menjabat sebagai pimpinan cabang pembantu, Farhan Setiadi menjabat sebagai Unit Head, Galang sebagai UFO (*Unit Financing Officer*), Hariman dan Lucky Damayanto menjabat sebagai *Sales Officer*, Deris Muslim dan Wirfa Adha menjabat sebagai *Relathionship Officer*, Wiwit Yuliandini menjabat sebagai *Supervisor*, Vera Anggita menjabat sebagai *Costumer Service*, Yuanita menjabat sebagai *Teller*, Irfan Kamil menjabat sebagai *office boy*, Yayat Supriyadi menjabat sebagai *Security*.

Seiring perubahan karyawan PT Bank Syariah Mandiri Cabang Subang di tahun 2013 karyawan yang bernama Hariman digantikan oleh Hendarwan selaku menjabat sebagai *Sales Officer* karena mengundurkan diri dan ada beberapa

¹ Wawancara dengan Ahmad Baidowi sebagai Pimpina Cabang Pembantu di Subang, 14 Maret 2014

karyawan mutasi/pindah ke KCP yang lainnya, seperti Wiwit Yuliandini yang digantikan oleh Siti Maryam menjabat sebagai *Supervisor*, Galang digantikan oleh Dadan Ramdantomi menjabat sebagai UFO dan Yayat Supriyadi digantikan oleh Sukirman menjabat sebagai *Security*².

Perkembangan di tahun 2014 pimpinan membutuhkan karyawan *Account Officer* untuk menargetkan penghimpunan dan pembiayaan Produk KPR. Bayu Herlambang dan Roy Aditya pun bergabung menjabat sebagai *Account Officer* dan penambahan bagi *Sales Officer* yaitu Ismail dan Rionaldy, serta penambahan tenaga *Security* yaitu Heriyawan.

Produk yang diluncurkan oleh PT Bank Syariah Mandiri Cabang Subang saat ini antara lain³ :

1. Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri
 - a. Tabungan BSM
 - b. BSM Tabungan Berencana
 - c. BSM Tabungan Investa Cendekia
 - d. BSM Tabungan Maburur
 - e. BSM Tabungan Dollar
 - f. BSM Tabungan Kurban
2. Giro Bank Syariah Mandiri
 - a. BSM Giro
 - b. BSM Giro Valas
 - c. BSM Giro Singapore Dollar

² Wawancara dengan Farhan Setiadi menjabat sebagai Unit Head di Subang, 20 Mei 2014

³ Wawancara dengan Farhan Setiadi menjabat sebagai Unit Head di Subang, 20 Mei 2014

- d. BSM Giro Euro
3. Deposito Bank Syariah Mandiri
- a. BSM Deposito
 - b. BSM Deposito Valas

Rencana kedepan PT Bank Syariah Mandiri Cabang Subang adalah memberikan fasilitas yang lebih tinggi terhadap nasabah yang membutuhkan dalam pengembangan usaha mikro dan menghimpun dana dari masyarakat yang tinggi pula. Pendirian Bank Syari'ah Mandiri cabang Subang merupakan langkah maju dalam upaya mengakomodir kepentingan ekonomi perdagangan kota Subang. Di mana Subang merupakan salah satu kota penghasil kain batik terbesar di Indonesia. Dan di sisi lain, Subang merupakan kota relegius yang sebagian besar masyarakatnya sangat memegang teguh syari'at Islam. Termasuk dalam hal bertransaksi perbankan masyarakat (fanatik) lebih memilih bank syari'ah yang tidak mengandung unsur riba. Maka dengan pertimbangan ini Bank Syari'ah Mandiri pusat mendirikan kantor Cabang di kota Subang sangat prospektif karena dapat menjadi mitra usaha (market) bagi masyarakat Subang dan sekitarnya⁴.

3.2 Visi dan misi dari Bank Syariah Mandiri

3.2.1 Visi Bank Syariah Mandiri

“Menjadi Bank Syariah “terpercaya” pilihan mitra usaha.

⁴ Wawancara dengan Ahmad Baidowi sebagai Pimpina Cabang Pembantu di Subang, 14 Maret 2014

3.2.2 Misi Bank Syariah Mandiri

Berdasarkan rumusan visi di atas maka rumusan misi PT Bank Syariah Mandiri terdapat 5 butir yaitu sebagai berikut:

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan.
- b. Mengutamakan penghimpunan dana konsumen dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM.
- c. Merekrut dan mengembangkan pegawai profesional dalam lingkungan kerja yang sehat.
- d. Mengembangkan nilai-nilai Syariah universal.
- e. Menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.

3.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Setelah melalui proses yang melibatkan seluruh jajaran pegawai sejak pertengahan 2005, lahirlah nilai-nilai perusahaan baru yang disepakati bersama untuk di-*shared* oleh seluruh pegawai Bank Syariah Mandiri yang disebut *Shared Values* Bank Syariah Mandiri. *Shared Values* Bank Syariah Mandiri disingkat "*ETHIC*". Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. *Excellence*:

Berupaya mencapai kesempurnaan melalui perbaikan yang terpadu dan berkesinambungan.

2. *Teamwork*:

Mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi dengan cara mewujudkan iklim lalu lintas pesan yang lancar dan sehat, menghargai

pendapat dan kontribusi orang lain, serta memiliki orientasi pada hasil dan nilai tambah bagi *stakeholders*.

3. *Humanity*:

Menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan dan religius dan meluruskan niat untuk mendapatkan ridha Allah.

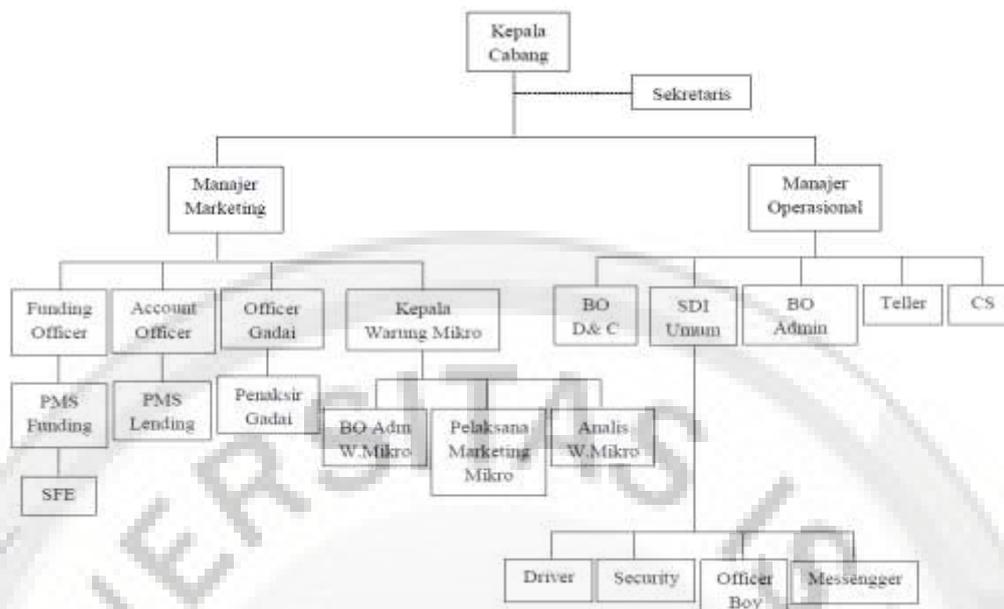
4. *Integrity*:

Menaati kode etik profesi dan berpikir serta berperilaku terpuji dengan cara menerima tugas dan kewajiban sebagai amanah dan menjalankannya dengan penuh tanggung jawab sesuai ketentuan dan tututan perusahaan.

5. *Customer Focus*:

Memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan untuk menjadikan Bank Syariah Mandiri sebagai mitra yang terpercaya dan menguntungkan dengan cara proaktif dalam menggali dan mengimplementasikan ide-ide baru untuk memberikan layanan yang lebih baik dan lebih cepat dibandingkan kompetitor.

Struktur organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Subang sendiri yaitu sebagai berikut:



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Subang

3.4 Job Description

Dalam struktur organisasi di atas akan dijelaskan pembagian tugas dan wewenang beberapa jabatan dalam Bank Syariah Mandiri Cabang Subang yaitu sebagai berikut:

1. Kepala Cabang

Tugas dan wewenang dari kepala cabang yaitu sebagai berikut:

- a. Mengkoordinasi dan menetapkan rencana kerja tahunan Cabang, agar selaras dengan visi, misi dan strategi BSM.
- b. Mengendalikan dan mengevaluasi pelaksanaan rencana kerja Cabang untuk memastikan tercapainya target Cabang yang telah ditetapkan, secara tepat waktu.

- c. Menetapkan kebutuhan dan strategi pengembangan SDI di Cabang, untuk memastikan jumlah dan kualifikasi SDI sesuai dengan strategi Bank.
- d. Melakukan analisa SWOT terhadap kondisi Cabang setiap bulan dalam rangka menetapkan posisi Cabang terhadap posisi pesaing di wilayah kerja setempat.
- e. Mengkoordinasikan seluruh sarana dan kegiatan untuk mencapai target yang telah ditetapkan dan disepakati sejalan dengan visi, misi, dan Sasaran Kegiatan Kerja.
- f. Memberi nasihat dan/ atau membantu penyelesaian masalah-masalah keluarga pribadi para pegawai yang dapat mengganggu kelancaran pekerjaan pegawai yang bersangkutan.

2. Manajer Marketing

Fungsi dan tanggung jawab dari manajer marketing yaitu:

- a. Secara terus menerus berupaya meningkatkan kemampuan/pemahaman produk-produk Bank Syariah Mandiri dan tatacara pelayanannya termasuk syarat-syarat dari masing-masing jenis produk.
- b. Melaksanakan pengumpulan data/informasi mengenai perkembangan ekonomi, pembangunan, dan dunia usaha setempat untuk dijadikan indikator pengembangan usaha Capem.
- c. Menjaga kebersihan dan keserasian di lingkungan kerjanya.
- d. Mengimplementasikan budaya kerja BSM.

3. Manajer Operasional

Tanggung jawab dari manajer operasional yaitu:

- a. Memastikan terkendalinya biaya operasional Cabang dengan efisien dan efektif.
- b. Melaksanakan kegiatan-kegiatan sesuai dengan ketentuan dan SOP yang telah ditetapkan.
- c. Memastikan terselenggaranya jasa pelayanan pelanggan yang optimal di Kantor Cabang.
- d. Memastikan semua kegiatan administrasi dan pelaporan transaksi dilaksanakan sesuai dengan peraturan yang berlaku (internal dan eksternal).
- e. Memastikan penyediaan dan pengolahan data laporan dilakukan secara akurat dan tepat waktu.
- f. Melakukan pembinaan karyawan bagian operasional Cabang untuk meningkatkan kemampuan dan kompetensi bawahan.

3.5 Aktivitas Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis di Bank Syariah Mandiri Cabang Subang, mengenai aktivitas operasional Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut:

3.5.1 Menghimpun Dana

Aktivitas bank adalah menghimpun dana dari surplus dana dan menyalurkan dana kepada defisit dana. Dalam aktivitas operasionalnya BSM pun

memiliki cara dalam menghimpun dana. Sistem pembiayaan BSM menempatkan nasabah sebagai mitra BSM dalam berwirausaha, sehingga posisi bank sebagai pemilik dana dan nasabah sebagai peminjam adalah sejajar. BSM menyediakan beberapa jenis pembiayaan, yaitu sebagai berikut.

- a. Pembiayaan Edukasi BSM, yaitu pembiayaan jangka pendek dan menengah yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan uang masuk sekolah/ perguruan tinggi/ lembaga pendidikan lainnya atau uang pendidikan pada saat pendaftaran tahun ajaran/ semester baru berikutnya dengan akad ijarah.
- b. MMOB (*Mudharabah Muqayyadah On Balance Sheet*), yaitu fasilitas pembiayaan dengan alokasi sumber dana yang terikat (spesifik) dari pemilik dana (*shahibul maal*).
- c. BSM *Customer Network Financing* (Modal Kerja), yaitu pembiayaan modal kerja yang diberikan kepada nasabah untuk pembelian persediaan barang dari rekanan yang telah menjalin kerjasama dengan BSM.
- d. Pembiayaan Peralatan Kedokteran, yaitu pemberian fasilitas pembiayaan kepada para profesional di bidang kedokteran/kesehatan untuk pembelian peralatan kedokteran.
- e. Resi Gudang, yaitu pembiayaan dengan jaminan utama komoditi yang diperdagangkan, dimana komoditi tersebut berada dalam suatu gudang atau tempat yang terkontrol secara *independen (independently controlled warehouse)*.
- f. Umrah, yaitu pembiayaan untuk mempermudah nasabah dalam memenuhi kebutuhan perjalanan umrah.

- g. Griya BSM, yaitu fasilitas pembiayaan pemilikan rumah tinggal.
- h. Dana Berputar, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan modal kerja sementara dan bukan untuk *Permanent Working Capital*. Bersifat *self liquidating* seiring dengan menurunnya aktivitas bisnis pada periode terkait.
- i. Pensiunan, pembiayaan yang diperuntukkan bagi pensiunan.
- j. PKPA (Pembiayaan kepada Koperasi Karyawan untuk Para Anggotanya), yaitu fasilitas penyaluran pembiayaan kepada anggota koperasi karyawan.

Selain pembiayaan-pembiayaan di atas, terdapat juga pembiayaan BSM Implan, BSM Oto, BSM Warung Mikro, dan Tabungan Haji BSM. Dari jenis-jenis pembiayaan tersebut, yang termasuk pembiayaan *mudharabah* adalah MMOB dan PKPA.

PKPA adalah penyaluran pembiayaan melalui koperasi karyawan untuk pemenuhan kebutuhan konsumen para anggotanya (kolektif) yang mengajukan pembiayaan kepada koperasi karyawan, sehingga PKPA termasuk *mudhrabah muqayyadah*. Pola penyaluran yang dipergunakan adalah *executing* (Koperasi Karyawan sebagai nasabah) dan berdasar pada jual-beli (*murabahah*) multiguna konsumtif, sedangkan proses pembiayaan dari Koperasi Karyawan kepada anggotanya dilakukan dan menjadi tanggung jawab penuh Koperasi Karyawan.

Dalam MMOB, BSM berperan sebagai perantara antara pemilik dana dan pengelola dana. BSM menghubungkan nasabah yang ingin dikelola dananya kepada nasabah BSM lainnya yang sudah ditentukan oleh pemilik dana. Misalnya Tuan Andi, nasabah BSM, ingin uangnya sebesar Rp 500.000.000,- dikelola oleh PT Mandiri Nusantara, dimana Tuan Andi sudah mengetahui sebelumnya

mengenai PT Mandiri Nusantara, namun Tuan Andi tidak tahu bagaimana melakukan transaksi dan mengontrol dana tersebut, sehingga meminta BSM sebagai perantara sekaligus pengatur dan pengontrol dana Tuan Andi yang akan dikelola. Dari transaksi ini, BSM mendapat *fee* (bukan bagi hasil) dari Tuan Andi.

3.5.2 Menyalurkan Dana

Aktivitas bank selanjutnya adalah menyalurkan dana kepada defisit dana. Biasanya aktivitas menyalurkan dana ini sering diidentikkan dengan kredit. Kredit dalam Bank Syariah dikenal dengan sebutan pembiayaan, pembiayaan dari Bank Syariah antara lain yaitu: BSM Implan, pembiayaan peralatan kedokteran, pembiayaan edukasi, pembiayaan dana berputar, pembiayaan kepada pensiunan, pembiayaan umrah, pembiayaan kepada koperasi karyawan untuk para anggotanya, pembiayaan griya BSM, pembiayaan talangan haji, BSM customer network financing, pembiayaan griya BSM optima, pembiayaan griya BSM bersubsidi, pembiayaan griya BSM dp 0%, dan pembiayaan kendaraan bermotor.

3.5.3 Jasa Produk

Diantaranya yaitu: BSM card, sentra bayar, sms banking, mobile banking, net banking, pembiayaan melalui menu Pemindahbukuan di ATM (PPBA), jual-beli valas, *electronic payroll*, dan transfer uang tunai.

3.5.4 Jasa Operasional

Yaitu: transfer lintas negara Western Union, kliring, inkaso, intercity clearing, RTGS (*Real Time Gross Settlement*), transfer dalam kota (LLG), transfer

valas, pembayaran pajak secara online, pajak import, referensi bank, standing order.

3.5.5 Jasa Investasi

Yaitu: reksadana, sukuk negara ritel.

Dalam bab ini, penulis akan menganalisis dan membahas hasil dari penelitian kepuasan nasabah produk tabungan BSM dengan akad *mudharabah mutlaqah*, loyalitas produk tabungan BSM dengan akad *mudharabah mutlaqah*, dan pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas produk tabungan BSM dengan akad *mudharabah mutlaqah* pada Bank Syariah Mandiri Cabang Subang.

Setelah penulis melakukan studi lapangan dan mengolah data dari kuesioner yang diperoleh dari responden, maka pada bab ini penulis akan menyajikan hasil dan pembahasannya.

Penelitian ini mempunyai 3 (tujuan) yaitu untuk mengetahui : (1) kepuasan nasabah produk tabungan BSM dengan akad *mudharabah mutlaqah*, (2) loyalitas produk tabungan BSM dengan akad *mudharabah mutlaqah*, dan (3) pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas produk tabungan BSM dengan akad *mudharabah mutlaqah*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif verifikatif. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dalam angka (*Quantitative*), dan melakukan analisis data dengan prosedur statistika dan atau permodelan sistematis (M. Burhan Bungin, 2009: 31).

Penelitian ini juga bersifat verifikatif, yaitu metode yang bertujuan untuk menguji secara matematis dugaan mengenai adanya hubungan antar variabel dari masalah yang sedang diselidiki didalam hipotesis. Atau dengan kata lain, penelitian untuk menguji kebenaran suatu hipotesis dimana dalam penelitian ini yang akan diuji adalah pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas produk tabungan BSM dengan akad *mudharabah mutlaqah* pada Bank Syariah Mandiri Cabang Subang.

3.6 Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 91 nasabah tabungan *mudharabah mutlaqah* bank Bank Syariah Mandiri yang berdomisili di Kota Subang, dengan uraian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Identitas responden berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	Persentase
Pria	45	49.45
Wanita	46	50.55
Total	91	100

Berdasarkan tabel di atas, nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Subang didominasi oleh wanita yaitu 46 responden atau 50.55%, sedangkan pria yaitu 45 responden atau 49.45%. Berdasarkan data karakteristik berdasarkan jenis kelamin nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Subang lebih banyak wanita sebanyak 46 responden dengan presentase dibanding dengan pria berjumlah 45 responden dengan prosentase 49.45, artinya terlihat bahwa nasabah didominasi oleh nasabah wanita.

Tabel 3.2
Identitas responden berdasarkan Usia

Kategori	Frekuensi	Persentase
Kurang dari 20 tahun	2	2.20
20-30 tahun	33	36.26
31-40 tahun	43	47.25
41-50 tahun	11	12.09
Lebih dari 50 tahun	2	2.20
Total	91	100

Berdasarkan tabel di atas, nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Subang didominasi oleh responden yang berusia 31-40 tahun yaitu 43 responden atau 47.25%, selanjutnya responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 33 responden atau 36.26%, 41-50 tahun sebanyak 11 responden atau 12.09%, kurang dari 20 tahun sebanyak 2 responden atau 2.20%, dan lebih dari 50 tahun sebanyak 2 responden atau 2.20%.

Tabel 3.3
Identitas responden berdasarkan Pekerjaan

Kategori	Frekuensi	Persentase
Pelajar/mahasiswa	3	3.30
Pegawai negeri/swasta	43	47.25
Wiraswasta	33	36.26
Ibu rumah tangga	10	10.99
Pensiunan/purnawirawan	2	2.20
Total	91	100

Berdasarkan tabel di atas, nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Subang didominasi oleh responden yang bekerja sebagai pegawai negeri/swasta yaitu 43 responden atau 47.25%, selanjutnya responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 33 responden atau 36.26%, Ibu Rumah Tangga sebanyak 10 responden

atau 10.09%, pelajar/mahasiswa sebanyak 3 responden atau 3.30%, dan pensiunan/purnawirawan sebanyak 2 responden atau 2.20%.

Tabel 3.4
Identitas responden berdasarkan penghasilan per bulan

Kategori	Frekuensi	Persentase
< Rp 500.000	3	3.30
Rp 500.000 – Rp 1.000.000	36	39.56
Rp 1.100.000 – Rp 5.000.000	15	16.48
> Rp 5.000.000	37	40.66
Total	91	100

Berdasarkan tabel di atas, nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Subang didominasi oleh responden yang memiliki penghasilan per bulan lebih dari Rp 5.000.000 yaitu 37 responden atau 39.56%, selanjutnya responden yang berpenghasilan per bulan Rp 500.000 – Rp 1.000.000 sebanyak 36 responden atau 39.56%, Rp 1.100.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 15 responden atau 16.48%, dan kurang dari Rp 500.000 sebanyak 3 responden atau 3.30%.

Tabel 3.5
Identitas responden berdasarkan berapa lama anda menjadi nasabah

Kategori	Frekuensi	Persentase
< 1 tahun	5	5.49
1 – 2 tahun	8	8.79
2 – 3 tahun	2	2.20
4 -5 tahun	42	46.15
> 5 tahun	34	37.36
Total	91	100

Berdasarkan tabel di atas, nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Subang didominasi oleh responden yang telah menjadi nasabah selama 4-5 tahun yaitu 42 responden atau 46.15%, selanjutnya responden yang telah menjadi nasabah lebih

dari 5 tahun sebanyak 34 responden atau 46.15%, 1-2 tahun sebanyak 8 responden atau 8.79%, kurang dari 1 tahun sebanyak 5 responden atau 5.49%, dan 2-3 tahun sebanyak 2 responden atau 2.20%.

3.7 Kepuasan Nasabah pada Produk Tabungan BSM dengan Akad *Mudharabah Mutlaqah*

Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi perusahaan tersebut. Pelanggan yang puas akan terus melakukan pembelian pada perusahaan tersebut. Demikian pula sebaliknya, jika tanpa ada kepuasan, dapat mengakibatkan pelanggan pindah pada produk lain. Dalam dunia perbankan, nasabah merupakan elemen utama bagi lembaga perbankan untuk dapat tetap maju. Kepuasan nasabah biasanya akan dijadikan tolak ukur bagi bank untuk menilai hasil kerja bank selama ini. Untuk mengetahui kepuasan nasabah pada produk Tabungan BSM dengan Akad *Mudharabah Mutlaqah*, peneliti menggunakan indikator *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

Setelah penulis menyebarkan kuesioner kepada responden di lapangan, maka dapat di ketahui tanggapan responden mengenai sejauh mana kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Subang. Setiap jawaban dari responden diberi nilai dengan menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur setiap jawaban dari pertanyaan variabel x yang diajukan kepada responden melalui penyebaran kuesioner. Jika responden menjawab sangat puas maka jawaban tersebut bernilai empat (4), jika responden menjawab puas maka jawaban

tersebut bernilai tiga (3), jika responden menjawab kurang puas maka jawaban tersebut bernilai dua (2), dan jika responden tersebut menjawab sangat tidak puas maka jawaban tersebut bernilai satu (1).

Adapun untuk memudahkan penilaian setiap item pertanyaan penulis akan mencari rata-rata dari setiap jawaban responden dan untuk memudahkan penilaian rata-rata tersebut penulis mengkategorikannya berdasarkan interval nilai skor jawaban responden dari seluruh item pertanyaan variabel x dimana perhitungannya adalah sebagai berikut:

Interval = nilai skor maksimum – nilai skor minimum

$$= 4 - 1$$

$$= 3$$

Jarak interval = interval : jenjang

$$= 3 : 4$$

$$= 0,75$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk masing-masing item pertanyaan sub variabel dari kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel 3.6
Klasifikasi dan nilai rata-rata variabel kepuasan nasabah

No	Klasifikasi	Interval
1	Sangat Puas	3,27 - 4
2	Puas	2,52 - 3,26
3	Kurang Puas	1,76 - 2,51
4	Sangat Tidak Puas	1 - 1,75

Hasil pengisian kuesioner yang diberikan kepada nasabah produk Tabungan BSM dengan Akad *Mudharabah Mutlaqah* mengenai kepuasan dapat dilihat sebagai berikut:

1. Dimensi *Tangible*

Berikut tanggapan responden mengenai dimensi *tangibles*.

Tabel 3.7
Tanggapan responden mengenai kenyamanan ruang tunggu

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	62	68.1	248	Puas
Puas	6	6.6	18	
Kurang Puas	8	8.8	16	
Sangat Tidak Puas	15	16.5	15	
Total	91	100	297	
Rata-rata	-	-	3,26	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “Kenyamanan ruang tunggu”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 62 orang (68,1%) menyatakan sangat puas dan 6 orang (6,6%) menyatakan puas, serta sisanya 8 orang (8,8%) menyatakan kurang puas dan 15 orang (16,5%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang kenyamanan ruang tunggu sebesar (3,26) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang puas atas kenyamanan ruang tunggu.

Tabel 3.8
Tanggapan responden mengenai kenyamanan ruang ATM

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	6	6.6	24	Kurang Puas
Puas	31	34.1	93	
Kurang Puas	45	49.5	90	
Sangat Tidak Puas	9	9.9	9	
Total	91	100	216	
Rata-rata	-	-	2,41	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “kenyamanan ruang ATM”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 6 orang (6,6%) menyatakan sangat puas dan 31 orang (34,1%) menyatakan puas, serta sisanya 45 orang (49,5%) menyatakan kurang puas dan 9 orang (9,9%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang kenyamanan ruang ATM sebesar (2,41) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang kurang puas atas kenyamanan ruang ATM.

Tabel 3.9
Tanggapan responden mengenai kebersihan ruang tunggu

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	65	71.4	260	Sangat Puas
sihPuas	9	9.9	27	
Kurang Puas	16	17.6	32	
Sangat Tidak Puas	1	1.1	1	
Total	91	100	320	
Rata-rata	-	-	3,52	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “kebersihan ruang tunggu”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 65 orang (71,4%) menyatakan sangat puas dan 9 orang (9,9%) menyatakan puas, serta sisanya 16 orang (17,6%) menyatakan kurang puas dan 1 orang (1,1%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang kebersihan ruang tunggu sebesar (3,52) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang sangat puas atas kebersihan ruang tunggu.

Tabel 3.10
Tanggapan responden mengenai kerapihan penampilan karyawan

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	70	76.9	280	Sangat Puas
Puas	0	0	0	
Kurang Puas	18	19.8	36	
Sangat Tidak Puas	3	3.3	3	
Total	91	100	319	
Rata-rata	-	-	3,51	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “kerapihan penampilan karyawan”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 70 orang (76,9%) menyatakan sangat puas dan sisanya 18 orang (19,8%) menyatakan kurang puas dan 3 orang (3,3%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang kerapihan penampilan karyawan sebesar (3,51) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang sangat puas atas kerapihan penampilan karyawan.

Tabel 3.11
Tanggapan responden mengenai kenyamanan ruang parkir

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	65	71.4	260	Sangat Puas
Puas	11	12.1	33	
Kurang Puas	12	13.2	24	
Sangat Tidak Puas	3	3.3	3	
Total	91	100	320	
Rata-rata	-	-	3,52	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “kenyamanan ruang parkir”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 65 orang (71,4%) menyatakan sangat puas dan 11 orang (12,1%) menyatakan puas,

serta sisanya 12 orang (13,2%) menyatakan kurang puas dan 3 orang (3,3%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang kenyamanan ruang parkir sebesar (3,52) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang sangat puas atas kenyamanan ruang parkir.

Tabel 3.12
Klasifikasi Penilaian Responden terhadap Kepuasan Nasabah atas Dimensi *Tangible*

No	Item Pertanyaan	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Klasifikasi
1.	Kenyamanan ruang tunggu	62	6	8	15	91	297	364	Puas
2.	Kenyamanan ruang ATM	6	31	45	9	91	216	364	Kurang Puas
3.	Kebersihan ruang tunggu	65	9	16	1	91	320	364	Sangat Puas
4.	Kerapihan penampilan karyawan	70	0	18	3	91	319	364	Sangat Puas
5.	Kenyamanan ruang parkir	65	11	12	3	91	320	364	Sangat Puas
Total Skor							1472		Puas
Persentase Skor							80,9%		

Pada tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai *tangible* berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total *tangible* adalah 1472. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

- Nilai Indeks Maksimum = $4 \times 5 \times 91 = 1820$
- Nilai Indeks Minimum = $1 \times 5 \times 91 = 455$
- Jarak Interval = [nilai maksimum – nilai minimum] : 4

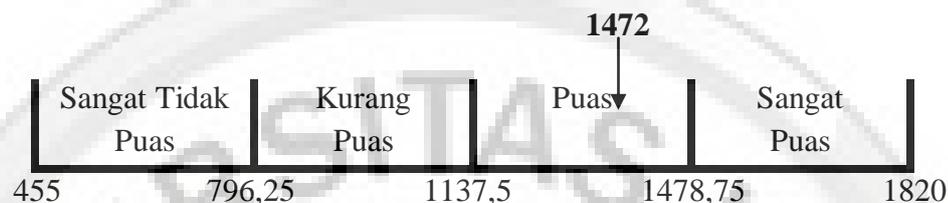
$$= (1820 - 455) : 4$$

$$= 341,25$$

d. Persentase Skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100

$$= (1472 : 1820) \times 100\%$$

$$= 80,9\%$$



Gambar 3.2
Garis Kontinum Mengenai *Tangible*

Berdasarkan tabel 3.12, penilaian responden terhadap kepuasan nasabah atas dimensi *tangible* yang terdiri dari kenyamanan ruang tunggu, kenyamanan ruang ATM, kebersihan ruang tunggu, kerapihan penampilan karyawan, dan kenyamanan ruang parkir, dinilai nasabah sudah puas. Hal ini terlihat dari skor akhir sebesar 1472 ini artinya kepuasan nasabah berdasarkan *tangible* di Bank Syariah Mandiri Cabang Subang berada dalam skala puas.

2. Dimensi *Reliability*

Berikut tanggapan responden mengenai dimensi *reliability*.

Tabel 3.13

Tanggapan responden mengenai ketepatan waktu dalam pemberian pelayanan

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	64	70.3	256	Sangat Puas
Puas	2	2.2	6	
Kurang Puas	12	13.2	24	
Sangat Tidak Puas	13	14.3	13	
Total	91	100	299	
Rata-rata	-	-	3,29	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “ketepatan waktu dalam pemberian pelayanan”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 64 orang (70,3%) menyatakan sangat puas dan 2 orang (2,2%) menyatakan puas, serta sisanya 12 orang (13,2%) menyatakan kurang puas dan 13 orang (14,3%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang ketepatan waktu dalam pemberian pelayanan sebesar (3,29) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang sangat puas atas ketepatan waktu dalam pemberian pelayanan.

Tabel 3.14
Tanggapan responden mengenai keakuratan pelayanan sesuai janji

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	64	70.3	256	Sangat Puas
Puas	12	13.2	36	
Kurang Puas	14	15.4	28	
Sangat Tidak Puas	1	1.1	1	
Total	91	100	321	
Rata-rata	-	-	3,53	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “keakuratan pelayanan sesuai janji”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 64 orang (70,3%) menyatakan sangat puas dan 12 orang (13,2%) menyatakan puas, serta sisanya 14 orang (15,4%) menyatakan kurang puas dan 1 orang (1,1%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang keakuratan pelayanan sesuai janji sebesar (3,53) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang sangat puas atas keakuratan pelayanan sesuai janji.

Tabel 3.15

Tanggapan responden mengenai meminimalkan kesalahan dalam pelayanan

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	54	59.3	216	Sangat Puas
Puas	18	19.8	54	
Kurang Puas	13	14.3	26	
Sangat Tidak Puas	6	6.6	6	
Total	91	100	302	
Rata-rata	-	-	3,32	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “meminimalkan kesalahan dalam pelayanan”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 54 orang (59,3%) menyatakan sangat puas dan 18 orang (19,8%) menyatakan puas, serta sisanya 13 orang (14,3%) menyatakan kurang puas dan 6 orang (6,6%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang meminimalkan kesalahan dalam pelayanan sebesar (3,32) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang sangat puas atas meminimalkan kesalahan dalam pelayanan.

Tabel 3.16

Tanggapan responden mengenai kesiapan untuk merespon permintaan nasabah

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	40	44.0	160	Puas
Puas	33	36.3	99	
Kurang Puas	15	16.5	30	
Sangat Tidak Puas	3	3.3	3	
Total	91	100	292	
Rata-rata	-	-	3,21	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “kesiapan untuk merespon permintaan nasabah”, dari tabel tersebut dapat dilihat

bahwa sebanyak 40 orang (44,0%) menyatakan sangat puas dan 33 orang (36,3%) menyatakan puas, serta sisanya 15 orang (16,5%) menyatakan kurang puas dan 3 orang (3,3%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang kesiapan untuk merespon permintaan nasabah sebesar (3,21) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang puas atas kesiapan untuk merespon permintaan nasabah.

Tabel 3.17
Klasifikasi Penilaian Responden terhadap Kepuasan Nasabah atas Dimensi
Reliability

No	Item Pertanyaan	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Klasifikasi	
1.	Ketepatan waktu dalam pemberian pelayanan	64	2	12	13	91	299	364	Sangat Puas	
2.	Keakuratan pelayanan sesuai janji	64	12	14	1	91	321	364	Sangat Puas	
3.	Meminimalkan kesalahan dalam pelayanan	54	18	13	6	91	302	364	Sangat Puas	
4.	Kesiapan untuk merespon permintaan nasabah	40	33	15	3	91	292	364	Puas	
	Total Skor							1214		Sangat Puas
	Persentase Skor							83,4%		

Pada tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai *reliability* berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat

dilihat bahwa skor total *reability* adalah 1214. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

- Nilai Indeks Maksimum = $4 \times 4 \times 91 = 1456$
- Nilai Indeks Minimum = $1 \times 4 \times 91 = 364$
- Jarak Interval = [nilai maksimum – nilai minimum] : 4

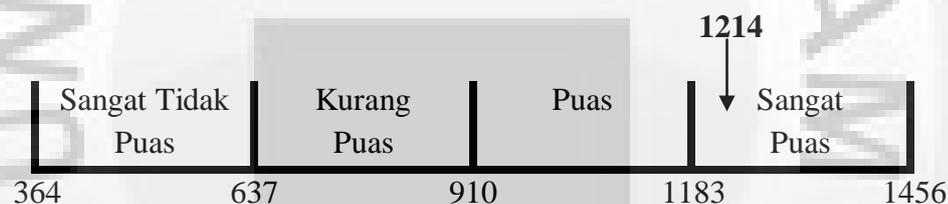
$$= (1456 - 364) : 4$$

$$= 273$$

- Persentase Skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100

$$= (1214 : 1456) \times 100\%$$

$$= 83,4\%$$



Gambar 3.3
Garis Kontinum Mengenai *Realibility*

Berdasarkan tabel 3.17, penilaian responden terhadap kepuasan nasabah atas dimensi *reability* yang terdiri dari ketepatan waktu dalam pemberian pelayanan, keakuratan pelayanan sesuai janji, meminimalkan kesalahan dalam pelayanan, dan kesiapan untuk merespon permintaan nasabah, dinilai puas oleh nasabah. Hal ini terlihat dari skor akhir sebesar 1214 ini artinya kepuasan nasabah berdasarkan *reability* di Bank Syariah Mandiri Cabang Subang berada dalam skala sangat puas.

3. Dimensi *Responsiveness*

Berikut tanggapan responden mengenai dimensi *responsiveness*.

Tabel 3.18
Tanggapan responden mengenai kesediaan untuk membantu permasalahan nasabah

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	51	56.0	204	Puas
Puas	15	16.5	45	
Kurang Puas	19	20.9	38	
Sangat Tidak Puas	6	6.6	6	
Total	91	100	293	
Rata-rata	-	-	3,22	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “kesediaan untuk membantu permasalahan nasabah”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 51 orang (56,0%) menyatakan sangat puas dan 15 orang (16,5%) menyatakan puas, serta sisanya 19 orang (20,9%) menyatakan kurang puas dan 6 orang (6,6%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang kesediaan untuk membantu permasalahan nasabah sebesar (3,22) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang puas atas kesediaan untuk membantu permasalahan nasabah.

Tabel 3.19
Tanggapan responden mengenai ketanggapan dalam menangani keluhan nasabah

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	71	78.0	284	Sangat Puas
Puas	3	3.3	9	
Kurang Puas	11	12.1	22	
Sangat Tidak Puas	6	6.6	6	
Total	91	100	321	
Rata-rata	-	-	3,53	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “ketanggapan dalam menangani keluhan nasabah”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 71 orang (78,0%) menyatakan sangat puas dan 3 orang (3,3%) menyatakan puas, serta sisanya 11 orang (12,1%) menyatakan kurang puas dan 6 orang (6,6%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang ketanggapan dalam menangani keluhan nasabah sebesar (3,253 hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang sangat puas atas ketanggapan dalam menangani keluhan nasabah.

Tabel 3.20
Tanggapan responden mengenai kecepatan proses pelayanan

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	62	68.1	248	Puas
Puas	3	3.3	9	
Kurang Puas	13	14.3	26	
Sangat Tidak Puas	13	14.3	13	
Total	91	100	296	
Rata-rata	-	-	3,25	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “kecepatan proses pelayanan”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 62 orang (68,1%) menyatakan sangat puas dan 3 orang (3,3%) menyatakan puas, serta sisanya 13 orang (14,3%) menyatakan kurang puas dan 13 orang (14,3%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang kecepatan proses pelayanan sebesar (3,25) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang puas atas kecepatan proses pelayanan.

Tabel 3.21
Tanggapan responden mengenai keramahan sikap pelayanan karyawan

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	72	79.1	288	Sangat Puas
Puas	3	3.3	9	
Kurang Puas	3	3.3	6	
Sangat Tidak Puas	13	14.3	13	
Total	91	100	316	
Rata-rata	-	-	3,47	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “keramahan sikap pelayanan karyawan”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 72 orang (79,1%) menyatakan sangat puas dan 3 orang (3,3%) menyatakan puas, serta sisanya 3 orang (3,3%) menyatakan kurang puas dan 13 orang (14,3%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang keramahan sikap pelayanan karyawan sebesar (3,47) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang sangat puas atas keramahan sikap pelayanan karyawan.

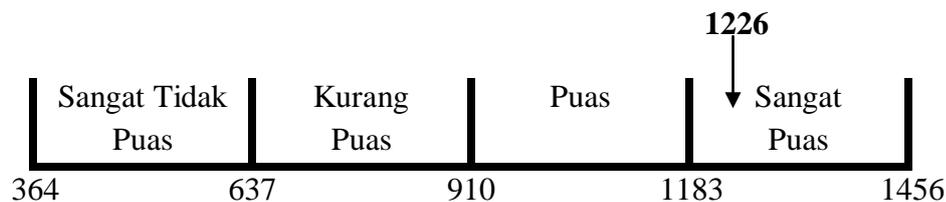
Tabel 3.22
Klasifikasi Penilaian Responden terhadap Kepuasan Nasabah atas Dimensi Responsiveness

No	Item Pertanyaan	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Klasifikasi
1.	kesediaan untuk membantu permasalahan nasabah	51	15	19	6	91	293	364	Puas
2.	ketanggapan dalam menangani keluhan nasabah	71	3	11	6	91	321	364	Sangat Puas

3.	kecepatan proses pelayanan	62	3	13	13	91	296	364	Puas
4.	keramahan sikap pelayanan karyawan	72	3	3	14	91	316	364	Sangat Puas
	Total Skor						1226		Sangat Puas
	Persentase Skor						84,2%		

Pada tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai *Responsiveness* berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total *Responsiveness* adalah 1226. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

- a. Nilai Indeks Maksimum = $4 \times 4 \times 91 = 1456$
- b. Nilai Indeks Minimum = $1 \times 4 \times 91 = 364$
- c. Jarak Interval = [nilai maksimum – nilai minimum] : 4
 $= (1456 - 364) : 4$
 $= 273$
- d. Persentase Skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100
 $= (1226 : 1456) \times 100\%$
 $= 84,2\%$



Gambar 3.4
Garis Kontinum Mengenai *Responsiveness*

Berdasarkan tabel 3.22, penilaian responden terhadap kepuasan nasabah atas dimensi *Responsiveness* yang terdiri dari kesediaan untuk membantu permasalahan nasabah, ketanggapan dalam menangani keluhan nasabah, kecepatan proses pelayanan, dan keramahan sikap pelayanan karyawan, nasabah menilai sudah puas. Hal ini terlihat dari skor akhir sebesar 1226 ini artinya kepuasan nasabah berdasarkan *Responsiveness* di Bank Syariah Mandiri Cabang Subang berada dalam skala sangat puas.

4. Dimensi *Assurance*

Dimensi *assurance* atau jaminan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Indikator dimensi *assurance* dalam penelitian ini adalah keamanan bertransaksi dengan akad mudharabah mutlaqah, pengetahuan karyawan terhadap produk tabungan dengan akad mudharabah mutlaqah, kejelasan informasi produk tabungan dengan akad mudharabah mutlaqah, kredibilitas karyawan, dan kredibilitas bank dalam menangani produk tabungan dengan akad mudharabah mutlaqah. Berikut tanggapan responden mengenai dimensi *assurance*.

Tabel 3.23
Tanggapan responden mengenai keamanan bertransaksi dengan akad
Mudharabah Mutlaqoh

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	52	57.1	208	Puas
Puas	9	9.9	27	
Kurang Puas	10	11.0	20	
Sangat Tidak Puas	20	22.0	20	
Total	91	100	275	
Rata-rata	-	-	3,02	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “keamanan bertransaksi dengan akad *Mudharabah Mutlaqoh*”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 52 orang (57,1%) menyatakan sangat puas dan 9 orang (9,9%) menyatakan puas, serta sisanya 10 orang (11,0%) menyatakan kurang puas dan 20 orang (22,0%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang keamanan bertransaksi dengan akad *Mudharabah Mutlaqoh* sebesar (3,02) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang puas atas keamanan bertransaksi dengan akad *Mudharabah Mutlaqoh*.

Tabel 3.24
Tanggapan responden mengenai pengetahuan karyawan terhadap produk
tabungan dengan akad *Mudharabah Mutlaqoh*

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	62	68.1	248	Puas
Puas	0	0	0	
Kurang Puas	12	13.2	24	
Sangat Tidak Puas	17	18.7	17	
Total	91	100	289	
Rata-rata	-	-	3,18	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “pengetahuan karyawan terhadap produk tabungan dengan akad *Mudharabah*

Mutlaqoh”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 62 orang (68,13%) menyatakan sangat puas dan sisanya 12 orang (13,2%) menyatakan kurang puas dan 17 orang (18,7%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang pengetahuan karyawan terhadap produk tabungan dengan akad *Mudharabah Mutlaqoh* sebesar (3,18) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang puas atas pengetahuan karyawan terhadap produk tabungan dengan akad *Mudharabah Mutlaqoh*.

Tabel 3.25
Tanggapan responden mengenai kejelasan informasi produk tabungan dengan akad *mudharabah mutlaqah*

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	76	83.5	304	Sangat Puas
Puas	3	3.3	9	
Kurang Puas	3	3.3	6	
Sangat Tidak Puas	9	9.9	9	
Total	91	100	328	
Rata-rata	-	-	3,60	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “kejelasan informasi produk tabungan dengan akad *mudharabah mutlaqah*”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 76 orang (83,5%) menyatakan sangat puas dan 3 orang (3,3%) menyatakan puas, serta sisanya 3 orang (3,3%) menyatakan kurang puas dan 9 orang (9,9%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang kejelasan informasi produk tabungan dengan akad *mudharabah mutlaqah* sebesar (3,60) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang sangat puas atas kejelasan informasi produk tabungan dengan akad *mudharabah mutlaqah*.

Tabel 3.26
Tanggapan responden mengenai kredibilitas karyawan

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	64	70.3	256	Sangat Puas
Puas	15	16.5	45	
Kurang Puas	9	9.9	18	
Sangat Tidak Puas	3	3.3	3	
Total	91	100	322	
Rata-rata	-	-	3,54	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “kredibilitas karyawan”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 64 orang (70,3%) menyatakan sangat puas dan 15 orang (16,5%) menyatakan puas, serta sisanya 9 orang (9,9%) menyatakan kurang puas dan 3 orang (3,3%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang kredibilitas karyawan sebesar (3,54) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang sangat puas atas kredibilitas karyawan.

Tabel 3.27
Tanggapan responden mengenai kredibilitas bank dalam menangani produk tabungan *Mudharabah Mutlaqoh*

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	54	59.3	216	Sangat Puas
Puas	28	30.8	84	
Kurang Puas	3	3.3	6	
Sangat Tidak Puas	6	6.6	6	
Total	91	100	312	
Rata-rata	-	-	3,43	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “kredibilitas bank dalam menangani produk tabungan *Mudharabah Mutlaqoh*”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 54 orang (59,3%) menyatakan sangat puas dan 28 orang (30,8%) menyatakan puas, serta sisanya 3 orang (3,3%)

menyatakan kurang puas dan 6 orang (6,6%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang kredibilitas bank dalam menangani produk tabungan *Mudharabah Mutlaqoh* sebesar (3,43) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang sangat puas atas kredibilitas bank dalam menangani produk tabungan *Mudharabah Mutlaqoh*.

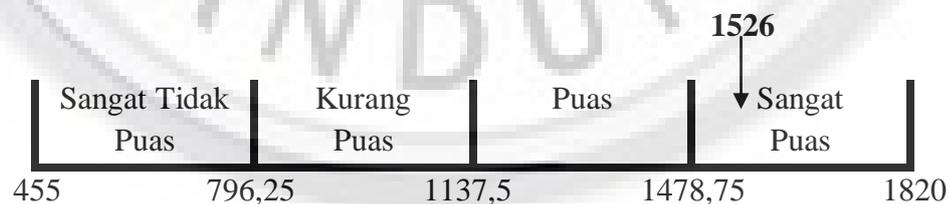
Tabel 3.28
Klasifikasi Penilaian Responden terhadap Kepuasan Nasabah atas Dimensi Assurance

No	Item Pertanyaan	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Klasifikasi
1.	keamanan bertransaksi dengan akad <i>Mudharabah Mutlaqoh</i>	52	9	10	20	91	275	364	Puas
2.	pengetahuan karyawan terhadap produk tabungan dengan akad <i>Mudharabah Mutlaqoh</i>	62	0	12	17	91	289	364	Puas
3.	kejelasan informasi produk tabungan dengan akad <i>mudharabah mutlaqah</i>	76	3	3	9	91	328	364	Sangat Puas
4.	kredibilitas karyawan	64	15	9	3	91	322	364	Sangat Puas
5.	kredibilitas bank dalam menangani produk	54	28	3	6	91	312	364	Sangat Puas

tabungan <i>Mudharabah</i> <i>Mutlaqoh</i>									
Total Skor							1526	Sangat Puas	
Persentase Skor							83,8%		

Pada tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai *assurance* berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total *assurance* adalah 1526. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

- Nilai Indeks Maksimum = $4 \times 5 \times 91 = 1820$
- Nilai Indeks Minimum = $1 \times 5 \times 91 = 455$
- Jarak Interval = [nilai maksimum – nilai minimum] : 4
 $= (1485 - 297) : 4$
 $= 341,25$
- Persentase Skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100
 $= (1526 : 1820) \times 100\%$
 $= 83,8\%$



Gambar 3.5
Garis Kontinum Mengenai Assurance

Berdasarkan tabel 3.28, penilaian responden terhadap kepuasan nasabah atas dimensi *assurance* yang terdiri dari keamanan bertransaksi dengan akad *mudharabah mutlaqoh*, pengetahuan karyawan terhadap produk tabungan dengan akad *mudharabah mutlaqoh*, kejelasan informasi produk tabungan dengan akad *mudharabah mutlaqah*, kredibilitas karyawan, dan kredibilitas bank dalam menangani produk tabungan *mudharabah mutlaqoh*, nasabah menilai sangat puas. Hal ini terlihat dari skor akhir sebesar 1526 ini artinya kepuasan nasabah berdasarkan *assurance* di Bank Syariah Mandiri Cabang Subang berada dalam skala sangat puas.

5. Dimensi *Empathy*

Dimensi *empathy* memberikan perhatian, tulus, dan bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Indikator dimensi *empathy* dalam penelitian ini adalah menyediakan waktu secara luang kepada nasabah, perhatian khusus kepada nasabah, ketulusan membantu nasabah dengan sungguh-sungguh, dan memahami kebutuhan nasabah. Berikut tanggapan responden mengenai dimensi *empathy*.

Tabel 3.29

Tanggapan responden mengenai menyediakan waktu secara luang kepada nasabah

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	55	60.4	220	Sangat Puas
Puas	24	26.4	72	
Kurang Puas	3	3.3	6	
Sangat Tidak Puas	9	9.9	9	
Total	91	100	307	
Rata-rata	-	-	3,37	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “menyediakan waktu secara luang kepada nasabah”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 55 orang (60,4%) menyatakan sangat puas dan 24 orang (26,4%) menyatakan puas, serta sisanya 3 orang (3,3%) menyatakan kurang puas dan 9 orang (9,9%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang menyediakan waktu secara luang kepada nasabah sebesar (3,33) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang sangat puas atas menyediakan waktu secara luang kepada nasabah.

Tabel 3.30
Tanggapan responden mengenai perhatian khusus kepada nasabah

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	29	31.9	116	Puas
Puas	30	33.0	90	
Kurang Puas	12	13.2	24	
Sangat Tidak Puas	20	22.0	20	
Total	91	100	250	
Rata-rata	-	-	2,75	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “perhatian khusus kepada nasabah”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 29 orang (31,9%) menyatakan sangat puas dan 30 orang (33,0%) menyatakan puas, serta sisanya 12 orang (13,2%) menyatakan kurang puas dan 20 orang (22,0%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang perhatian khusus kepada nasabah sebesar (2,75) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang puas atas perhatian khusus kepada nasabah.

Tabel 3.31
Tanggapan responden mengenai ketulusan membantu nasabah dengan
sebenaran-sebenaran

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	9	9.9	36	Puas
Puas	69	75.8	207	
Kurang Puas	9	9.9	18	
Sangat Tidak Puas	4	4.4	4	
Total	91	100	265	
Rata-rata	-	-	2,91	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “ketulusan membantu nasabah dengan sebenarnya-sebenaran”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 9 orang (9,9%) menyatakan sangat puas dan 69 orang (75,8%) menyatakan puas, serta sisanya 9 orang (9,9%) menyatakan kurang puas dan 4 orang (4,4%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang ketulusan membantu nasabah dengan sebenarnya-sebenaran sebesar (2,91) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang puas atas ketulusan membantu nasabah dengan sebenarnya-sebenaran.

Tabel 3.32
Tanggapan responden mengenai memahami kebutuhan nasabah

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Puas	78	85.71	312	Sangat Puas
Puas	0	0	0	
Kurang Puas	6	6.59	12	
Sangat Tidak Puas	7	7.69	7	
Total	91	100	331	
Rata-rata	-	-	3,64	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “memahami kebutuhan nasabah”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 78 orang (85,71%) menyatakan sangat puas dan sisanya 6 orang (6,59%)

menyatakan kurang puas dan 7 orang (7,69%) menyatakan sangat tidak puas. Rata-rata tanggapan responden tentang memahami kebutuhan nasabah sebesar (3,64) hal ini berarti nasabah BSM Cabang Subang sangat puas atas memahami kebutuhan nasabah.

Tabel 3.33
Klasifikasi Penilaian Responden terhadap Kepuasan Nasabah atas Dimensi
Empathy

No	Item Pertanyaan	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Klasifikasi
1.	menyediakan waktu secara luang kepada nasabah	55	24	3	9	91	307	364	Sangat Puas
2.	perhatian khusus kepada nasabah	29	30	12	20	91	250	364	Puas
3.	ketulusan membantu nasabah dengan sungguh-sungguh	9	69	9	4	91	265	364	Puas
4.	memahami kebutuhan nasabah	78	0	6	7	91	331	364	Sangat Puas
Total Skor							1153		Puas
Persentase Skor							79,2%		

Pada tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai *Empathy* berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total *Empathy* adalah 1153. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

- a. Nilai Indeks Maksimum = $4 \times 4 \times 91 = 1456$
- b. Nilai Indeks Minimum = $1 \times 4 \times 91 = 364$
- c. Jarak Interval = [nilai maksimum – nilai minimum] : 4

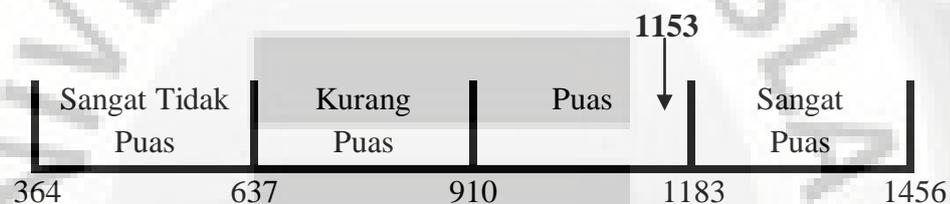
$$= (1456 - 364) : 4$$

$$= 273$$

- d. Persentase Skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100

$$= (1153 : 1456) \times 100\%$$

$$= 79,2\%$$



Gambar 3.6
Garis Kontinum Mengenai *Empathy*

Berdasarkan tabel 3.33, penilaian responden terhadap kepuasan nasabah atas dimensi *Empathy* yang terdiri dari menyediakan waktu secara luang kepada nasabah, perhatian khusus kepada nasabah, ketulusan membantu nasabah dengan sungguh-sungguh, dan memahami kebutuhan nasabah, nasabah menilai puas. Hal ini terlihat dari skor akhir sebesar 1153 ini artinya kepuasan nasabah berdasarkan *Empathy* di Bank Syariah Mandiri Cabang Subang berada dalam skala puas.

Untuk mengetahui klasifikasi rata-rata sub variabel dari variabel x (Kepuasan Nasabah) penulis menggambarkan dalam bentuk tabel di bawah ini:

Tabel 3.34
Klasifikasi Total dari Variabel Kepuasan Nasabah

No	Dimensi	Total Skor	Rata-Rata	%	Keterangan
1	<i>Tangible</i>	1472	16.18	80,9%	Puas
2	<i>Reliability</i>	1214	13.34	83,4%	Sangat Puas
3	<i>Responsiveness</i>	1226	13.47	84,2%	Sangat Puas
4	<i>Assurance</i>	1526	16.77	83,8%	Sangat Puas
5	<i>Empathy</i>	1153	12.67	79,2%	Puas
Rata-Rata Keseluruhan		1318,2	14,49	82,3%	Puas

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Subang menunjukkan persentase sebesar 82,3% dalam klasifikasi puas. Artinya nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Subang telah puas dalam mendapatkan pelayanan oleh pihak bank yang di ukur dengan dimensi *Tangible*, *Empathy* berada dalam skala puas dan *Reliability*, *Assurance*, *Responsiveness* berada dalam skala sangat puas. Dengan demikian, Bank Syariah Mandiri Cabang Subang perlu meningkatkan dimensi *Tangible*, *Assurance*, *Empathy* supaya kepuasan nasabah meningkat, sedangkan untuk dimensi *Reliability*, *Assurance*, *Responsiveness* harus tetap dipertahankan.

3.8 Loyalitas Nasabah pada Produk Tabungan BSM dengan Akad *Mudharabah Mutlaqah*

Nasabah yang loyal adalah alat promosi yang efektif. Dengan adanya nasabah yang loyal akan sangat membantu pihak Bank, karena nasabah yang loyal merupakan alat promosi dari mulut ke mulut yang efektif. Nasabah yang loyal akan membawa nasabah lainnya untuk menikmati pelayanan produk perusahaan.

Semakin meningkat jumlah nasabah yang dilayani, semakin meningkat pula pendapatan dan laba perusahaan. Untuk mengetahui loyalitas nasabah pada produk Tabungan BSM dengan Akad *Mudharabah Mutlaqah*, peneliti menggunakan indikator sebagai berikut:

- a. Keinginan nasabah untuk melakukan pembelian secara berulang
- b. Ketertarikan nasabah untuk membeli produk dan jasa lainnya
- c. Keinginan nasabah untuk mereferensikan kepada orang lain
- d. Kekebalan nasabah atas produk dan jasa lain

Adapun untuk memudahkan penilaian setiap item pertanyaan penulis akan mencari rata-rata dari setiap jawaban responden dan untuk memudahkan penilaian rata-rata tersebut penulis mengkategorikannya berdasarkan interval nilai skor jawaban responden dari seluruh item pertanyaan variabel *y* dimana perhitungannya adalah sebagai berikut:

Interval = nilai skor maksimum – nilai skor minimum

$$= 4 - 1$$

$$= 3$$

Jarak interval = interval : jenjang

$$= 3 : 4$$

$$= 0,75$$

Dengan demikian, maka interval skor untuk masing-masing item pertanyaan sub variabel dari loyalitas nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel 3.35
Klasifikasi dan nilai rata-rata variabel loyalitas nasabah

No	Klasifikasi	Interval
1	Sangat Tinggi	3,27 - 4
2	Tinggi	2,52 - 3,26
3	Kurang Tinggi	1,76 - 2,51
4	Sangat Tidak Tinggi	1 - 1,75

Hasil pengisian kuesioner yang diberikan kepada nasabah produk Tabungan BSM dengan Akad *Mudharabah Mutlaqah* mengenai loyalitas dapat dilihat sebagai berikut:

1. Dimensi keinginan nasabah untuk melakukan pembelian secara berulang

Penilaian dimensi keinginan nasabah untuk melakukan pembelian secara berulang berdasarkan indikator tingkat keteraturan nasabah dalam menggunakan produk tabungan, tingkat intensitas nasabah dalam penggunaan jasa layanan, tingkat rutinitas bertransaksi dalam menggunakan sistem layanan ATM, tingkat Ketertarikan untuk mengakses produk lain, dan tingkat kemudahan informasi tentang produk lain. Berikut tanggapan responden mengenai dimensi keinginan nasabah untuk melakukan pembelian secara berulang.

Tabel 3.36
Tanggapan responden mengenai tingkat keteraturan nasabah dalam menggunakan produk tabungan

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Tinggi	49	53.8	196	Sangat Tinggi
Tinggi	28	30.8	84	
Rendah	6	6.6	12	
Sangat Rendah	8	8.8	8	
Total	91	100	300	
Rata-rata	-	-	3,30	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “tingkat keteraturan nasabah dalam menggunakan produk tabungan”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 49 orang (53,8%) menyatakan sangat tinggi dan 28 orang (30,8%) menyatakan tinggi, serta sisanya 6 orang (6,6%) menyatakan rendah dan 8 orang (8,8%) menyatakan sangat rendah. Rata-rata tanggapan responden tentang tingkat keteraturan nasabah dalam menggunakan produk tabungan sebesar (3,30) hal ini berarti tingkat keteraturan nasabah dalam menggunakan produk tabungan sangat tinggi.

Tabel 3.37
Tanggapan responden mengenai tingkat intensitas nasabah dalam penggunaan jasa layanan

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Tinggi	9	9.9	36	Tinggi
Tinggi	65	71.4	195	
Rendah	9	9.9	18	
Sangat Rendah	8	8.8	8	
Total	91	100	257	
Rata-rata	-	-	2,82	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “tingkat intensitas nasabah dalam penggunaan jasa layanan”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 9 orang (9,9%) menyatakan sangat tinggi dan 65 orang (71,4%) menyatakan tinggi, serta sisanya 9 orang (9,9%) menyatakan rendah dan 8 orang (8,8%) menyatakan sangat rendah. Rata-rata tanggapan responden tentang tingkat intensitas nasabah dalam penggunaan jasa layanan sebesar (2,82) hal ini berarti tingkat intensitas nasabah dalam penggunaan jasa layanan sangat tinggi.

Tabel 3.38
Tanggapan responden mengenai tingkat rutinitas bertransaksi dalam menggunakan sistem layanan ATM

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Tinggi	56	61.5	224	Sangat Tinggi
Tinggi	21	23.1	63	
Rendah	6	6.6	12	
Sangat Rendah	8	8.8	8	
Total	91	100	307	
Rata-rata	-	-	3,37	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “tingkat rutinitas bertransaksi dalam menggunakan sistem layanan ATM”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 56 orang (61,5%) menyatakan sangat tinggi dan 21 orang (23,1%) menyatakan tinggi, serta sisanya 6 orang (6,6%) menyatakan rendah dan 8 orang (8,8%) menyatakan sangat rendah. Rata-rata tanggapan responden tentang tingkat rutinitas bertransaksi dalam menggunakan sistem layanan ATM sebesar (3,37) hal ini berarti tingkat rutinitas bertransaksi dalam menggunakan sistem layanan ATM sangat tinggi.

Tabel 3.39
Tanggapan responden mengenai tingkat ketertarikan untuk mengakses produk lain

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Tinggi	34	37.4	136	Tinggi
Tinggi	27	29.7	81	
Rendah	9	9.9	18	
Sangat Rendah	21	23.1	21	
Total	91	100	256	
Rata-rata	-	-	2,81	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “tingkat ketertarikan untuk mengakses produk lain”, dari tabel tersebut dapat

dilihat bahwa sebanyak 34 orang (37,4%) menyatakan sangat tinggi dan 27 orang (29,7%) menyatakan tinggi, serta sisanya 9 orang (9,9%) menyatakan rendah dan 21 orang (23,1%) menyatakan sangat rendah. Rata-rata tanggapan responden tentang tingkat ketertarikan untuk mengakses produk lain sebesar (2,81) hal ini berarti tingkat ketertarikan untuk mengakses produk lain tinggi.

Tabel 3.40
Tanggapan responden mengenai tingkat kemudahan informasi tentang produk lain

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Tinggi	15	16.5	60	Tinggi
Tinggi	63	69.2	189	
Rendah	6	6.6	12	
Sangat Rendah	7	7.7	7	
Total	91	100	268	
Rata-rata	-	-	2,95	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “tingkat kemudahan informasi tentang produk lain”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 15 orang (16,5%) menyatakan sangat tinggi dan 63 orang (69,2%) menyatakan tinggi, serta sisanya 6 orang (6,6%) menyatakan rendah dan 7 orang (7,7%) menyatakan sangat rendah. Rata-rata tanggapan responden tentang tingkat kemudahan informasi tentang produk lain sebesar (2,95) hal ini berarti tingkat kemudahan informasi tentang produk lain tinggi.

Tabel 3.41
Indikator keinginan nasabah untuk melakukan pembelian secara berulang

No	Item Pertanyaan	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Klasifikasi
1.	tingkat keteraturan nasabah dalam	49	28	6	8	91	300	364	Sangat Tinggi

	menggunakan produk tabungan								
2.	tingkat intensitas nasabah dalam penggunaan jasa layanan	9	65	9	8	91	257	364	Tinggi
3.	tingkat rutinitas bertransaksi dalam menggunakan sistem layanan ATM	56	21	6	8	91	307	364	Sangat Tinggi
4.	tingkat ketertarikan untuk mengakses produk lain	34	27	9	21	91	256	364	Tinggi
5.	tingkat kemudahan informasi tentang produk lain	15	63	6	7	91	268	364	Tinggi
	Total Skor							1388	Tinggi
	Persentase Skor							76,3%	

Pada tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai keinginan nasabah untuk melakukan pembelian secara berulang berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total keinginan nasabah untuk melakukan pembelian secara berulang adalah 1388. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

- a. Nilai Indeks Maksimum = $4 \times 5 \times 91 = 1820$
- b. Nilai Indeks Minimum = $1 \times 5 \times 91 = 455$
- c. Jarak Interval = [nilai maksimum – nilai minimum] : 4

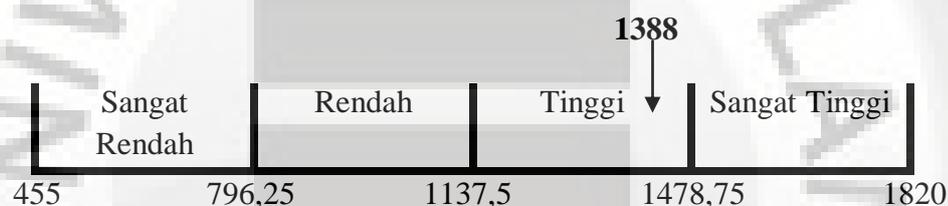
$$= (1485 - 297) : 4$$

$$= 341,25$$

- d. Persentase Skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100

$$= (1388 : 1820) \times 100\%$$

$$= 76,3\%$$



Gambar 3.7

Garis Kontinum Mengenai keinginan nasabah untuk melakukan pembelian secara berulang

Berdasarkan tabel 3.41, penilaian responden terhadap loyalitas nasabah berdasarkan penilaian keinginan nasabah untuk melakukan pembelian secara berulang yang terdiri dari tingkat keteraturan nasabah dalam menggunakan produk tabungan, tingkat intensitas nasabah dalam penggunaan jasa layanan, tingkat rutinitas bertransaksi dalam menggunakan sistem layanan ATM, tingkat ketertarikan untuk mengakses produk lain, dan tingkat kemudahan informasi tentang produk lain, terlihat loyalitas nasabah tinggi. Hal ini berdasarkan skor akhir sebesar 1526 yang artinya loyalitas nasabah berdasarkan keinginan nasabah

untuk melakukan pembelian secara berulang di Bank Syariah Mandiri Cabang Subang berada dalam skala tinggi.

2. Dimensi ketertarikan nasabah untuk membeli produk dan jasa lainnya

Penilaian dimensi ketertarikan nasabah untuk membeli produk dan jasa lainnya berdasarkan indikator tingkat Ketertarikan nasabah dalam menggunakan produk lain, tingkat keinginan nasabah untuk mengakses informasi tentang layanan produk lainnya, dan tingkat keinginan nasabah untuk mencari informasi tentang produk lainnya. Berikut tanggapan responden mengenai dimensi ketertarikan nasabah untuk membeli produk dan jasa lainnya.

Tabel 3.42
Tanggapan responden mengenai tingkat ketertarikan nasabah dalam menggunakan produk lain

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Tinggi	23	25.3	92	Tinggi
Tinggi	53	58.2	159	
Rendah	5	5.5	10	
Sangat Rendah	10	11.0	10	
Total	91	100	271	
Rata-rata	-	-	2,98	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “tingkat ketertarikan nasabah dalam menggunakan produk lain”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 23 orang (25,3%) menyatakan sangat tinggi dan 53 orang (58,2%) menyatakan tinggi, serta sisanya 5 orang (5,5%) menyatakan rendah dan 10 orang (11,0%) menyatakan sangat rendah. Rata-rata tanggapan responden tentang tingkat ketertarikan nasabah dalam menggunakan

produk lain sebesar (2,98) hal ini berarti tingkat ketertarikan nasabah dalam menggunakan produk lain tinggi.

Tabel 3.43
Tanggapan responden mengenai tingkat keinginan nasabah untuk mengakses informasi tentang layanan produk lainnya

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Tinggi	57	62.6	228	Tinggi
Tinggi	12	13.2	36	
Rendah	9	9.9	18	
Sangat Rendah	13	14.3	13	
Total	91	100	295	
Rata-rata	-	-	3,24	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan "tingkat keinginan nasabah untuk mengakses informasi tentang layanan produk lainnya", dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 57 orang (62,6%) menyatakan sangat tinggi dan 12 orang (13,2%) menyatakan tinggi, serta sisanya 9 orang (9,9%) menyatakan rendah dan 13 orang (14,3%) menyatakan sangat rendah. Rata-rata tanggapan responden tentang tingkat keinginan nasabah untuk mengakses informasi tentang layanan produk lainnya sebesar (3,24) hal ini berarti tingkat keinginan nasabah untuk mengakses informasi tentang layanan produk lainnya tinggi.

Tabel 3.44
Tanggapan responden mengenai tingkat keinginan nasabah untuk mencari informasi tentang produk lainnya

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Tinggi	62	68.1	248	Tinggi
Tinggi	0	0	0	
Rendah	12	13.2	24	
Sangat Rendah	17	18.7	17	
Total	91	100	289	
Rata-rata	-	-	3,18	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “tingkat keinginan nasabah untuk mencari informasi tentang produk lainnya”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 68 orang (68,1%) menyatakan sangat tinggi dan sisanya 12 orang (13,2%) menyatakan rendah dan 17 orang (18,7%) menyatakan sangat rendah. Rata-rata tanggapan responden tentang tingkat keinginan nasabah untuk mencari informasi tentang produk lainnya sebesar (3,18) hal ini berarti tingkat keinginan nasabah untuk mencari informasi tentang produk lainnya tinggi.

Tabel 3.45
Indikator ketertarikan nasabah untuk membeli produk dan jasa lainnya

No	Item Pertanyaan	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Klasifikasi
1.	tingkat ketertarikan nasabah dalam menggunakan produk lain	23	53	5	10	91	271	364	Tinggi
2.	tingkat keinginan nasabah untuk	57	12	9	13	91	295	364	Tinggi

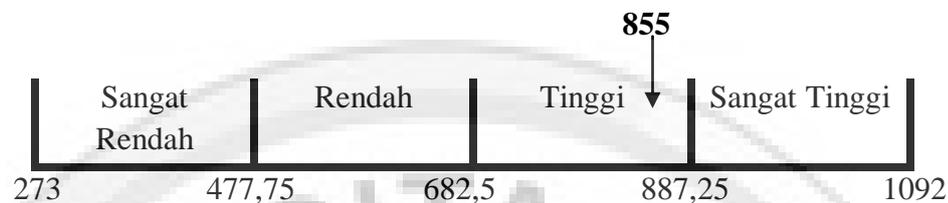
	mengakses informasi tentang layanan produk lainnya								
3.	tingkat keinginan nasabah untuk mencari informasi tentang produk lainnya	62	0	12	17	91	289	364	Tinggi
		Total Skor					855		Tinggi
		Persentase Skor					78,3%		

Pada tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai ketertarikan nasabah untuk membeli produk dan jasa lainnya berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total ketertarikan nasabah untuk membeli produk dan jasa lainnya adalah 855. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

- a. Nilai Indeks Maksimum = $4 \times 3 \times 91 = 1092$
- b. Nilai Indeks Minimum = $1 \times 3 \times 91 = 273$
- c. Jarak Interval = [nilai maksimum – nilai minimum] : 4
 $= (1092 - 273) : 4$
 $= 204,75$
- d. Persentase Skor = [(total skor) : nilai maksimum] x 100

$$= (855 : 1092) \times 100\%$$

$$= 78,3\%$$



Gambar 3.8

Garis Kontinum Mengenai ketertarikan nasabah untuk membeli produk dan jasa lainnya

Berdasarkan tabel 3.45, penilaian responden terhadap loyalitas nasabah berdasarkan penilaian keinginan nasabah untuk melakukan pembelian secara berulang yang terdiri dari tingkat ketertarikan nasabah dalam menggunakan produk lain, tingkat keinginan nasabah untuk mengakses informasi tentang layanan produk lainnya, dan tingkat keinginan nasabah untuk mencari informasi tentang produk lainnya, terlihat loyalitas nasabah tinggi. Hal ini berdasarkan skor akhir sebesar 855 yang artinya loyalitas nasabah berdasarkan ketertarikan nasabah untuk membeli produk dan jasa lainnya di Bank Syariah Mandiri Cabang Subang berada dalam skala tinggi.

3. Dimensi keinginan nasabah untuk mereferensikan kepada orang lain

Penilaian dimensi keinginan nasabah untuk mereferensikan kepada orang lain berdasarkan indikator tingkat kerelaan nasabah untuk menginformasikan tentang kelebihan produk *Mudharabah Mutlaqoh* dan merekomendasikan pada orang lain untuk mengelola *Mudharabah Mutlaqah*. Berikut tanggapan responden mengenai dimensi keinginan nasabah untuk mereferensikan kepada orang lain.

Tabel 3.46
Tanggapan responden mengenai tingkat kerelaan nasabah untuk
menginformasikan tentang kelebihan produk *Mudharabah Mutlaqoh*

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Tinggi	75	82.4	300	Sangat Tinggi
Tinggi	3	3.3	9	
Rendah	4	4.4	8	
Sangat Rendah	9	9.9	9	
Total	91	100	326	
Rata-rata	-	-	3,58	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “tingkat kerelaan nasabah untuk menginformasikan tentang kelebihan produk *Mudharabah Mutlaqoh*”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 75 orang (82,4%) menyatakan sangat tinggi dan 3 orang (3,3%) menyatakan tinggi, serta sisanya 4 orang (4,4%) menyatakan rendah dan 9 orang (9,9%) menyatakan sangat rendah. Rata-rata tanggapan responden tentang tingkat kerelaan nasabah untuk menginformasikan tentang kelebihan produk *Mudharabah Mutlaqoh* sebesar (3,58) hal ini berarti tingkat kerelaan nasabah untuk menginformasikan tentang kelebihan produk *Mudharabah Mutlaqoh* sangat tinggi.

Tabel 3.47
Tanggapan responden mengenai merekomendasikan pada orang lain untuk
mengelola *Mudharabah Mutlaqoh*

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Tinggi	62	68.1	248	Sangat Tinggi
Tinggi	14	15.4	42	
Rendah	9	9.9	18	
Sangat Rendah	6	6.6	6	
Total	91	100	314	
Rata-rata	-	-	3,45	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “merekomendasikan pada orang lain untuk mengelola *Mudharabah Mutlaqoh*”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 62 orang (68,1%) menyatakan sangat tinggi dan 14 orang (15,4%) menyatakan tinggi, serta sisanya 9 orang (9,9%) menyatakan rendah dan 6 orang (6,6%) menyatakan sangat rendah. Rata-rata tanggapan responden tentang merekomendasikan pada orang lain untuk mengelola *Mudharabah Mutlaqoh* sebesar (3,45) hal ini berarti merekomendasikan pada orang lain untuk mengelola *Mudharabah Mutlaqoh* sangat tinggi.

Tabel 3.48

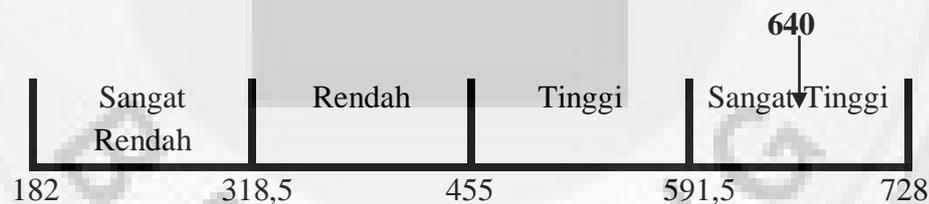
Indikator keinginan nasabah untuk mereferensikan kepada orang lain

No	Item Pertanyaan	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Klasifikasi
1.	tingkat kerelaan nasabah untuk menginformasikan tentang kelebihan produk Mudharabah Mutlaqoh	75	3	4	9	91	326	364	Sangat Tinggi
2.	merekomendasikan pada orang lain untuk mengelola Mudharabah mutlaqoh	62	14	9	6	91	314	364	Sangat Tinggi
	Total Skor						640		Sangat Tinggi
	Persentase Skor						87,9%		

Pada tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai keinginan nasabah untuk mereferensikan kepada orang lain berdasarkan hasil

pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total keinginan nasabah untuk mereferensikan kepada orang lain adalah 640. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

- Nilai Indeks Maksimum = $4 \times 2 \times 91 = 728$
- Nilai Indeks Minimum = $1 \times 2 \times 91 = 182$
- Jarak Interval = $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 4$
 $= (728 - 182) : 4$
 $= 136,5$
- Persentase Skor = $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100$
 $= (640 : 728) \times 100\%$
 $= 87,9\%$



Gambar 3.9
Garis Kontinum Mengenai keinginan nasabah untuk mereferensikan kepada orang lain

Berdasarkan tabel 3.48, penilaian responden terhadap loyalitas nasabah berdasarkan penilaian keinginan nasabah untuk mereferensikan kepada orang lain yang terdiri dari tingkat kerelaan nasabah untuk menginformasikan tentang kelebihan produk Mudharabah Mutlaqoh dan merekomendasikan pada orang lain untuk mengelola Mudharabah mutlaqoh, terlihat loyalitas nasabah sangat tinggi.

Hal ini berdasarkan skor akhir sebesar 640 yang artinya loyalitas nasabah berdasarkan keinginan nasabah untuk mereferensikan kepada orang lain di Bank Syariah Mandiri Cabang Subang berada dalam skala sangat tinggi.

4. Dimensi kekebalan nasabah atas produk dan jasa lain

Penilaian dimensi kekebalan nasabah atas produk dan jasa lain berdasarkan indikator tidak mudah beralih kepada produk pesaing dan kesetiaan nasabah dengan bertahan lama pada produk tabungan. Berikut tanggapan responden mengenai dimensi kekebalan nasabah atas produk dan jasa lain.

Tabel 3.49

Tanggapan responden mengenai nasabah tidak akan terpengaruh oleh daya tarik produk tabungan yang ditawarkan oleh bank-bank lain

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Tinggi	54	59.3	216	Sangat Tinggi
Tinggi	26	28.6	78	
Rendah	3	3.3	6	
Sangat Rendah	8	8.8	8	
Total	91	100	308	
Rata-rata	-	-	3,38	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “nasabah tidak akan terpengaruh oleh daya tarik produk tabungan yang ditawarkan oleh bank-bank lain”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 54 orang (59,3%) menyatakan sangat tinggi dan 26 orang (28,6%) menyatakan tinggi, serta sisanya 3 orang (3,3%) menyatakan rendah dan 8 orang (8,8%) menyatakan sangat rendah. Rata-rata tanggapan responden tentang nasabah tidak akan terpengaruh oleh daya tarik produk tabungan yang ditawarkan oleh bank-

bank lain sebesar (3,38) hal ini berarti nasabah tidak akan terpengaruh oleh daya tarik produk tabungan yang ditawarkan oleh bank-bank lain sangat tinggi.

Tabel 3.50
Tanggapan responden mengenai kesetiaan nasabah dengan bertahan lama pada produk tabungan

Kategori	Frekuensi	Persentase	Skor	Klasifikasi
Sangat Tinggi	7	7.7	28	Tinggi
Tinggi	66	72.5	198	
Rendah	9	9.9	18	
Sangat Rendah	9	9.9	9	
Total	91	100	253	
Rata-rata	-	-	2,78	

Tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai pernyataan “kesetiaan nasabah dengan bertahan lama pada produk tabungan”, dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 7 orang (7,7%) menyatakan sangat tinggi dan 66 orang (72,5%) menyatakan tinggi, serta sisanya 9 orang (9,9%) menyatakan rendah dan 9 orang (9,9%) menyatakan sangat rendah. Rata-rata tanggapan responden tentang kesetiaan nasabah dengan bertahan lama pada produk tabungan sebesar (2,78) hal ini berarti kesetiaan nasabah dengan bertahan lama pada produk tabungan tinggi.

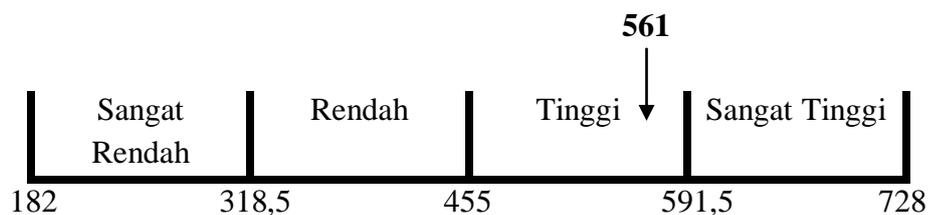
Tabel 3.51
Indikator kekebalan nasabah atas produk dan jasa lain

No	Item Pertanyaan	4	3	2	1	Jumlah	Skor Total	Skor Ideal	Klasifikasi
1.	nasabah tidak akan terpengaruh oleh daya tarik produk	54	26	3	8	91	308	364	Sangat Tinggi

	tabungan yang ditawarkan oleh bank-bank lain								
2.	kesetiaan nasabah dengan bertahan lama pada produk tabungan, terlihat loyalitas nasabah tinggi	7	66	9	9	91	253	364	Tinggi
Total Skor							561	Tinggi	
Persentase Skor							77,1%		

Pada tabel di atas menggambarkan tanggapan responden mengenai kekebalan nasabah atas produk dan jasa lain berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total kekebalan nasabah atas produk dan jasa lain adalah 561. Jumlah skor tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, yang pengukurannya ditentukan dengan cara:

- a. Nilai Indeks Maksimum = $4 \times 2 \times 91 = 728$
- b. Nilai Indeks Minimum = $1 \times 2 \times 91 = 182$
- c. Jarak Interval = $[\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}] : 4$
 $= (728 - 182) : 4$
 $= 136,5$
- d. Persentase Skor = $[(\text{total skor}) : \text{nilai maksimum}] \times 100$
 $= (561 : 728) \times 100\%$
 $= 77,1\%$



Gambar 3.10

Garis Kontinum Mengenai kekebalan nasabah atas produk dan jasa lain

Berdasarkan tabel 3.51, penilaian responden terhadap loyalitas nasabah berdasarkan penilaian keinginan nasabah untuk mereferensikan kepada orang lain yang terdiri dari nasabah tidak akan terpengaruh oleh daya tarik produk tabungan yang ditawarkan oleh bank-bank lain dan kesetiaan nasabah dengan bertahan lama pada produk tabungan, terlihat loyalitas nasabah tinggi. Hal ini berdasarkan skor akhir sebesar 561 yang artinya loyalitas nasabah berdasarkan keinginan nasabah untuk mereferensikan kepada orang lain di Bank Syariah Mandiri Cabang Subang berada dalam skala tinggi.

Untuk mengetahui klasifikasi rata-rata sub variabel dari variabel y (loyalitas nasabah) penulis menggambarkan dalam bentuk tabel di bawah ini:

Tabel 3.52
Klasifikasi Total dari Variabel Loyalitas Nasabah

No	Dimensi	Total Skor	Rata-Rata	%	Keterangan
1	Keinginan nasabah untuk melakukan pembelian secara berulang	1388	15,25	76,3%	Tinggi
2	Ketertarikan nasabah untuk membeli produk dan jasa lainnya	855	9,40	78,3%	Tinggi
3	Keinginan nasabah untuk mereferensikan kepada orang lain	640	7,03	87,9%	Sangat Tinggi
4	Kekebalan nasabah atas produk dan jasa lain	561	6,16	77,1%	Tinggi
Rata-rata Keseluruhan		861	9,46	79,8%	Tinggi

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Subang menunjukkan persentase sebesar 79,8% dalam klasifikasi tinggi. Artinya nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Subang memiliki tingkat loyalitas yang tinggi yang diukur dengan dimensi keinginan nasabah untuk mereferensikan kepada orang lain berada dalam skala sangat tinggi, dan dimensi keinginan nasabah untuk melakukan pembelian secara berulang, ketertarikan nasabah untuk membeli produk dan jasa lainnya, dan kekebalan nasabah atas produk dan jasa lain dalam skala tinggi.

