PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PENANGANAN PENGADUAN NASABAH TERHADAP CITRA BANK SYARIAH INDONESIA KC KUDUS A YANI 1

(The Influence of Service Quality and Handling Customer Complaints on the Image of Indonesia Sharia Bank KC Kudus A Yani 1)

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam

Oleh:
ALIFIA RAHMADHANTY
20423109

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA

2024

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Rabu
Tanggal	:	7 Agustus 2024
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Pengaduan Nasabah terhadap Citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani I
Disusun oleh	:	ALIFIA RAHMADHANTY
Nomor Mahasiswa	:	20423109

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing	:	Anom Garbo, SEI, ME
Penguji I	:	Rheyza Virgiawan, Lc., ME
Penguji II	:	Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

Yogyakarta, 8 Agustus 2024

Dr. Ibrahim Hasyim, MA

Dipindai dengan CamScanner

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alifia Rahmadhanty
NIM : 20423109
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Standar Layanan dan Penanganan Pengaduan Nasabah terhadap Citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hasi penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sansi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan.

Yogyakarta, 3 Juli 2024



Alifia Rahmadhanty

Scanned with CamScanner

REKOMENDASI PEMBIMBING

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini. Dosen Pembimbing Skripsi

Nama Mahasiswa	: Alifia Rahmadhanty
NIM	: 20423109
Judul Skripsi	: Pengaruh Standar Layanan dan Penanganan Pengaduan Nasabah terhadap Citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1

Menyatakan bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 3 Juli 2024

Dosen Pembimbing

Anom Garbo, S.EI., M.E.

Scanned with CamScanner

NOTA DINAS

Yogyakarta, 3 Juli 2024 M

3 Dzulhijjah 1445 H

Hal : Skripsi

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Univeristas Islam Indonesia Yogyakarta dengan surat nomor: 298/Dek/60/DAATI/FIAI/I/2024 tanggal 25 Januari 2024 M, 13 Rajab 1445 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Alifia Rahmadhanty

NIM : 20423109

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Standar Layanan dan Penanganan Pengaduan Nasabah terhadap Citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 3 Juli 2024

Dosen Pembimbing



Anom Garbo, S.EI., M.E.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim,

Alhamdulillahirabbil'alamin puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga peneliti bisa sampai di tahap ini untuk menyelesaikan tugas akhir penelitian dengan sebaik-baiknya. Sholawat beserta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman dan petunjuk di setiap kehidupan manusia. Melalui sebuah karya ini, dengan bahagia penulis persembahkan untuk:

Diri saya sendiri yang telah bertahan dan mampu menyelesaikan tugas akhir penelitian ini meskipun banyak rintangan yang dihadapi. Tidak lupa juga kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Subiyoto dan Ibu Asyiatul Roikah yang senantiasa memberikan doa dan kasih sayang yang tak terhingga. Penulis persembahkan juga karya ini sebagai rasa terima kasih atas segala bentuk pengorbannya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan kewajiban yang sudah penulis mulai yaitu menyelesaikan pendidikan sarjana ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan membalas dan memuliakan seluruh kebaikan Bapak dan Ibu. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada adik penulis, Razzan Aziz dan seluruh keluarga besar yang sudah memberikan semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Ucapan terima kasih banyak penulis sampaikan untuk seluruh dosen Program Studi Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia, terkhusus dosen pembimbing penulis, yaitu Bapak Anom Garbo, S.EI., M.E. yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan ilmu, waktu, dan pengorbanan lainnya. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh teman-teman seperjuangan dan teman-teman dekat penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah berjuang bersama dan memberikan semangat serta berkontribusi dalam penyusunan karya ini.

MOTTO

اِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًاۗ

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”
(QS. Al-Insyirah:6)

لَا يُكَلِّفُ اللّٰهُ نَفْسًا اِلَّا وُسْعَهَاۗ

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”
(QS. Al-Baqarah:286)

“Bersemangatlah atas hal-hal yang bermanfaat bagimu. Minta tolonglah kepada Allah, dan jangan engkau lemah.” (HR. Muslim)

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PENANGANAN PENGADUAN NASABAH TERHADAP CITRA BANK SYARIAH INDONESIA KC KUDUS A YANI 1

ALIFIA RAHMADHANTY
20423109

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan fisik, kualitas layanan non fisik, dan penanganan pengaduan nasabah terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner melalui google form dan angket. Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. Teknik pengambilan sampel melalui metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 150 responden. Instrumen pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Statistical Program for Social Science* (SPSS) versi 26. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan fisik, kualitas layanan non fisik dan penanganan pengaduan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.

Kata Kunci: Kualitas Layanan Fisik, Kualitas Layanan Non-Fisik, Penanganan Pengaduan Nasabah, Citra

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND HANDLING CUSTOMER COMPLAINTS ON THE IMAGE OF INDONESIA SHARIA BANK KC KUDUS A YANI 1

ALIFIA RAHMADHANTY
20423109

This study aims to determine the influence of physical service quality, non-physical service quality, and customer complaint handling on the image of Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. The research method used is quantitative. The data collection technique used is a questionnaire through google forms and questionnaires. The population of this study is a customer of Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. The sampling technique was through the nonprobability sampling method with the purposive sampling technique. The number of samples used in this study is 150 respondents. The data processing instrument used in this study is the Statistical Program for Social Science (SPSS) version 26. The data analysis techniques in this study include validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t-test, f-test, and determination coefficient. The results of this study show that physical service quality, non-physical service quality and handling customer complaints have a positive and significant effect on the image of Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.

Keywords: Physical Service Quality, Non-Physical Service Quality, Customer Complaint Handling, Image

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th.1987
Nomor: 0543b/U/1987

Pendahuluan

Penelitian Transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama. Badan Litbang Agama. Yang pelaksanaanya di mulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu di bahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pemikiran para ahli agar dapat di jadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di pergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadist), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf Latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman uang baku, yang dapat di pergunakan untuk umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara Nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah di bahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut di bahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan, M. A,

2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunai, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno, M.Ed.

Dalam pidato pengarahan Tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Pengetahuan Keislaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengalaman agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman Transliterasi Arab–Latin yang baku telah lama di dambakan karena sangat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak Semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan Instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan, sangat memerlukan pedoman yang baku tentang Transliterasi Arab-Latin yang dapat di jadikan acuan dalam penelitian dan pengalih hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah di coba, baik oleh instansi maupun perorangan. Namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat islam di Indonesia. Oleh karena itu dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk di gunakan secara Nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar "satu fenom satu lambang".
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab - Latin

Hal-hal yang dirumuskan sacara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Tabel 0. 1 Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẑal	ẑ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	,,ain	,,	koma terbalik (di atas)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0. 2 Transliterasi Vokal Tunggal

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tabel 0. 3 Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يْ...َ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
وْ...َ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ kataba سُئِلَ suila حَوْلَ haula

فَعَلَ fa`ala كَيْفَ kaifa

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0. 4 Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...َ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
...ِي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
...ُو	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ qāla قِيْلَ qīla

رَمَى ramā يَقُوْلُ yaqūlu

D. Ta’marbutah

Transliterasi untuk ta’ marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta’ marbutah hidup

Ta’ marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

رَوْضَةُ الأَطْفَالِ	raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ	al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
طَلْحَةْ	talhah

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

نَزَّلَ nazzala	البِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ	ar-rajulu	الشَّمْسُ	asy-syamsu
الْقَلَمُ	al-qalamu	الْجَلاَلُ	al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُ	ta'khużu	النَّوْءُ	an-nau'u
شَيئٌ	syai'un	إِنَّ	inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ	Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn

الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

اللهُ غَفُوْرٌ رَحِيْمٌ Allaāhu gafūrun rahīm

لِلّٰهِ الْأُمُوْرُ جَمِيْعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Pengaduan Nasabah terhadap Citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1". Sholawat beserta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman dan petunjuk di setiap kehidupan manusia.

Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Penulisan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak baik bantuan secara materi maupun non materi. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Studi Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam.
5. Bapak Anom Garbo, S.EI., M.E. selaku Pembimbing Tugas Akhir yang sabar dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyusun tugas akhir sehingga penyusunan ini berjalan dengan lancar.
6. Seluruh Dosen dan staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam.
7. Kedua orang tua saya Bapak Subiyoto dan Ibu Asyiatul Roikah yang sudah mendidik, membimbing, dan memotivasi, serta mendoakan penulis

dalam seluruh prosesnya sehingga bisa menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

8. Adik penulis Razzan Aziz dan seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan semangat, dukungan, dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman-teman seperjuangan dan teman-teman dekat penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, atas segala dukungan dan motivasi yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan, baik dari segi penyusunan maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi sempurnanya tugas akhir ini. Selain itu, penulis meminta maaf jika terdapat kesalahan maupun kekurangan dalam tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 01 Juli 2024



Alifia Rahmadhanty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PENGESAHAN ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN iii
REKOMENDASI PEMBIMBING iv
NOTA DINAS v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
MOTTO vii
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN x
KATA PENGANTAR xix
DAFTAR ISI xxi
DAFTAR TABEL xxiii
DAFTAR GAMBAR xxiv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah Penelitian 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Sistematika Penulisan 7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI 9
A. Telaah Pustaka 9
B. Landasan Teori 15
C. Hipotesis 28

D. Kerangka Berfikir 30
BAB III METODE PENELITIAN 31
A. Desain Penelitian 31
B. Lokasi Penelitian 31
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian 31
D. Objek Penelitian 32
E. Populasi dan Sampel 32
F. Sumber Data 33
G. Teknik Pengumpulan Data 33
H. Definisi Operasional Variabel 34
I. Instrumen Penelitian yang Digunakan 43
J. Teknik Analisis Data 44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 49
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian 49
B. Analisis Hasil Penelitian 50
C. Pembahasan Hasil Penelitian 66
BAB V PENUTUP 71
A. Kesimpulan 71
B. Saran 71
DAFTAR PUSTAKA 73
LAMPIRAN 76
RIWAYAT HIDUP PENYUSUN 114

DAFTAR TABEL

Tabel 0. 1 Transliterasi Konsonan xiii
Tabel 0. 2 Transliterasi Vokal Tunggal xiv
Tabel 0. 3 Transliterasi Vokal Rangkap xv
Tabel 0. 4 Transliterasi Maddah xv
Tabel 1. 1 Jumlah Pengaduan Nasabah 4
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel 35
Tabel 3. 2 Penilaian Skala Likert 44
Tabel 4. 1 Deskriptif Jenis Kelamin 50
Tabel 4. 2 Deskriptif Usia 51
Tabel 4. 3 Deskriptif Pendidikan Terakhir 51
Tabel 4. 4 Deskriptif Pekerjaan 52
Tabel 4. 5 Deskriptif Penghasilan 52
Tabel 4. 6 Uji Validitas 53
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas 55
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov 56
Tabel 4. 9 Hasil Olah Data Nilai Skewness dan Kurtosis 57
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas 58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson 59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Autokorelasi Lagrange Multiplier 59
Tabel 4. 13 Hasil R Square (Uji Heteroskedastisitas) 60
Tabel 4. 14 Hasil Regresi Linear Berganda 61
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (Uji t) 63
Tabel 4. 16 Hasil Uji Simultan (Uji f) 65
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi (R Square) 65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Ulasan Nasabah 1 2
Gambar 1. 2 Data Ulasan Nasabah 2 dan 3..... 2

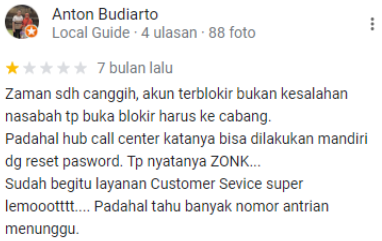
BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank syariah memiliki peran dalam membangun perekonomian negara karena hampir setiap sektor terkait keuangan membutuhkan layanan perbankan. Oleh sebab itu, setiap pelaku bisnis atau perorangan sangat membutuhkan perbankan. Melihat perkembangan perbankan di Indonesia yang semakin pesat memberikan pengaruh terhadap persaingan antar bank. Semakin meningkatnya perekonomian masyarakat akan meningkatkan perkembangan bank yang ditandai dengan adanya berbagai jenis bank baru melalui inovasi kualitas layanan yang diberikan untuk menunjukkan citra bank tersebut. Oleh karena itu, masyarakat akan menentukan pilihannya dengan melihat dari inovasi terbaik yang telah diberikan oleh setiap bank. Semakin bank memberikan inovasi terbaiknya maka akan memberikan citra terbaik bagi bank. Hal tersebut akan mempertahankan nasabah dalam menghadapi persaingan ketat dengan bank lain. Sehingga bank harus menjaga kualitas layanan yang sudah diberikan dan tetap mengatasi pengaduan nasabah dengan cara terbaik agar memberikan citra terbaik bank (Cavalera & Soliha, 2019).

Bank syariah Indonesia merupakan lembaga keuangan yang terbentuk dari penggabungan (*merger*) Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Penggabungan ketiga bank tersebut dapat menyatukan kelebihan dari bank tersebut bagi Bank Syariah Indonesia karena memberikan layanan yang lebih lengkap dengan jangkauan yang lebih luas (D. F. Putri et al., 2024). Bank Syariah Indonesia sebagai bank syariah kebijakan pemerintah yang mendorong perkembangan layanan perbankan syariah yang berdampak pada tingkat persaingan. Melalui persaingan yang ketat ini bank tentunya perlu menerapkan sistem layanan yang berkualitas di berbagai bidang dalam perbankan. Oleh karena itu, untuk menunjukkan kualitas pelayanan dari bank tentu harus menawarkan pelayanan yang terbaik (Qorib et al., 2023)

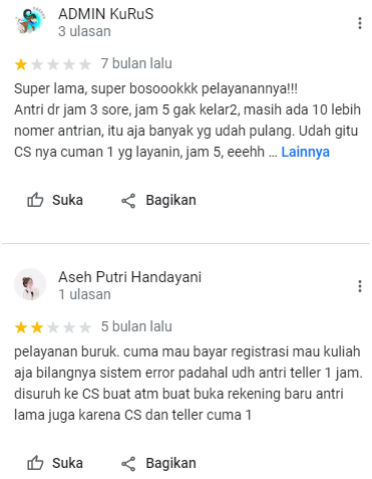
Menurut data ulasan di google maps Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1 terdapat beberapa pengaduan nasabah di bank tersebut. Pada ulasan tersebut diperoleh data bahwa rata-rata nasabah mengeluh terkait dengan layanan di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. Selain keluhan layanan operasional di bank tersebut, terdapat nasabah yang mengeluhkan terkait dengan layanan di BSI *Mobile* dimana terdapat kendala pada saat menggunakannya. Oleh sebab itu, pihak bank tentu harus memberikan penanganan pengaduan yang terbaik bagi nasabahnya. Sehingga dengan adanya penanganan tersebut akan memberikan kesan terbaik yaitu citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. Berikut ini beberapa data ulasan di google maps Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.



Gambar 1. 1 Data Ulasan Nasabah 1

Sumber: google maps Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1

Diakses pada: Desember 2023



Gambar 1. 2 Data Ulasan Nasabah 2 dan 3

Sumber: google maps Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1

Diakses pada: Desember 2023

Dalam dunia perbankan, hal yang menjadi kunci berhasilnya suatu bank yaitu mempertahankan nasabah. Kualitas layanan merupakan ukuran yang ditentukan sebagai acuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Kualitas layanan yang diberikan bank dapat dilihat dari perilaku dan karakter setiap pegawai. Layanan menjadi faktor dalam persaingan di dunia perbankan. Apabila bank tidak memberikan layanan terbaik maka nasabah akan memutuskan hubungan dengan perusahaan tersebut. Oleh sebab itu, kualitas layanan harus benar-benar diperhatikan oleh perusahaan untuk mempertahankan nasabah (Ismulyaty et al., 2022). Dalam perbankan, kualitas layanan dapat dilihat melalui dua hal yaitu layanan fisik dan layanan non fisik.

Kualitas layanan fisik merupakan kualitas yang berkaitan dengan kegiatan perbankan yang dapat dilihat secara langsung pada perusahaan. Layanan fisik dalam perbankan meliputi ruangan, peralatan, area kerja serta yang terlihat pada *banking hall* maupun di seluruh perusahaan. Melalui hal tersebut penilaian yang akan diperoleh bank terkait dengan layanan fisiknya. Penilaian tersebut dilakukan oleh nasabah yang melihat dan merasakan secara langsung layanannya. Aspek layanan fisik merupakan suatu hal yang mudah untuk dinilai karena terlihat secara langsung. Sehingga hal tersebut perlu diperhatikaan oleh bank (Ellyanawati, 2018).

Kualitas layanan dalam Bank Syariah Indonesia tidak hanya dilihat secara fisik saja namun juga secara non fisik melalui *digital mobile banking* atau layanan telefon. Kualitas layanan non fisik merupakan kualitas yang berkaitan dengan kegiatan perbankan yang ada pada layanan digital. Dalam BSI *Mobile* menyediakan berbagai macam fitur layanan yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Fitur layanan tersebut meliputi pembukaan rekening, transfer, tarik tunai, gadai dan cicil emas, pembiayaan, *e-commerce*, ziswaf, dan lain sebagainya. Melalui fitur layanan tersebut, nasabah dapat menilai terhadap layanan yang telah diberikan. Penilaian layanan non fisik tersebut dapat meliputi kecepatan, keramahan, serta kemampuan dalam memberikan informasi. Meskipun nasabah melakukan

transaksi secara online, tentu ada kesan terhadap layanan yang telah dirasakan. Oleh karena itu, bank harus memperhatikan layanan baik secara fisik maupun non fisik.

Selain kualitas pelayanan, bank juga harus mengatasi penanganan pengaduan (*handling complaint*) yang telah diberikan nasabah kepada bank. Keluhan merupakan ketidakpuasan terhadap kinerja yang diberikan. Keluhan ditimbulkan oleh perusahaan melalui layanan yang diberikan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu mengatasi keluhan nasabah. Dalam mengatasi pengaduan tersebut, perusahaan harus memperhatikan alur atau ketentuan yang telah ditetapkan. Adanya pananganan pengaduan yang baik akan memberikan citra positif kepada bank.

Berdasarkan data laporan tahunan Bank Syariah Indonesia tahun 2021 sampai dengan 2023, pengaduan di Bank Syariah Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa jumlahnya meningkat. Peningkatan jumlah pengaduan nasabah memberikan dampak terhadap citra perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanannya sehingga seluruh pengaduan yang disampaikan dapat terselesaikan dengan baik. Bank harus memperhatikan kualitas layanan terhadap nasabah terkait pengaduan untuk membuktikan kinerjanya terhadap nasabah. Berikut ini data pengaduan nasabah pada laporan tahunan Bank Syariah Indonesia tahun 2021 sampai dengan 2023.

Tabel 1. 1 Jumlah Pengaduan Nasabah

Tahun	Jumlah Pengaduan
2021	231.542
2022	335.690
2023	469.851

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Bapak Eko Mustahal Mieftah selaku *Branch Operational and Service Manager*, bahwa jumlah nasabah yang mengajukan pengaduan di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1 pada tahun 2023 kurang lebih sekitar 200. Pada pengaduan tersebut

proses penanganan pengaduan dilakukan sesuai dengan *Service Level Agreement* (SLA) di Bank Syariah Indonesia yaitu 14 hari kerja. *Service Level Agreement* (SLA) adalah waktu tunggu dari pengaduan sampai dengan penyelesaian pengaduan. Menurutnya, sejauh ini belum ada nasabah yang mengeluhkan terkait dengan penanganan pengaduan yang telah diberikan oleh pihak bank.

Citra merupakan kesan yang teringat di benak nasabah terhadap pelayanan yang telah diberikan. Citra ini akan mempengaruhi pola pikir nasabah sehingga bank diharapkan mampu memberikan kesan positif kepada nasabah. Citra menjadi peran yang sangat penting dalam mempertahankan *customer*. Apabila citra yang dibentuk itu baik maka akan meningkatkan dan menjaga hubungan dengan pelanggan. Semakin baik citra tersebut akan memperlancar kegiatan di perusahaan. Hal ini dikarenakan kegiatan perbankan merupakan sektor penghimpun dana yang tidak lepas dari hubungan dengan masyarakat (Oktapiani & Anggraini, 2022). Citra merupakan aset terpenting bagi perusahaan. Citra menjadi sebuah alat ukur untuk menunjukkan kepercayaan dalam perusahaan menuju kesuksesan jangka panjang dan berkelanjutan. Citra identik dengan pesan, reputasi, kesadaran, kredibilitas, keperayaan, komunikasi, dan hubungan yang berada pada benak seseorang. Citra perusahaan merupakan persepsi perusahaan sebagai filter yang mempengaruhi persepsi terhadap aktivitas perusahaan yang persepsi tersebut muncul dari benak pelanggan (Qorib et al., 2023).

Berdasarkan latar belakang di atas, fenomena yang dilihat dari Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1 yaitu adanya beberapa kendala yang ada pada bank tersebut terkait dengan pelayanan. Untuk menghindari terjadinya penurunan jumlah nasabah maka harus tetap memperhatikan kualitas layanan dan menanggapi komplain yang diajukan nasabah kepada bank. Hal tersebut akan menjadi kualitas penilaian bagi bank dan evaluasi kedepannya sehingga dapat menunjukkan citra perusahaan yang baik. Penelitian ini diperlukan untuk meningkatkan perkembangan Bank Syariah Indonesia yang dimana perusahaan ini merupakan kategori bank syariah

terbesar se-Asia. Melalui perkembangan teknologi yang semakin pesat akan menjadi sebuah mafaat bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya terhadap pengguna. Selain itu, untuk mengetahui kemampuan bank dalam melakukan seluruh pelayanannya telah dilakukan dengan baik sehingga memberikan persepsi yang baik pula bagi perusahaan. Oleh karena itu, pada penelitian ini akan mengangkat judul tentang "Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Pengaduan Nasabah terhadap Citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1".

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan fisik terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan non fisik terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1?
3. Bagaimana pengaruh penanganan pengaduan nasabah terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengidentifikasi pengaruh kualitas layanan fisik terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.
2. Mengidentifikasi pengaruh kualitas layanan non fisik terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.
3. Mengidentifikasi pengaruh penanganan pengaduan nasabah terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoretis

a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi mahasiswa tentang perkuliahan yang berkaitan dengan teori dalam perbankan syariah.
b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber rujukan peneliti lain dan mendorong peneliti lain untuk melakukan penelitian yang sejenis dengan lebih kompleks.

2. Manfaat Praktis
   a. Hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada pembaca terkait dengan penentuan lembaga keuangan syariah yang dapat memberikan layanan maksimal.
   b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bank syariah dalam menciptakan layanan baik secara fisik (operasional di perbankan) maupun non fisik (melalui *mobile banking*) dan penanganan pengaduan nasabah terhadap citra bank tersebut.

E. Sistematika Penulisan

Dalam mempermudah memahami penelitian ini secara runtut maka sistematika penulisan proposal ini adalah sebagai berikut.

Pada bab I pendahuluan membahas tentang latar belakang, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II yaitu kerangka teori yang membahas tentang telaah pustaka, landasan teori penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka berfikir.

Bab III metode penelitian membahas tentang desain penelitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian, objek dan subjek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian yang digunakan, serta teknik analisis data.

Bab IV analisis data dan pembahasan membahas tentang gambaran umum objek penelitian, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi.

Bab V penutup berisi tentang kesimpulan dari seluruh hasil penelitian dan saran dari penulis.

BAB II
TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Kualitas layanan suatu bank menjadi suatu hal yang penting agar tidak merugikan bank. Hal ini dikarenakan dengan adanya kualitas layanan yang juga meliputi penanganan pengaduan yang baik akan memberikan citra positif pada bank. Berikut ini beberapa *literature review* yang menunjukkan hasil penelitian yang menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

Pertama, menurut penelitian Salim Attiany et al. (2021) yang berjudul "*The Impact of Quality Banking Service in Improving the Perceived Mental Image of Jordanian Islamic Bank*". Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan perbankan dalam menciptakan citra mental persepsi Bank Islam Yordania. Dalam mencapai tujuan tersebut, peneliti mengembangkan penelitian khusus kuesioner yang terdiri dari 25 pertanyaan untuk mengukur variabel independen yang meliputi *adaptability, security, responsivenesss, reliability*, dan *empathy*. Selain itu juga ada kuesioner yang terdiri dari 8 pertanyaan untuk mengukur variabel terikat tentang mental yang dirasakan. Kuesioner tersebut dibagikan kepada pelanggan dari tiga bank Islam di Yordania (Bank Islam Yordania, Bank Islam Arab, dan Bank Islam Safwa). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada dampak kualitas yang signifikan secara statistik layanan perbankan dalam meningkatkan citra mental Bank Syariah Yordania.

Kedua, menurut penelitian yang dilakukan oleh Nurjanah & Mulazid (2018) berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra Perusahaan". Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dan *corporate social responsibility* BNI Syariah terhadap citra perusahaan di PT BNI Syariah Pusat, Jakarta. Adapun teknik pengambilan sampel dengan metode *convenience sampling* dan metode analisis yang digunakan regresi linear berganda. Sampel yang digunakan berjumlah 100 yang merupakan nasabah bank tersebut. Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan secara simultan variabel kualitas pelayanan dan *corporate social responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan di bank syariah.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Khasanah (2021) dengan judul "Pengaruh Citra Perusahaan, Nilai dan *Handling Complain* terhadap *Customer Retention* melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening" bertujuan untuk mengetahui citra perusahaan, nilai nasabah, dan *handling complain* terhadap *customer* retention dengan kepuasan sebagai variabel intervening (studi kasus pada nasabah BNI Syariah Magelang). Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan data primer. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95 nasabah. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling insidental. Metode analisis yang digunakan uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji statistik, *path analysis*. Data yang diperoleh diolah dengan bantuan software SPSS16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Nilai nasabah dan *handling complain* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Citra perusahaan, *handling complaint*, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *cutomer retention*. Dalam penelitian ini kepuasan tidak mampu memediasi pengaruh antara citra perusahaan, nilai nasabah, dan *handling complain* terhadap *customer retention*.

Keempat, menurut penelitian (Oktaviana & Prena, 2020) yang berjudul "Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility, Service Quality* (Kualitas Pelayanan), Loyalitas Nasabah terhadap *Corporate Image* (Citra Perusahaan) pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Denpasar" penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan terhadap citra perusahaan pada BNI Syariah kantor cabang Denpasar-Bali.teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel sebanyak 40 responden. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate*

social responsibility, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan baik secara parsial maupun simultan. Variabel sosial perusahaan *responsibility*, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan mempunyai pengaruh sebesar 88,6% terhadap citra perusahaan.

Kelima, menurut penelitian oleh Natalia & Erdiansyah (2020) dengan judul "Pengaruh *Rebranding* dan Kualitas Layanan terhadap *Brand Image* GOJEK". Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh *rebranding* dan kualitas layanan terhadap *brand image* GOJEK di Jakarta. Pengumpulan data melalui kuesioner yang disebar ke 155 responden yang pernah menggunakan jasa layanan GOJEK di Jakarta. Analisis data yang digunakan SPSS 15.0 dan SEM melalui aplikasi LISREL 8.70. hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat ppengaruh positif dan signifikan *rebranding* dan kualitas layanan terhadap *brand image* GOJEK. Variabel kualitas layanan memberikan pengaruh lebih besar dibandingkan *rebranding* terhadap *brand image* GOJEK.

Keenam, menurut penelitian Sari et al. (2023) yang berjudul "*The Impact of Complaint Handling and Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Customers of Pontianak Branch of* Bank Kalbar Syariah" bertujuan untuk menganalisis pengaruh penanganan keluhan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah pada Bank Kalbar Syariah Cabang Pontianak. Sampel yang digunakan sejumlah 201 responden dengan teknik pengumpulan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data penelitian dikumpulkan dengan pemberian kuesioner. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui software AMOS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penanganan keluhan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, penanganan keluhan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

pelanggan, dan kepuasan pelanggan memediasi pengaruh penanganan keluhan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Ketujuh, menurut penelitian Qorib et al. (2023) yang berjudul "Kualitas Pelayanan, Citra Bank, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Dinoyo Malang" bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat kualitas pelayanan, citra bank, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Dinoyo Malang. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif asosiatif. Populasi dalam penelitian inii adalah nasabah BSI Kantor Cabang Dinoyo Malang yang kurang lebih berjumlah 17000 nasabah. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin, sebanyak 100 nasbah. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Pengumpulan data menggunakan daftar kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah dan citra bank berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh D. F. Putri et al. (2024) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan pada Bank Syariah Indonesia Cabang Mataram)" penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris kualitas pelayanan dan *corporate social responsibility* terhadap citra perusahaan (studi pada Bank Syariah Indonesia cabang Mataram. Sampel yang digunakan sebanyak 100 nasabah. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat analisis yaitu SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan dan coorporate responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan pada Bank Syariah Indonesia cabang Mataram.

Kesembilan, penelitian yang dilakukan oleh Anandita et al. (2023) yang berjudul "*The Influence E-service quality and Complain Handling* BSI *Mobile on Customer Satisfaction*" dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh

kualitas layanan elektronik dan penanganan keluhan BSI *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah kantor BSI cabang Asia Afrika Bandung. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif kausal. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 30 nasabah BSI Asia Afrika. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan software IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan kualitas layanan *e-service* dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BSI Asia Afrika cabang Bandung.

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan oleh Hidayah et al. (2022) penelitian tersebut berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Transaksi, dan Fitur Produk terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan BSI *Mobile banking*". Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui besarnya tingkat kepuasan nasabah yang menggunakan kualitas layanan *mobile banking*. Jumlah responden dalam penelitian tersebut sebanyak 86 orang. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa dengan menggunakan uji-t menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile banking*. Kemudahan transaksi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile banking*. Serta fitur produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile banking*.

Kesebelas, dalam penelitian Pradana et al. (2023) yang berjudul "Pengaruh *E-service quality* dan *E-Trust* terhadap Kepuasan Nasabah melalui Citra Perusahaan pada Pengguna Layanan BSI-*Mobile banking* di Kabupaten Jember". Tujuan penelitian tersebut untuk menguji dan menganalisis pengaruh *e-service quality, e-trust* terhadap kepuasan nasabah pengguna

layanan BSI *Mobile banking* melalui Citra Perusahaan di Kabupaten Jember. Populasi dalam penelitian tersebut adalah nasabah pengguna layanan BSI *Mobile banking* yang berdomisili di Kabupaten Jember. Adapun teknik pengumpulan sampel yang digunakan yaitu *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Kriteria respondennya berusia 18 tahun serta memiliki akun dan menggunakan BSI *Mobile* kurang lebih 2 bulan terakhir. Jumlah responden penelitian ini 122 responden. Metode analisis data uang digunakan yaitu *path analysis* yang diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 26. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. *E-service quality* dan *e-trust* berpengaruh siginifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta citra perusahaan dapat menjadi mediator pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap kepuasan pelanggan.

Keduabelas, penelitian oleh Saputro & Oetomo (2023) yang berjudul "Pengaruh *E-service quality* terhadap *E-Loyalty* dengan *Brand image* dan *E-satisfaction* sebagai Variabel Mediasi" penelitian tersebut bertujuan utnuk menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* dengan *brand image* dan *e-satisfaction* sebagai variabel mediasi pada pelanggan mahasiswa pengguna *mobile banking* Livin *by* Mandiri di Kabupaten Sleman. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan *purposive sampling*. Data diperoleh dari kuesioner melalui google form yang disebarkan secara online kepada 100 responden. Model analisis data yang digunakan yaitu metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) melalui Smart PLS 4.0. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*. *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*. *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*. *E-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-loyalty. Serta *brand image* dan *e-satisfaction* memediasi pengaruh *e-service quality*.

Beberapa penelitian diatas merupakan penelitian tentang kualitas layanan, penanganan pengaduan nasabah, dan citra perusahaan. Namun, pada penelitian terdahulu kedua variabel kualitas layanan dan penanganan pengaduan tidak digunakan secara bersamaan. Selain itu, pada beberapa penelitian hasilnya menunjukkan bahwa terdapat variabel yang berpengaruh positif dan negatif. Adapun perbedaan penelitian ini dengan yang sebelumnya terletak pada variabel, objek, sampel, metode penelitian, dan instrumen penelitian yang digunakan. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada kualitas layanan operasional di bank dan layanan di BSI *Mobile*, penanganan keluhan nasabah, dan citra bank. Penelitian ini akan menggunakan instrumen penelitian *Statistical Program for Social Science* (SPSS).

B. Landasan Teori

1. Kualitas Layanan Fisik

a. Pengertian

Layanan dalam perbankan syariah harus berlandaskan etika dan bertujuan untuk ibadah dengan niat mendapatkan rida Allah swt (Ikatan Bankir Indonesia, 2014a). Layanan menurut Tjiptono (2016) merupakan kualitas layanan sebagai ukuran sejauh mana kualitasnya sesuai dengan ekspektasi pelanggan Setiaji & Astuti (2023). Kualitas layanan dapat diukur dengan memenuhi kebutuhan pelanggan, keinginan pelanggan, dan memastikan tentang layanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas layanan menurut (Saragih et al., 2015:2) adalah perbandingan antara pelayanan yang dirasakan dengan kualitas yang dirasakan oleh pelanggan (Natalia & Erdiansyah, 2020).

Kualitas layanan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi citra perusahaan. Menurut Tjiptono (2017) kualitas layanan adalah faktor utama bank yang memberikan pengaruh secara signifikan terhadap pencapaiannya dalam menciptakan citra (D. F. Putri et al. (2024). Kualitas layanan merupakan ukuran yang digunakan sebagai

acuan dalam menyelenggarakan layanan dan tolak ukur untuk menilai kualitas layanan. Hal tersebut merupakan tanggung jawab dan komitmen dari perusahaan kepada masyarakat dengan tujuan untuk memberikan layanan yang berkualitas, cepat, mudah diakses, terjangkau, dan teratur (Dewi, 2021). Kualitas layanan fisik merupakan tingkat keunggulan suatu layanan yang diharapkan melalui layanan pada operasional perbankan. Layanan operasinal tersebut berkaitan langsung antara pegawai dengan pelanggan yang terjadi pada suatu perusahaan. Dari beberapa definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan adalah ukuran yang digunakan dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

b. Dimensi

Menurut Saraswati et al. (2023) lima dimensi layanan yang harus dipenuhi dalam perbankan yaitu:

1) *Tangible* (Bukti Nyata)

Tangible merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk membuktikan eksistensi kepada pihak eksternal. Pembuktian tersebut berupa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan yang digunakan, serta penampilan pegawai.

2) *Reliability* (Kehandalan)

Reliability yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan. Kinerja yang diberikan harus sesuai dengan harapan pelanggan yaitu ketepatan waktu, pelayanan yang sama antar pelanggan, sikap simpati, serta dengan akurasi yang tinggi.

3) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Responsiveness merupakan kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat kepada pelanggan melalui informasi yang jelas.

4) *Assurance* (Jaminan)

   Assurance adalah pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai perusahaan dalam menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Ada beberapa komponen yang menjadi dasar untuk menumbuhkan kepercayaan tersebut antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

5) *Empathy* (Empati)

   Empathy yaitu memberikan perhatian kepada pelanggan dengan cara yang tulus dan sifatnya individual atau pribadi guna untuk memahami keinginan pelanggan. Dalam hal ini perusahaan harus memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan dengan memahami kebutuhan pelanggan dan memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Dalam buku Ikatan Bankir Indonesia (2013) kualitas layanan perbankan yang harus dipenuhi oleh pegawai bank yaitu:

1) Penampilan diri

   Penampilan diri dibutuhkan dalam perbankan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah kepada bank. *Service excellent* dibutuhkan kualitas penampilan bagi petugas atau perusahaan. Adanya kualitas penampilan petugas akan membangun keyakinan dan kepuasan nasabah serta membangun image positif dan meningkatkan pelayanan perusahaan.

2) Kebersihan dan kerapian ruang kerja

   Kualitas kebersihan dan kerapian ruang kerja akan mendukung kenyamanan dalam memberikan layanan. Apabila ruang kerja bersih dan rapi maka akan memberikan kesan positif bagi nasabah. Adanya kerapian dan kebersihan ini akan menciptakan kepuasan dan menguntungkan kedua belah pihak.

3) Pengetahuan produk dan jasa perbankan

Dalam perbankan, pengetahuan tentang produk dan jasa yang ditawarkan harus diketahui oleh pegawai. Hal ini merupakan suatu kunci perbankan dalam mendapatkan nasabah.

4) Kualitas berkomunikasi dengan nasabah

Komunikasi dibutuhkan untuk mencapai tujuan perbankan. Apabila pegawai perbankan mempunyai komunikasi yang baik akan mencipatkan kesan positif terhadap bank. Aspek yang harus dikomunikasikan dengan baik kepada nasabah harus sesuai dengan Peraturan Bank Indonesia (PBI) tentang transparansi informasi produk bank dan penggunaan data pribadi nasabah untuk menghindari risiko reputasi pada bank.

5) Kualitas penanganan keluhan nasabah

Dalam mengatasi keluhan yang dirasakan oleh nasabah, bank harus dapat melakukan penanganan keluhan tersebut. Bank harus serius, tuntas, dan tepat dalam mengatasinya. Sehingga akan memberikan kepuasan kepada nasabah dan tidak merugikan bank atas terjadinya keluhan kepada bank.

2. Kualitas Layanan Non Fisik

a. Pengertian

Semakin berkembangnya teknologi, Bank Syariah Indonesia juga memberikan layanan kepada nasabah secara non fisik atau layanan melalui *digital mobile banking*. *E-service quality* adalah kemampuan efektivitas dan efisiensi suatu website untuk memberikan fasilitas kepada pelanggan yang akan melakukan pembelian barang atau jasa. *E-serqual quality* merupakan cara yang digunakan untuk mengukur atau mengevaluasi layanan yang diberikan melalui internet (Azizah A & Hidayat, 2022). Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan et al. (2023) pertimbangan utama suatu bank adalah kualitas layanan elektronik, hal tersebut dikarenakan nasabah memiliki kemampuan untuk mengamati, mengevaluasi, dan menemukan harapan besar terhadap bank tersebut.

Menurut (Parasuraman dkk., 2005; Bauer dkk., 2006; Zeithaml dkk., 2000; Santos, 2003; Liao dkk., 2011) kualitas layanan elektronik merupakan penilaian pelanggan atas layanan yang telah diberikan melalui jaringan internet (Shared, 2019). Sedangkan menurut Bauer & Hammerschmidt (2006) kualitas layanan elektronik merupakan persepsi seseorang tentang penyelesaian masalah yang terjadi dan hasilnya menjadi tolak ukur penilaian terhadap layanan yang telah diberikan (Andrayani & Solekah, 2021) *E-service quality* adalah teknik modern yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang ada pada perusahaan atau organsisasi dalam memberikan layanan kepada pelanggan (A. N. S. Putri et al., 2023). Dari beberapa definisi *e-service quality* diatas dapat disimpulkan bahwa *e-service quality* adalah cara untuk mengukur atau menilai layanan yang diberikan oleh pelanggan melalui internet.

b. Dimensi

Menurut Putri & Hanifa (2023) ada beberapa dimensi layanan non fisik yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia yaitu sebagai berikut.

1) *Ease of use* (Kemudahan Penggunaan)

Ease of use merupakan dimensi ukuran seberapa mudah nasabah dalam menggunakan situs *mobile banking*. Perancangan situs harus dilakukan dengan baik untuk mempermudah nasabah dalam menggunakan situsnya, melakukan pencarian, dan navigasi.

2) *Web design* (Desain Web)

Web design merupakan tampilan yang diberikan sebisa mungkin dapat memberikan informasi dan fungsi yang dapat diterima oleh nasabah. Hal tersebut dikarenakan akan mempengaruhi persepsi nasabah terhadap citra perusahaan. Selain itu, akan memberikan ketertarikan kepada nasabah untuk menggunakan jasa layanan secara online melalui website tersebut. Sehingga memudahkan nasabah dalam menggunakan layanan tersebut.

3) *Reliability* (Kahandalan)

   Dalam *e-service quality*, dimensi yang paling penting adalah *reliability*. *Reliability* merupakan kemampuan dalam memberikan layanan yang disini mengacu pada layanan *mobile banking*. Adanya *reliability* akan memberikan kepercayaan kepada nasabah dalam melakukan segala sesuatu yang sudah dijanjikan dalam layanan tersebut.

4) *System availability* (Ketersediaan Sistem)

   Fungsi teknis yang baik dari website dapat diketahui dari *system availability*. Melalui fungsi teknis yang baik akan memberikan kemudahan bagi nasabah dalam mengakses layanan online tersebut. Sehingga akan memberikan citra yang baik atas layanan yang telah diberikan.

5) *Privacy* (Keamanan)

   Privacy merupakan keamanan yang mengacu pada situs website atau *mobile banking*. Melalui *privacy* akan memberikan ukuran sejauh keamanan situsnya dan perlindungan informasi nasabah.

6) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

   Responsiveness adalah daya tanggap yang mengacu pada proses penanganan masalah yang terjadi terkait dengan *mobile banking*nya. Semakin cepat layanan melalui *mobile banking* maka akan memudahkan nasabah sehingga mereka merasa nyaman dalam menggunakan jasanya tanpa ada kendala.

7) *Empathy* (Empati)

   Empathy merupakan bentuk rasa perhatian kepada nasabah. Untuk memberikan respon kepada pelanggan maka harus mengetahui kebutuhan dan memahami apa yang dibutuhkannya.

Sedangkan menurut Asnaniyah (2022) tolak ukur kualitas layanan elektronik yang telah diberikan dilakukan dengan menggunakan beberapa dimensi sebagai berikut.

1) *Efficiency* (Efisiensi), menunjukkan seberapa mudah dan cepat pelanggan dapat mencari informasi di dalam situs web.
2) *Fulfillment* (Pemenuhan), berkaitan dengan keberhasilan situs web dalam menyajikan produk dan layanan serta kemampuannya untuk memperbaiki kesalahan yang mungkin terjadi selama transaksi.
3) *Private* (Pribadi), berkaitan dengan sajuah mana situs web dianggap kredibel dan mampu menjadi keamanan data pribadi pelanggan. Kecepatan layanan online yang menjadi andalan akan membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan.
4) *Responsiveness* (Tanggapan), mengukur seberapa cepat situs web merespon pelanggan selama melakukan transaksi online.
5) *Compensation* (Kompensasi), berkaitan dengan kebijakan perusahaan untuk memberikan kompensasi atau ganti rugi kepada pelanggan jika produk dan layanan yang diberikan tidak memuaskan.
6) *Contact* (Kontak), berkaitan dengan kemampuan situs web dalam menyediakan fitur layanan yang dapat memungkinkan interaksi antara pelanggan dengan pihak perusahaan.
7) *Availability* (Ketersediaan), mengukur sejauh mana perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan atas ketersediaan produk dan layanan.

3. Penanganan Pengaduan

a. Pengertian

Dalam buku Ikatan Bankir Indonesia (2014) pengaduan nasabah adalah ungkapan ketidakpuasan nasabah terhadap layanan perbankan yang disebabkan karena kelalaian atau kesalahan pihak bank. Menurut Daryanto (2014) keluhan adalah penyampaian rasa ketidakpuasan, ketidanyamanan, kejengkelan, dan kemarahan atas layananproduk dan jasa Citra (2023). Menurut Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 2/SEOJK.07/2014, pengaduan adalah ekspresi

ketidakpuasan konsumen yang ditimbulkan karena kerugin atau potensi kerugian finansial yang terjadi karena kesalahan atau kelalaian dari Lembaga Jasa Keuangan. Penanganan pengaduan adalah pelayanan dan penyelesaian komplain yang terjadi di sektor jasa keuangan.

Menurut Sangadji (2013) keluhan pelanggan merupakan ekspresi emosi pelanggan yang dikarenakan adanya sesuatu yang tidak dapat diterimanya (Arifiyanto, 2022) Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa penanganan pengaduan adalah upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mengatasi keluhan yang dirasakan oleh pelanggan. Pengaduan nasabah digunakan sebagai bahan evaluasi perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya. Pengaduan ini terjadi karena perusahaan tidak memberikan pelayanan yang diharapkan oleh nasabah sehingga menimbulkan terjadinya kegagalan layanan. Apabila perusahaan tidak melakukan penanganan pengaduan dengan tepat maka nasabah akan berpindah ke bank lain sehingga hal tersebut menimbulkan kerugian bagi pihak bank Anandita et al. (2023).

b. Dimensi

Menurut buku Ikatan Bankir Indonesia (2014b) ada beberapa hal penting yang harus dilakukan bank untuk melakukan penanganan pengaduan yaitu:

1) Empati kepada penyampai keluhan (*Empathy*)

   Empati adalah sikap yang ditunjukkan kepada penyampai keluhan untuk mendengarkan keluhannya. Dalam hal tersebut, cara yang harus dilakukan adalah dengan menyediakan waktu yang cukup untuk mendengarkan keluhannya.

2) Kecepatan memberikan tanggapan (*Quick response*)

   Kecepatan dan ketepatan adalah hal yang sangat penting dalam mangatasi keluhan. Hal tersebut akan mempengaruhi penyampai keluhan sehingga akan memberikan kesan yang positif pada bank.

Apabila bank tidak mampu menanggapi dengan cepat maka akan memberikan kesan negatif dan akan menimbulkan rasa ketidakpuasan kembali pihak penyampai keluhan.

3) Permintaan maaf (*Apology*)

Permintaan maaf merupakan suatu hal yang diharapkan oleh penyampai keluhan. Oleh karena itu, pihak bank harus menyampaikan permintaan maaf kepada penyampai keluhan. Apabila pihak bank telah menyampaikan permintaan maaf maka penyampai keluhan akan merasa bahwa pihak bank memperhatikan keluhan yang disampaikan dan berniat untuk menangani keluhan tersebut dengan baik.

4) Kredibilitas (*Credibility*)

Kredibilitas merupakan keinginan pihak bank untuk menyikapi dan upaya yang harus dilakukan untuk mencegah masalah yang diterima oleh pemberi keluhan. Kredibilitas akan memberikan dampak positif karena dapat menurunkan aktivitas obrolan dari mulut ke mulut secara negatif (*word-of-mouth*).

5) Perhatian (*Attentiveness*)

Perhatian merupakan interaksi yang merujuk antara kedua belah pihak. Komunikasi antara kedua belah pihak adalah suatu kunci pengelolaan keluhan. Interaksi antara kedua belah pihak akan memberikan efek positif terhadap kepuasan penanganan keluhan atas keluhan yang telah disampaikan kepada pihak bank.

c. Kebijakan-kebijakan

Berdasarkan laporan tahunan 2021 Bank Syariah Indonesia berkaitan dengan penentuan kebijakan CSR (*Corporate Social Responsibility*) tentang pelanggan maka Bank Syariah Indonesia berpedoman dengan kebijakan yang telah ditetapkan dan berlaku di Indonesia, meliputi:

1) Peraturan Bank Indonesia No. 7/7/PBI/2005 tanggal 20 Januari 2005 perihal Penyelesaian Pengaduan Nasabah.

2) Peraturan Bank Indonesia No. 10/10/PBI/2008 tanggal 28 Februari perihal Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia No. 7/7/PBI/2005 tanggal 20 Januari 2005 perihal Penyelesaian Pengaduan Nasabah.
3) Surat Edaran OJK No. 2/SEOJK.07/2015 perihal Pelayanan dan Penyelesaian Pengaduan Konsumen Pada Pelaku Jasa Keuangan.
4) SE Operasi No. 16/124/OPS tanggal 27 Juni 2015 perihal Kualitas Prosedur Operasional (SPO) Penanganan Pengaduan Nasabah Terkait Indikasi Penipuan.
5) SE Operasi No. 16/039/OPS tanggal 22 September 2014 perihal Kualitas Prosedur Operasional (SPO) Penanganan dan Tindak Lanjut Pengaduan Nasabah Bank Mandiri Syariah.

Menurut Hafizha & Tambunan (2022) *Kualitasd Operational Procedure* (SOP) layanan dalam mengatasi pengaduan nasabah yaitu sebagai berikut.

1) Menyambut nasabah dengan salam dan senyuman.
2) Melakukan verifikasi data nasabah yang meliputi identitas nasabah, kartu ATM, dan bukti transaksi.
3) Memberikan solusi dan penyelesaian aduan dengan jelas.
4) Memberikan arahan pengisian form pengaduan nasabah yang kemudian akan di input oleh *customer service* ke sistem pengaduan nasbah (SPN).

d. Alur Penanganan Pengaduan

Dalam laporan tahunan Bank Syariah Indonesia (2022) alur penanganan pengaduan nasabah dapat dilakukan melalui seluruh cabang dengan melakukan pengisian formulir permintaan atau pengaduan nasabah yang sudah diatur atau melalui BSI *call* maupun BSI *Mobile*. Setelah itu, bank akan melakukan tindak lanjut atas pengaduan nasabah melalui alur sebagai berikut.

1) Nasabah menyampaikan pengaduan melalui cabang atau BSI *call*.

2) Petugas cabang atau BSI *call* melakukan penginputan pengaduan ke *Complaint Handling Management System* (CHMS).
3) Data yang telah tercatat di sistem tersebut selanjutnya akan dimonitoring dan ditindaklanjuti oleh Unit *Customer Handling*.
4) Pengaduan yang tidak dapat diselesaikan Kantor Cabang atau BSI *Call* akan ditindaklanjuti oleh dan unit kerja terkait.
5) Hasil tindaklanjut dan informasi penyelesaian dari unit kerja tersebut akan diteruskan kepada penerima pengaduan.
6) Penerima pengaduan akan meneruskan informasi atau jawaban atas pengaduan yang diterima kepada nasabah.

4. Citra

a. Pengertian

Menurut KBBI, citra merupakan gambaran yang ada pada diri seseorang tentang pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk. Sedangkan menurut Kotler (2017), citra merupakan suatu kepercayaan, gagasan, dan kesan seseorang terhadap suatu objek, citra dibentuk dari apa yang telah dirasakan dan dilihat oleh *customer* atas tindakan dan layanan yang diberikan oleh perusahaan (Sofiati (Efi) et al., 2022). Menurut Rangkuti (2022) citra adalah kesan yang diberikan *customer* terhadap perusahaan. Sedangkan menurut Zaithaml dan Bitner dalam buku Mas'ud (2021) citra adalah kesan yang ada dalam ingatan seseorang terhadap suatu produk atau merek perusahaan yang dihasilkan melalui pengalaman pada masa lalu. Apabila pengalaman yang diterima oleh seseorang itu baik, maka akan membentuk citra yang baik dari perusahaan tersebut. Begitu sebaliknya, apabila layanan yang diterima buruk, akan membentuk citra yang buruk pula bagi konsumen.

Citra dapat diartikan sebagai nilai yang diberikan *customer* terhadap perusahaan yang diperoleh dengan waktu yang tidak singkat karena merupakan penilaian dari *customer*. Nilai yang dimiliki perusahaan, seperti sikap manajemen terhadap *customer* dan cepat

tanggap pegawai terhadap permintaan atau keluhan *customer*. citra perusahaan merupakan suatu cerminan identitas organisasi atau perusahaan. Setiap perusahaan memiliki citra yang berbeda-beda dimata seluruh publik. Citra yang baik dapat memberikan manfaat dan mampu mengembangkan kreativitas orang-orang didalamnya (Mas'ud, 2021). Menurut Batin (2019) citra adalah persepsi yang timbul pada setiap benak manusia. Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa citra merupakan gagasan atau persepsi seseorang terhadap suatu objek atas tindakan atau layanan yang diberikan perusahaan.

b. Dimensi

Menurut Gronroos (1990) yang dikutip dalam penelitian Sofiati (Efi) et al., 2022) terdapat empat dimensi citra yaitu:

1) Reputasi (*Reputation*), hak yang sudah dilakukan perusahaan dan diyakini *customer* pada pengalamannya serta pihak lain semacam kinerja keamanan transaksi bank.
2) Pengakuan (*Recognition*), penghargaan yang diberikan *customer* kepada perusahaan melalui loyalitas atas kinerja dari perusahaan.
3) Daya Tarik (*Affinity*), daya tarik dari perusahaan untuk memudahkan *customer* dalam menilai perusahaan yang timbul karena kepuasan atas layanan yang telah diberikan atau dirasakan.
4) Loyalitas Merek (Brand Loyality), ciri yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang mudah dikenal dan dipahami *customer* sehingga *customer* tidak pindah ke perusahaan lain.

Citra perusahaan menurut Kotler (2012) dalam penelitian Saputra et al. (2021) ada empat elemen yaitu:

1) Kepribadian, karakteristik yang dipahami publik terhadap kegiatan pegawai perusahaan.
2) Reputasi, suatu hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini oleh publik yang telah bersangkutan.
3) Nilai, suatu nilai atau budaya yang dimiliki perusahaan.

4) Identitas perusahaan, komponen dalam perusahaan yang mengenalkan perusahaan terhadap publik.

Setiap perusahaan harus mampu berkembang demi mempertahankan *customer*. Baik buruknya suatu perusahaan dapat dinilai oleh *customer* melalui citra terhadap perusahaan. Semakin baik citra perusahaan akan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Begitu juga sebalinya, semakin buruk citra perusahaan akan merugikan perusahaan.

Ada beberapa faktor-faktor pembentuk citra menurut Syarifuddin dan Suryanto yang dikutip dalam penelitian Batin (2019), yaitu:

1) Identitas fisik

   Pada variabel identitas fisik, ada dua indikator pembentuk citra yaitu sebagai berikut.

   a) Karakteristik gedung bank
   b) Logo dan warna bank

2) Identitas non fisik

   Pada variabel identitas non fisik, ada beberaoa indikator pembentuk citra yaitu:

   a) Budaya yang diterapkan bank
   b) Kinerja dan tingkat keamanan bank
   c) Tanggung jawab bank

3) Kualitas hasil

   Pada variabel kualitas hasil, ada beberapa indikator pembentuk citra yaitu sebagai berikut.

   a) Kualitas produk dan jasa yang dimiliki
   b) Desain produk atau jasa bank
   c) Variasi prosuk dan jasa bank

4) Aktivitas dan pola hubungan

   Pada variabel aktivitas dan pola hubungan, ada dua indikator yang menjadi faktor pembentuk citra yaitu:

   a) Sikap ramah tamah yang diberikan karyawan bank

b) Kepedulian karyawan bank terhadap kebutuhan nasabah

C. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, kajian pustaka, dan landasan teori penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut.

1. Pengaruh kualitas layanan fisik terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1

   Kualitas layanan merupakan kualitas operasional yang diberikan oleh bank kepada nasabah atas layanan yang diterima. Kualitas layanan akan memberikan citra terhadap bank sehingga jika kualitas layanan yang diberikan sudah baik maka nasabah akan merasa bahwa telah memenuhi harapannya. Oleh sebab itu bank harus memiliki dan menjaga kualitas layanan yang akan memberikan kepuasan dan menunjukkan citra dari bank tersebut (Nurushofia et al., 2023).

   Berdasarkan penelitian Salim Attiany et al. (2021) hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ada dampak kualitas yang signifikan secara statistik layanan perbankan dalam meningkatkan citra mental Bank Syariah Yordania. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nurjanah & Mulazid (2018), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara parsial dan secara simultan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap citra perusahaan di bank syariah. Oleh karena itu pada penelitian ini dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

   H1: kualitas layanan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1

2. Pengaruh kualitas layanan non fisik terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.

   Menurut Putri & Hanifa (2023) *e-service quality* adalah layanan berbasis elektronik yang memiliki tujuan untuk mengefektifkan dan mengefisienkan kegiatan transaksi atau penggunaan jasa. Oleh karena itu, *e-service quality* menjadi faktor utama bagi perbankan yang tidak boleh diabaikan. *E-service quality* menjadi aspek penting dalam menjaga citra

perusahaan sehingga layanan yang diberikan harus ditingkatkan (Asnaniyah, 2022).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pradana et al. (2023) hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *e-service quality* dan e-trust berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. *E-service quality* dan *e-trust* berpengaruh siginifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta citra perusahaan dapat menjadi mediator pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan menurut penelitian Saputro & Oetomo (2023) hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*. *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand image*. *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*. *E-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*. Serta *brand image* dan *e-satisfaction* memediasi pengaruh *e-service quality*.

H2: kualitas layanan non fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1

3. Pengaruh penanganan pengaduan nasabah terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1

Penanganan pengaduan adalah suatu hal yang harus dilakukan dengan baik oleh bank. Semakin cepat pihak bank melakukan penanganan pengaduan nasabah maka semakin cepat mendapatkan penyelesaian. Nasabah akan meningkatkan kepuasannya melalui cara bank menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah (Nurjanah & Mulazid, 2018).

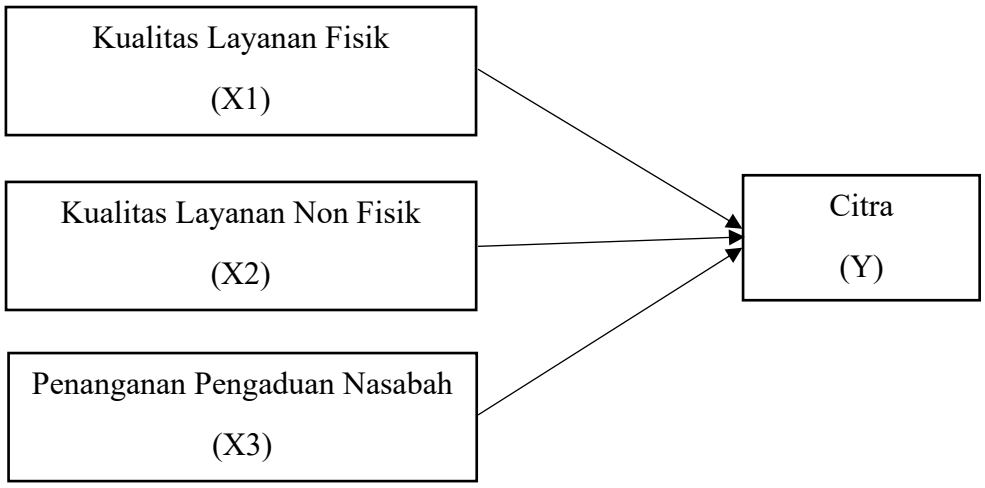
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Khasanah (2021) hasil penelitian terebut menunjukkan bahwa nilai nasabah dan *handling complaint* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Anandita et al. (2023) hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan kualitas layanan *e-service* dan penanganan keluhan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BSI Asia Afrika cabang Bandung.

H3: penanganan pengaduan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1

D. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan gambaran berupa konsep yang menjelaskan tentang hubungan antar variabel. Kerangka ini akan memudahkan pembaca untuk memahami alur penelitian ini, berikut disajikan kerangka berfikir dari penelitian yang akan dilakukan oleh penulis:



BAB III
METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, desain penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah jenis pendekatan yang menyajikan data berupa angka. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk memperoleh data penelitian. Pada kuesioner akan memuat pertanyaan atau pernyataan terkait dengan pengaruh kualitas layanan, penanganan pengaduan nasabah, dan citra bank. Oleh karena itu pada penelitian ini akan menguji kembali pengaruh kualitas layanan dan penanganan pengaduan nasabah terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1 karena peneliti menemukan adanya suatu permasalahan yang timbul dari nasabah terhadap bank tersebut. Pada bank tersebut nasabah mengajukan pengaduan tentang layanan pada kegiatan operasional di bank. Peneliti juga pernah mendapatkan informasi tentang keluhan pada layanan BSI *Mobile*. Selain itu, peneliti pernah melaksanakan Praktik Kerja Lapangan pada bank tersebut sehingga akan memudahkan peneliti dalam memperoleh responden dari pengisian kuesionernya.

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini yaitu mulai tanggal 5 - 22 Maret 2024. Adapun pelaksanaan penelitian dimulai setelah peneliti melaksanakan seminar proposal penelitian ini.

D. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sasaran untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu yang bersifat objektif, valid, dan reliabel tentang variabel tertentu. Objek penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.

E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan elemen subjek penelitian. Populasi bukan hanya mempelajari jumlah pada subjek, tetapi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subjek tersebut (Amin et al., 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.

Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian. Sampel juga dapat dikatakan sebagai bagian dari populasi yang mewakili seluruh populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Adapun teknik pengambilan sampelnya dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik tidak memberi peluang yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih sebagai sampel. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan suatu pertimbangan (Amin et al., 2023). Sampel dalam penelitian ini merupakan nasabah yang terdaftar di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. Berikut ini rumus untuk menentukan ukuran sampel dengan menggunakan rumus slovin.

$$\text{n} = \frac{N}{1 + N\,(e)^2}$$

Dimana:

n : Ukuran sampel

N : Populasi

e : Persentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan

$$\text{n} = \frac{9000}{1 + 9000\,(0{,}1)^2} = \frac{9000}{1 + 90} = \frac{9000}{91} = 98{,}90 = 100$$

Berdasarkan rumus diatas, maka diperoleh sampel sebanyak 100. Namun, dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel sebanyak 150 responden. Adapun kriteria responden penelitian yaitu sebagai berikut.

a. Nasabah terdaftar dan aktif di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1
b. Nasabah pengguna BSI *Mobile*
c. Minimal 3 kali transaksi di BSI *Mobile* dan Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani

F. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari peneliti secara langsung dari sumber asli tanpa melalui perantara (Sudaryana & Agusiady, 2022). Dapat dikatakan juga bahwa data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari pengisian kuesioner oleh responden. Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari kuesioner yang disebarkan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1 sebagai nasabah terdaftar di bank tersebut.

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan angket yang berisi pertanyaan atau pernyataan kepada responden (Sudaryana & Agusiady, 2022) Penyebaran kuesioner dilakukan melalui google form dan angket yang dibagikan secara langsung kepada nasabah di kantor Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. Pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada responden untuk mengetahui variabel kualitas layanan fisik, kualitas layanan non fisik, penanganan pengaduan nasabah, dan citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.

H. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan rinci tentang masing-masing variabel dalam penelitian yang dijabarkan dalam indikator-indikator. Dalam penelitian ini, terdiri dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat *(dependent variable)*.

1. Variabel Bebas *(Independent Variable)*

   Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab munculnya variabel lain atau variabel yang mempengaruhi variabel terikat *(dependent variable)* (Kusumastuti et al., 2020). Variabel bebas pada penelitian ini yaitu sebagai berikut.

   a. Kualitas Layanan Fisik

      Kualitas layanan fisik merupakan kualitas dan ketepatan dalam memberikan layanan kepada nasabah secara langsung terkait produk dan jasa di perbankan. Layanan fisik yang diberikan tersebut seperti fasilitas dan kegiatan operasional di bank.

   b. Kualitas Layanan Non Fisik

      Kualitas layanan non fisik adalah kualitas layanan yang diberikan oleh pihak bank secara tidak langsung. Layanan non fisik tersebut berupa layanan online melalui BSI *Mobile*.

   c. Penanganan Pengaduan Nasabah

      Penanganan pengaduan adalah proses dan respon yang diberikan oleh pihak bank ketika nasabah mengajukan pengaduan. Penanganan pengaduan ini dilakukan untuk memberikan kepercayaan kembali kepada nasabah agar lebih berfikir positif sehingga dapat bertahan menjadi nasabah di banknya.

2. Variabel Terikat *(Dependent Variable)*

   Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi akibat dari variabel yang dimanipulasikan atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas *(independent variable)* (Kusumastuti et al., 2020). Variabel terikat pada penelitian ini yaitu citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. Citra merupakan persepsi dan reputasi yang dimiliki oleh pihak bank yang ada

pada pandangan setiap masyarakat yang meliputi kepercayaan, integritas, dan kredibilitasnya.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Kode	Dimensi	Indikator	Sumber
1.	Kualitas Layanan Fisik	SLF 1	*Tangible*	a. Kebersihan di BSI KC Kudus A Yani 1 sangat terjaga dengan baik. b. Peralatan kantor dan fasilitas di BSI KC Kudus A Yani 1 tersedia lengkap dan tertata rapi.	(Setiaji & Astuti, 2023)
		SLF2	*Reliability*	a. Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 mampu memberikan informasi kepada nasabah secara jelas. b. Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 memiliki wawasan pengetahuan yang luas.	(Setiaji & Astuti, 2023)
		SLF3	*Responsiveness*	a. Karyawan BSI KC Kudus A Yani	(Setiaji & Astuti, 2023)

No	Variabel	Kode	Dimensi	Indikator	Sumber
				1 cepat tanggap dalam melayani dan menangani keluhan nasabah. b. Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah.	
		SLF4	*Assurance*	a. Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 bersikap profesional dalam melayani nasabah. b. Kemampuan komunikasi yang dimiliki karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 sangat baik.	(Setiaji & Astuti, 2023)
		SLF5	*Empathy*	a. Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 bersikap ramah dan santun dalam melayani nasabah. b. Karyawan BSI	(Setiaji & Astuti, 2023)

No	Variabel	Kode	Dimensi	Indikator	Sumber
				KC Kudus A Yani 1 memiliki perhatian yang baik dalam melayani setiap layanan.	
	Kualitas	SLNF1	*Ease of use*	a. Fitur layanan BSI *Mobile* memberikan kemudahan dalam mengakses informasi. b. BSI *Mobile* memiliki fitur layanan yang beragam.	(Hidayah et al., 2022)
		SLNF2	*Web design*	a. Tampilan BSI *Mobile* yang sangat menarik. b. Fitur layanan BSI *Mobile* tersedia dengan desain yang menarik.	(Putri & Hanifa, 2023)
		SLNF3	*Reliability*	a. Layanan BSI *Mobile* dapat meningkatkan efektivitas pelayanan kegiatan	(Hidayah et al., 2022)

No	Variabel	Kode	Dimensi	Indikator	Sumber
2.	Layanan Non Fisik			perbankan. b. BSI *Mobile* dapat digunakan untuk transaksi berkelanjutan.	
		SLNF4	*System Availability*	a. Informasi yang ada di BSI *Mobile* sesuai dengan kebutuhan saya. b. Informasi yang ada di BSI *Mobile* sesuai dengan tujuan saya.	(Asnaniyah, 2022)
		SLNF5	*Privacy*	a. BSI *Mobile* memberikan keamanan sistem dan informasi pribadi dalam setiap melakukan transaksi. b. BSI *Mobile* memberikan perlindungan informasi pribadi saat bertransaksi.	(Asnaniyah, 2022)
		SLNF6	*Responsiveness*	a. Respon layanan di BSI *Mobile*	(Asnaniyah, 2022)

No	Variabel	Kode	Dimensi	Indikator	Sumber
				sangat cepat. b. Layanan *call center* BSI mudah untuk dihubungi.	
		SLNF7	*Fulfillment*	a. BSI *Mobile* menyediakan berbagai fitur layanan seperti layanan operasional di kantor BSI. b. Informasi produk di BSI *Mobile* sangat terpercaya.	(Asnaniyah, 2022)
		PPN1	*Empathy*	a. Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 senantiasa mendengarkan setiap keluhan yang disampaikan nasabah. b. Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 memberikan waktu untuk menyampaikan	(Setiaji & Astuti, 2023) (Ikatan Bankir Indonesia, 2014b

No	Variabel	Kode	Dimensi	Indikator	Sumber
				keluhan.	
3.	Penanganan Pengaduan Nasabah	PPN2	*Quick response*	a. Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 senantiasi cepat dan tepat dalam mengatasi keluhan dari nasabah. b. Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 merespon dengan cepat terhadap masalah yang sedang dialami nasabah.	(Setiaji & Astuti, 2023)
		PPN3	*Apology*	a. Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 menyampaikan permintaan maaf setiap mengatasi keluhan nasabah. b. Saya menerima permintaan maaf dari pihak BSI KC Kudus A Yani 1.	(Santoso et al., 2022)
		PPN4	*Credibility*	a. BSI KC Kudus A	(A. Putri

No	Variabel	Kode	Dimensi	Indikator	Sumber
				Yani 1 memberikan kepercayaan terkait data dan privasi nasabah. b. BSI KC Kudus A Yani 1 memberikan estimasi waktu penyelesaian keluhan secara tepat.	et al., 2020)
		PPN5	*Attentiveness*	a. Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 senantiasi memperhatikan dan memahami keluhan dari nasabah. b. BSI KC Kudus A Yani 1 selalu menanggapi setiap keluhan nasabah.	(Handayani et al., 2019)
		C1	*Reputation*	a. BSI KC Kudus A Yani 1 memiliki kinerja keamanan transaksi yang baik.	(Saputra et al., 2021) (Abdu, 2018)

No	Variabel	Kode	Dimensi	Indikator	Sumber
				b. BSI KC Kudus A Yani 1 memberikan kepercayaan tinggi kepada nasabah.	
4.	Citra	C2	*Recognition*	a. Saya mengenal BSI KC Kudus A Yani 1 sebagai bank syariah yang menawarkan produk secara nyata. b. Saya mengenal BSI KC Kudus A Yani 1 sebagai bank dengan pelayanan ramah.	(S. Sari et al., 2021)
		C3	*Affinity*	a. BSI KC Kudus A Yani 1 selalu memberikan pelayanan terbaik. b. BSI KC Kudus A Yani 1 menyediakan brosur terkait penawaran	(K. Purba et al., 2020)

No	Variabel	Kode	Dimensi	Indikator	Sumber
				produknya.	
		C4	*Brand loyalty*	a. BSI KC Kudus A Yani 1 menawarkan berbagai macam program. b. Fitur layanan BSI *Mobile* lengkap dan berfungsi dengan baik.	(Saputro & Oetomo, 2023)
		C5	*Value*	a. Sikap manajemen BSI KC Kudus A Yani 1 yang peduli terhadap nasabah. b. Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 cepat tanggap dalam menanggapi perminataan atau keluhan nasabah.	(Saputra et al., 2021)

I. Instrumen Penelitian yang Digunakan

Instrumen penelitian adalah alat yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam melakukan pengumpulan kegiatan sehingga kegiatannya menjadi sistematis dan dipermudah. Untuk menghasilkan data yang baik dan benar maka diperlukan instrumen pengumpulan data yang baik juga. Pada penelitian ini menggunakan instrumen penelitian dengan menggunakan skala likert. Sedangkan instrumen pengolahan data ini menggunakan *Statistical*

Program for Social Science (SPSS). Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial dalam penelitian yang berupa variabel penelitian (Sudaryana & Agusiady, 2022).

Tabel 3. 2 Penilaian Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

J. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa tepat kuesioner yang disusun dapat menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Suatu instrumen atau kuesioner dikatakan valid apabila nilai koefisien r hitung ≥ r tabel atau nilainya lebih besar dari 0,3 (Purba et al., 2021). Berikut rumus uji validitas.

$$r_{xy} = \frac{N \sum X_i Y - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{N\sum X^2 i - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y^2 i - (\sum Y_1)^2\}}}$$

Keterangan:

X : Variabel pertama

Y : Variabel kedua

N : Jumlah data

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui besarnya tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang benar dan sesuai kenyataan. Reliable adalah instrumen yang jika digunakan beberapa

kali dengan obyek sama dan hasilnya juga sama. Dalam uji reliabilitas, suatu variabel dapat dikatakan reliable jika memiliki cronbach alpha > 0,6 (Purba et al., 2021). Berikut ini rumus reliabilitas menggunakan metode alpha.

$$\alpha = \left[\frac{K}{K - 1}\right]\left[1 - \frac{\sum S^2}{S^2}\right]$$

Keterangan:

K : Jumlah item

$\sum S^2$: Jumlah varian skor total

S^2 : Varians responden untuk item

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu uji untuk mengetahui kenormalan data. Tujuan uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Cara untuk mendeteksi residual terdistribusi normal yaitu dengan Kolmogorov Smirnov dan Uji Jarque-Berra (JB). Pada uji normalitas, model regresi yang baik adalah yang memiliki hasil residual terdistribusi normal. Hasil uji ini dapat diketahui jika nilai Asymp.Sig.(2-tailed) atau probabilitas JB > 0,05 maka residual terdistribusi normal dan asumsi kenormalan terpenuhi (Rakhmawati, 2020).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah ada korelasi antar variabel bebas (independent). Pada uji ini, suatu model regresi dapat dikatakan baik jika tidak ada korelasi antar variabel independen atau dapat disebut juga jika tidak ada multikolinearitas. Cara menentukan uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF < 10 maka tidak ada multikolinearitas (Rakhmawati, 2020).

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan suatu uji untuk mengetahui apakah ada korelasi antara residual. Model regresi yang baik untuk uji ini apabila tidak ada autokorelasi. Metode yang digunakan pada uji ini adalah Durbin Watson dan Lagrange Multiplier. Cara menentukan ada tidaknya autokorelasi dalam uji Lagrange Multipier yaitu dengan melihat nilai probabilitas Chi-Square, pabila nilainya > 0,05 dan Durbin Watson apabila nilai dU < DW < (4 – dU) maka tidak terjadi autokorelasi (Rakhmawati, 2020).

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah ada ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik untuk uji ini adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji ini dilakukan dengan cara uji white. Adapun cara menentukan uji ini dapat dilihat nilai probabilitas Chi-Square pada baris observasi R-square. Apabila nilainya Chi-Square hitung < Chi-Square tabel, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Rakhmawati, 2020).

3. Uji Hipotesis Penelitian

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah alat analisis peramalan nilai pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada tidaknya hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat. Tujuan analisis regresi ini untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara dua variabel yaitu variabel bebas terhadap variabel terikat. Hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen diitunjukkan dalam persamaan sebagai berikut (Pramesti, 2017).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Citra

X_1 = Kualitas Layanan Fisik

X_2 = Kualitas Layanan Non Fisik

X_3 = Penanganan Pengaduan Nasabah

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi masing-masing variabel

e = Nilai-nilai variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki hubungan signifikan terhadap variabel dependen. Suatu regresi dapat dikatakan memiliki hubungan yang signifikan apabila nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka tidak ada hubungan yang signifikan antara kedua variabel. Penentuan tersebut berdasarkan dengan nilai $\alpha = 0{,}05$ dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut (Nasution, 2019).

1) $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variasi model regresi dapat menjelaskan variasi variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat.
2) $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel model regresi tidak dapat menjelaskan variasi variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat.

Hipotesis yang diinginkan pada uji-t yaitu menolak H_0.

***c.* Uji Simultan (Uji f)**

Uji f digunakan untuk menguji kelayakan model. Uji ini dilakukan dengan membandingkan Fhitung (F_h) dengan Ftabel (F_t) pada $\alpha = 0{,}05$ apabila hasilnya menunjukkan (Nasution, 2019):

1) $F_h \geq F_t$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variasi model regresi dapat menjelaskan variasi variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat.

2) $F_h \leq F_t$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variasi model regresi tidak dapat menjelaskan variasi variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat.

Hipotesis yang diinginkan pada uji-f yaitu menolak H_0.

d. Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen (Pramesti, 2017). Adapun nilai koefisien determinasi yaitu diantara nol dan satu. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen. Apabila nilai R Square mendekati angka satu maka dapat dikatakan bahwa hubungan variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat. Namun apabila nilai koefisien mendekati angka nol maka kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen tidak kuat. Dalam regresi berganda, untuk menentukan R Square sebaiknya menggunakan nilai Adjusted R Square karena disesuaikan dengan jumlah variabel bebasnya (Nasution, 2019).

BAB IV
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Bank Syariah Indonesia merupakan bank yang terbentuk dari hasil merger tiga bank syariah milik BUMN yaitu Bank Mandiri Syariah, Bank BRI Syariah, dan Bank BNI Syariah. Tujuan dari penggabungan ketiga bank tersebut untuk meningkatkan pelayanan yang jauh lebih baik dan lengkap, serta memiliki kapasitas permodalan yang jauh lebih baik. Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1 merupakan bank yang berada dibawah naungan PT. Bank Syariah Indonesia. Sebelum berganti menjadi Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1 dahulu bernama Bank Syariah Mandiri KC Kudus. Bank syariah ini terletak di Ruko, Jl. Jend. Ahmad Yani No 9, Magersari, Panjunan, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Adapun hal yang menjadi latar belakang berdirinya bank ini adalah banyaknya sektor industri besar atau kecil yang berada di wilayah Kudus. Selain itu, tidak lepas juga dari keadaan masyarakat yang mayoritas beragama Islam dan sangat kental dengan nilai-nilai keislamannya. Sehingga, dengan adanya bank syariah ini sangat membantu masyarakat untuk tidak khawatir dalam menggunakan jasa perbankan.

Adapun visi dan misi yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia yaitu sebagai berikut.

Visi: “Top 10 Global Islamic Bank”

Misi:

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

B. Analisis Hasil Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas layanan dan penanganan pengaduan nasabah terhadap citra Bank BSI KC Kudus A Yani 1. Dalam penelitian ini, subjek yang diteliti adalah nasabah Bank BSI KC Kudus A Yani 1. Adapun jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 150 responden. Pada penelitian ini sebelumnya sudah di uji dan selanjutkan dilakukan uji kembali dengan mengeliminasi outlier. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria: 1) Nasabah terdaftar dan aktif di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1, 2) Nasabah pengguna BSI Mobile, dan 3) Minimal 3 kali transaksi di BSI Mobile dan Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. Dalam memudahkan mengidentifikasi responden penelitian ini maka penulis menyajikan hasil penelitian dalam bentuk tabel berdasarkan beberapa karaktersitik responden yaitu sebagai berikut.

1. Jenis Kelamin

   Karakteristik ini digunakan untuk mengetahui mayoritas dan minoritas jenis kelamin responden.

   Tabel 4. 1 Deskriptif Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	59	39%
Perempuan	91	61%
Total	150	100%

   Sumber: Data primer diolah, 2024

   Berdasarkan diagram di atas, banyaknya responden pada penelitian ini yang berjenis kelamin perempuan sebesar 61% sedangkan laki-laki sebesar 39%. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

2. Usia

   Karakteristik responden berdasarkan usia pada penelitian ini terbagi dalam beberapa rentang usia mulai dari usia < 20 tahun sampai dengan usia > 60 tahun.

Tabel 4. 2 Deskriptif Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
< 20 tahun	21	14%
20 – 30 tahun	52	35%
31 – 40 tahun	39	26%
41 – 50 tahun	30	20%
51 – 60 tahun	7	5%
> 60 tahun	1	1%
Total	150	100%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Dari diagram di atas, pada penelitian ini karakteristik berdasarkan usia responden didominasi oleh responden yang memiliki usia 20-30 tahun sebesar 35%. Sedangkan responden lainnya berusia 31-40 tahun sebesar 26%, 41-50 tahun sebesar 20%, < 20 tahun sebesar 14%, 51-60 tahun sebesar 5%, dan > 60 tahun sebesar 1%.

3. Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dibagi menjadi 4 kategori yang disajikan dalam diagram di bawah ini.

Tabel 4. 3 Deskriptif Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMP	5	3%
SMA	57	38%
Diploma (D1/D2/D3/D4)	2	1%
Sarjana (S1/S2/S3)	86	57%
Total	150	100%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan diagram di atas, pada penelitian ini responden didominasi oleh lulusan Sarjana (S1/S2/S3) sebesar 57%. Lulusan SMA sebesar 38%, SMP sebesar 3%, dan Diploma (D1/D2/D3/D4) sebesar 1%.

4. Pekerjaan

   Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan terbagi dalam beberapa kategori yang disajikan dalam diagram berikut ini.

Tabel 4. 4 Deskriptif Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
PNS	12	8%
Pegawai BUMN	7	5%
Karyawan Swasta	46	31%
Wirausaha	22	15%
Ibu Rumah Tangga	7	5%
Pelajar/Mahasiswa	40	27%
Lainnya	16	11%
Total	150	100%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Dari diagram di atas, karakteristik responden didominasi oleh karyawan swasta sebesar 31% dan pelajar/mahasiswa sebesar 27%, jumlah responden keduanya hampir setara. Adapun responden yang lain diantaranya wirausaha sebesar 15%, lainnya sebesar 11%, PNS sebesar 8%, pegawai BUMN dan ibu rumah tangga sebesar 5%.

5. Penghasilan

   Karakteristik responden berdasarkan penghasilannya terbagi dalam beberapa kategori yang disajikan dalam diagram berikut ini.

Tabel 4. 5 Deskriptif Penghasilan

Penghasilan	Frekuensi	Persentase
Kurang dari 1.000.000	32	21%
1.000.000 – 2.500.000	38	25%
2.500.000 – 5.000.000	38	25%
5.000.000 – 7.500.000	22	15%
7.500.000 – 10.000.000	14	9%
Lebih dari 10.000.000	6	4%

Total	150	100%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan diagram di atas, pada penelitian ini responden memiliki penghasilan yang beragam sesuai dengan pekerjaannya. Dalam penelitian ini responden yang memiliki penghasilan kurang dari 1.000.000 sebesar 21%, 1.000.000 – 2.500.000 dan 2.500.000 – 5.000.000 sebesar 25%, 5.000.000 – 7.500.000 sebesar 15%, 7.500.000 – 10.000.000 sebesar 9%, dan lebih dari 10.000.000 sebesar 4%.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* versi 26 *for windows*. Jumlah sampel yang digunakan dalam uji validitas ini yaitu 30 sampel sehingga diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4. 6 Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Layanan Fisik	X1.1	0,888	0,361	Valid
	X1.2	0,758	0,361	Valid
	X1.3	0,895	0,361	Valid
	X1.4	0,860	0,361	Valid
	X1.5	0,806	0,361	Valid
	X1.6	0,523	0,361	Valid
	X1.7	0,503	0,361	Valid
	X1.8	0,642	0,361	Valid
	X1.9	0,639	0,361	Valid
	X1.10	0,609	0,361	Valid
	X2.1	0,761	0,361	Valid
	X2.2	0,847	0,361	Valid
	X2.3	0,862	0,361	Valid

Variabel	Item	R hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Layanan Non Fisik	X2.4	0,880	0,361	Valid
	X2.5	0,860	0,361	Valid
	X2.6	0,817	0,361	Valid
	X2.7	0,947	0,361	Valid
	X2.8	0,725	0,361	Valid
	X2.9	0,825	0,361	Valid
	X2.10	0,653	0,361	Valid
	X2.11	0,859	0,361	Valid
	X2.12	0,857	0,361	Valid
	X2.13	0,626	0,361	Valid
	X2.14	0,713	0,361	Valid
Penanganan Pengaduan Nasabah	X3.1	0,435	0,361	Valid
	X3.2	0,774	0,361	Valid
	X3.3	0,892	0,361	Valid
	X3.4	0,944	0,361	Valid
	X3.5	0,771	0,361	Valid
	X3.6	0,590	0,361	Valid
	X3.7	0,903	0,361	Valid
	X3.8	0,909	0,361	Valid
	X3.9	0,934	0,361	Valid
	X3.10	0,934	0,361	Valid
Citra	Y1	0,727	0,361	Valid
	Y2	0,829	0,361	Valid
	Y3	0,834	0,361	Valid
	Y4	0,908	0,361	Valid
	Y5	0,848	0,361	Valid
	Y6	0,625	0,361	Valid
	Y7	0,834	0,361	Valid
	Y8	0,775	0,361	Valid

Variabel	Item	R hitung	R Tabel	Keterangan
	Y9	0,867	0,361	Valid
	Y10	0,801	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS versi 26 *for windows* diperoleh hasil bahwa sebanyak 44 pernyataan pada penelitian ini dinyatakan valid. Hasil tersebut dapat diperhatikan pada tabel diatas bahwa nilai r hitung lebih besar dibandingkan nilai r tabel (r hitung > r tabel). Hasil perhitungan dari seluruh pernyataan pada penelitian ini memiliki nilai r hitung berkisar antara 0,435 – 0,947. Sedangkan nilai r tabel untuk jumlah sampel sebanyak 30 sampel yaitu 0,361. Sehingga hasil diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pernyataan valid karena nilai r hitung lebih besar dibandingkan nilai r tabel (r hitung > r tabel). Oleh karena itu, seluruh instrumen pernyataan ini dapat digunakan sebagai model untuk penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden terhadap pernyataan-pernyatan yang tersedia dalam kuesioner. Uji reliabilitas diukur dengan memperhatikan nilai *cronbach'h alpha*. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach'h alpha* > 0,6. Sebaliknya, apabila nilai *cronbach'h alpha* < 0,6 maka pernyataan tersebut tidak reliabel. Berikut ini hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* versi 26 *for windows*.

Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach'h Alpha*	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Layanan Fisik	0,895	0,6	Reliabel
Kualitas Layanan Non	0,954	0,6	Reliabel

Fisik			
Penanganan Pengaduan Nasabah	0,930	0,6	Reliabel
Citra	0,934	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabitias diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai reliabilitas seluruh variabel baik variabel bebas maupun variabel terikat yaitu kualitas layanan fisik, kualitas layanan non fisk, penanganan pengaduan nasabah, dan citra dinyatakan reliabel. Hal ini dikarenakan nilai cronbach'h alpha bernilai lebih dari 0,6. Oleh karena itu, seluruh instrumen pernyataan pada setiap variabel yaitu kualitas layanan fisik, kualitas layanan non fisik, penanganan pengaduan nasabah, dan citra dapat digunakan karena dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang telah didapatkan telah terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dan uji Jarque Berra.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters	Normal	0,0000000
	Std. Deviation	2,44245959
Most Extreme Differences	Absolute	0,064
	Positive	0,062
	Negative	-0,064
Test Statistic		0,064
Asymp.Sig.(2-tailed)		0,200

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil olah data dengan uji Kolmogorov-Smirnov di atas memiliki nilai Asymp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,200. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dan asumsi kenormalan telah terpenuhi karena nilai tersebut > 0,05.

Perhitungan nilai Jarque Berra dilakukan dengan melakukan perhitungan yang dimana dalam rumusnya terdapat nilai *statistic skewness* dan nilai *statistic kurtosis* yang dapat dilihat pada hasil olah data berikut ini.

Tabel 4. 9 Hasil Olah Data Nilai Skewness dan Kurtosis

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	150	0,004	0,198	1,567	0,394

Sumber: Data primer diolah, 2024

Adapun pengujian melalui perhitungan nilai Jarque Berra tersebut dilakukan dengan rumus sebagai berikut.

$$JB = n\left[\frac{S^2}{6} + \frac{(K-3)^2}{24}\right]$$

$$JB = 150\left[\frac{0{,}004^2}{6} + \frac{(1{,}567-3)^2}{24}\right]$$

$$JB = 150\left[\frac{0{,}000016}{6} + \frac{(-1{,}433)^2}{24}\right]$$

$$JB = 150\left[\frac{0{,}000016}{6} + \frac{2{,}053}{24}\right]$$

$$JB = 150\,[0{,}00000267 + 0{,}08554167]$$

$$JB = 150\,x\,0{,}08554434$$

$$JB = 12{,}831$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan uji Jarque Berra di atas maka dihasilkan nilai JB sebesar 12,831. Dengan demikian nilai JB tersebut lebih besar dari 0,05 (12,831 > 0,05) maka residual terdistribusi normal dan asumsi kenormalannya terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen (kualitas layanan fisik, kualitas layanan non fisik, dan penanganan pengaduan nasabah). Untuk mengetahui hal tersebut dilakukan dengan cara melihat nilai VIF pada tabel berikut ini

Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	Collinearity Statistic	
	B	Std. Error		Tolerance	VIF
(Constant)	5,172	1,998			
Kualitas Layanan Fisik	0,193	0,057	0,198	0,495	2,019
Kualitas Layanan Non Fisik	0,164	0,045	0,225	0,446	2,244
Penanganan Pengaduan Nasabah	0,471	0,056	0,538	0,403	2,481

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil olah data di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai VIF < 10. Nilai VIF variabel kualitas layanan fisik (X_1) 2,019, variabel kualitas layanan non fisik (X_2) 2,244, dan variabel penanganan pengaduan nasabah (X_3) 2,481. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai VIF < 10, maka nilai tersebut menunjukkan bahwa dalam uji ini tidak terjadi multikolinearitas atau tidak ada korelasi antar variabel independen.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara residual. Dalam penelitian peneliti menggunakan uji Durbin Watson dan uji Lagrange Multiplier dengan melihat nilai probabilitas Chi-Square.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	0,869	0,755	0,750	2,46743	2,088

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil olah data di atas dengan menggunakan uji Durbin Watson menunjukkan bahwa nilai DW adalah 2,088. Untuk menentukan uji ini dilakukan dengan menotasikan nilai dU < DW < (4 - dU). Oleh karena itu dilakukan perhitungan dengan rumus sebagai berikut.

= 4 – dU

= 4 – 1,7741

= 2,2259

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa nilai dU sebesar 1,7741 sedangkan nilai (4-dU) sebesar 2,2259. Oleh karena itu hasil perhitungan dalam uji ini menghasilkan nilai 1,7741 < 2,088 < 2,2259. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi antar residual.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Autokorelasi Lagrange Multiplier

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,023	2,016		-0,012	0,991
Kualitas Layanan Fisik	0,000	0,057	0,001	0,007	0,995
Kualitas Layanan Non	0,003	0,045	0,009	0,071	0,994

Fisik					
Penanganan Pengaduan Nasabah	-0,004	0,057	-0,009	-0,071	0,943

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil olah data di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi uji Lagrange Multiplier masing-masing variabel X1 sebesar 0,995, X2 sebesar 0,944, dan X3 sebesar 0,943. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi karena nilai signifikansinya > 0,05.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke residual yang lain. Dalam uji ini dilakukan melalui uji white.

Tabel 4. 13 Hasil R Square (Uji Heteroskedastisitas)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,148	0,022	0,002	11,07317

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil olah data di atas untuk uji white diperoleh nilai R Square sebesar 0,022. Untuk menghasilkan nilai uji white maka dilakukan melalui perhitungan chi-square hitung dan chi-square tabel. Berikut ini perhitungan uji white.

Chi-Square Hitung

= n x R Square

= 150 x 0,022

= 3,3

Chi-Square Tabel

Df = k – 1

Df = 3 – 1

Df = 2

Tingkat signifikansi 5% (0,05) maka diperoleh Chi-Square tabel sebesar 5,991.

Dari hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa nilai Chi-Square hitung < Chi-Square tabel (3,3 < 5,991). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis Penelitian

a. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua variabel atau lebih variabel independen (kualitas layanan fisik, kualitas layanan non fisik, dan penanganan pengaduan nasabah) dengan variabel dependen (citra). Berikut ini disajikan hasil perhitungan regresi linear berganda.

Tabel 4. 14 Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandarized Coefficient		Standarized Coefficient Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	5,172	1,998		2,589	0,011
Kualitas Layanan Fisik	0,193	0,057	0,198	3,409	0,001
Kualitas Layanan Non Fisik	0,164	0,045	0,225	3,676	0,000
Penanganan Pengaduan	0,471	0,056	0,538	8,350	0,000

Nasabah					

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil olah data di atas maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

$Y = 5{,}172 + 0{,}193\ X_1 + 0{,}164\ X_2 + 0{,}471\ X_3 + e$

Keterangan:

Y : citra

a : nilai konstanta

X_1 : kualitas layanan fisik

X_2 : kualitas layanan non fisik

X_3 : penanganan pengaduan nasabah

b_1, b_2, b_3 : koefisien regresi masing-masing variabel

e : kualitas error

Berdasarkan hasil persamaan regresi di atas dapat dejelaskan sebagai berikut.

1. Nilai konstanta tersebut sebesar 5,172 menunjukkan bahwa terjadi kenaikan pada variabel kualitas layanan fisik (X_1), kualitas layanan non fisik (X_2), dan penanganan pengaduan nasabah (X_3) maka nilai variabel citra meningkat sebesar 5,172.
2. Nilai koefisien regresi kualitas layanan fisik (X_1) adalah 0,193. Dapat diartikan bahwa variabel kualitas layanan fisik (X_1) meningkat 1% dengan kenaikan sebesar 0,193.
3. Nilai koefisien regresi kualitas layanan non fisik (X_2) adalah 0,164. Dapat diartikan bahwa variabel kualitas layanan non fisik (X_2) meningkat 1% dengan kenaikan sebesar 0,164.
4. Nilai koefisien regresi penanganan pengaduan nasabah (X_3) adalah 0,471. Dapat diartikan bahwa variabel penanganan pengaduan nasabah (X_3) meningkat 1% dengan kenaikan sebesar 0,471.

5. Kualitas error adalah nilai-nilai variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui siginifikansi antar variabel independen (kualitas layanan fisik, kualitas layanan non fisik, dan penanganan pengaduan nasabah) terhadap variabel dependen (citra). Hasil uji ini diperoleh dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}. Suatu variabel dapat dikatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel yang lain apabila nilai signifikansinya < 0,05. Penentuan tersebut juga dapat dilakukan dengan kriteria sebagai berikut.

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandarized Coefficient		Standarized Coefficient Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	5,172	1,998		2,589	0,011
Kualitas Layanan Fisik	0,193	0,057	0,198	3,409	0,001
Kualitas Layanan Non Fisik	0,164	0,045	0,225	3,676	0,000
Penanganan Pengaduan Nasabah	0,471	0,056	0,538	8,350	0,000

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil olah data di atas maka dapat dilakukan pengujian hipotesis terhadap masing-masing variabel independen sebagai berikut.

1. Variabel kualitas layanan fisik (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra (Y). Hasil analisis diperoleh t_{hitung} sebesar 3,409 dengan t_{tabel} 1,655, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sedangkan nilai signifikansinya 0,001 < 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti kualitas layanan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.
2. Variabel kualitas layanan non fisik (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra (Y). Hasil analisis diperoleh t_{hitung} sebesar 3,676 dengan t_{tabel} 1,655, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sedangkan nilai signifikansinya 0,000 < 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti kualitas layanan non fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.
3. Variabel penanganan pengaduan nasabah (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra (Y). Hasil analisis diperoleh t_{hitung} sebesar 8,350 dengan t_{tabel} 1,655, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sedangkan nilai signifikansinya 0,000 < 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti penanganan pengaduan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.

c. Uji Simultan (Uji f)

Uji simultan digunakan untuk mnegetahui apakah seluruh variabel independen (kualitas layanan fisik, kualitas layanan non fisik, dan penanganan pengaduan nasabah) memiliki pengaruh yang sama terhadap variabel dependen (citra). Dalam menentukan uji ini

dilakukan dengan membandingkan antara nilai Fhitung dengan nilai Ftabel.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Simultan (Uji f)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regressiom	2743,958	3	914,653	150,234	0,000
Residual	888,876	146	6,088		
Total	3632,833	149			

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil olah data di atas dapat dilihat bahwa nilai f hitung sebesar 150,234. Sedangkan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda ini layak untuk digunakan dan seluruh variabel independen yaitu kualitas layanan fisik, kualitas layanan non fisik, serta penanganan pengaduan nasabah berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu citra.

d. Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Semakin tinggi nilai R Square menunjukkan bahwa semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi (R Square)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,869	0,755	0,750	2,46743

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,750 (75%). Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa dalam penelitian ini kemampuan

variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen yaitu sebesar 75%, sedangkan 25% sisanya dijelaskan oleh selain variabel independen dalam penelitian ini. Nilai 25% didapatkan dari (1 – 0,75) atau dapat artikan nilai konstanta dikurangi dengan nilai Adjusted R Square. Nilai Adjusted R Square diatas menunjukkan bahwa nilai mendekati angka satu sehingga dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen semakin kuat.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Layanan Fisik terhadap Citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1

Berdasarkan hasil pengujian variabel kualitas layanan fisik (X_1) menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 3,409 > 1,655. Sedangkan nilai signifikansinya yaitu 0,001 < 0,05. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel kualitas layanan fisik (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. Hal ini telah dibuktikan dengan membandingkan nilai t dengan kurva. Pada variabel ini nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan terletak di area kanan t_{tabel} dan area positif. Sehingga menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh positif. Oleh karena itu hipotesis pertama diterima.

Citra suatu perusahaan terbentuk karena adanya kualitas layanan diberikan secara optimal. Semakin optimal perusahaan dalam memberikan pelayanan akan meningkatkan persepsi yang baik terhadap perusahaan tersebut. Hubungan nasabah dengan perusahaan akan semakin erat apabila perusahaan mampu memberikan pelayanan yang optimal. Semakin erat hubungan keduanya maka perusahaan akan memahami harapan dan kebutuhan nasabah sehingga akan terbentuk citra baik perusahaan yang ada dibenak nasabah. Hal tersebut sesuai dengan apa yang terjadi di lapangan bahwa nasabah merasakan kepuasan terhadap layanan yang ada dan sudah diberikan oleh pihak Bank Syariah Indonesia

KC Kudus A Yani 1. Sehingga nasabah mampu memberikan citra terbaik terhadap bank tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Salim Attiany et al. (2021) dengan judul "*The Impact of Quality Banking Service in Improving the Perceived Mental Image of Jordanian Islamic Bank*". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dampak kualitas yang signifikan secara statistik layanan perbankan dalam meningkatkan citra mental Bank Syariah Yordania.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Non Fisik terhadap Citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1

Hasil analisis variabel kualitas layanan non fisik (X_2) menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 3,676 > 1,655. Sedangkan nilai signifikansinya yaitu 0,000 < 0,05. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel kualitas layanan non fisik (X_2) berpengaruh signifikan terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. Hal ini telah dibuktikan dengan membandingkan nilai t dengan kurva. Pada variabel ini nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan terletak di area kanan t_{tabel} dan area positif. Sehingga menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh positif. Oleh karena itu hipotesis kedua diterima.

E-service quality adalah kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap nasabah melalui jaringan elektronik. Pada Bank Syariah Indonesia terdapat aplikasi *BSI Mobile* yang dimana digunakan untuk transaksi yang ada pada konter layanan perbankan. Oleh karena itu dengan adanya aplikasi tersebut memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi menjadi lebih efektif dan efisien. Semakin baik perusahaan dalam memberikan *e-service quality* maka semakin baik pula persepsi nasabah terhadap perusahaan sehingga memberikan citra baik perusahaan. Hal ini dapat diketahui bahwa dalam penelitian yang sudah dilakukan ditemukan bahwa nasabah sudah merasa puas dengan aplikasi yang ada karena dalam aplikasi tersebut sudah memberikan

layanan yang memudahkan nasabah dalam melakukan segala transaksinya dengan disertai informasi dalam penggunaan aplikasi tersebut.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Pradana et al. (2023) dengan judul "Pengaruh *E-service quality* dan *E-Trust* terhadap Kepuasan Nasabah melalui Citra Perusahaan pada Pengguna Layanan BSI-Mobile banking di Kabupaten Jember". Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap citra perusahaan. *E-service quality* dan *e-trust* berpengaruh siginifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta citra perusahaan dapat menjadi mediator pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Penanganan Pengaduan Nasabah terhadap Citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1

Hasil analisis variabel penanganan pengaduan nasabah (X_3) menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 8,350 > 1,655. Sedangkan nilai signifikansinya yaitu 0,000 < 0,05. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa variabel penanganan pengaduan nasabah (X_3) berpengaruh signifikan terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. Hal ini telah dibuktikan dengan membandingkan nilai t dengan kurva. Pada variabel ini nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan terletak di area kanan t_{tabel} dan area positif. Sehingga menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh positif. Oleh karena itu hipotesis ketiga diterima.

Penanganan pengaduan nasabah merupakan suatu bentuk pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengatasi keluhan yang diberikan oleh nasabah. Suatu perusahaan yang melakukan penanganan pengaduan dengan baik akan menciptakan kenyamana dalam hubungannya dengan transaksi nasabah. Dalam penelitian ini terbukti bahwa perusahaan mampu menanggapi komplain yang diberikan oleh nasabah secara baik dan sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah. Sehingga nasabah mampu memberikan kesan terbaik bagi perusahaan. Oleh karena itu timbullah citra baik pada perusahaan.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anandita et al. (2023) dengan judul "*The Influence E-service quality and Complain Handling BSI Mobile on Customer Satisfaction*". Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun simultan kualitas layanan e-service dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BSI Asia Afrika cabang Bandung.

Pelayanan adalah suatu hal yang sangat penting dalam perbankan, karena usaha perbankan memiliki peran sangat erat dengan nasabah. Tanpa adanya nasabah maka usaha bank tidak akan berjalan baik sehingga hubungan keduanya harus dijaga dengan baik. Dalam Islam, Allah SWT mengajarkan bahwa dalam melakukan suatu perjalanan hidup harus dilakukan dengan totalitas. Hal tersebut dapat diterapkan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah bahwa karyawan selain memberikan pelayanan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan bank syariah juga harus memberikan kemampuan yang terbaik dengan sepenuh hati. Nilai tambah bagi perusahaan akan tercipta apabila karyawan melakukan seluruh kemampuannya secara totalitas (Wathani & Kurniasih, 2015). Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT QS. Al-Ahzab ayat 21:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِيْ رَسُوْلِ اللّٰهِ اُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللّٰهَ وَالْيَوْمَ الْاٰخِرَ وَذَكَرَ اللّٰهَ كَثِيْرًا

Artinya: "Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah." (QS. Al-Ahzab:21)

Dari ayat diatas dan hasil penelitian yang sudah dilakukan dapat diketahui bahwa pada dasarnya setiap kegiatan yang dilakukan dalam perbankan syariah harus mencontoh akhlak Rasulullah SAW dalam setiap perbuatan. Akhlak baik tidak hanya ditunjukkan ketika melayani nasabah tetapi akhlah baik merupakan bagian yang melekat pada diri karyawan. Rasulullah SAW mengajarkan bentuk pelayanan yang dapat diimplementasikan kepada karyawan bank syariah dalam memberikan pelayanan. Bentuk pelayanan yang diberikan tidak hanya

menciptakan pelanggan yang loyal tetapi juga membuat nasabah percaya sehingga memberikan nilai positif terhadap bank. Kepercayaan nasabah terbentuk karena Rasulullah SAW memberikan nilai tambah dan pengalaman belanja dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Kedua hal tersebut dilakukan dengan menerapkan kejujuran, keikhlasan, profesionalisme, silaturrahmi, dan bermurah hati. Kelima hal tersebut yang menjadi inti daro marketing dan pelayanan uang diberikan oleh Rasulullah SAW kepada pelanggannya (Ikhram, 2017).

Penanganan komplain merupakan suatu sistem untuk memonitor sikap dan kepuasan para pelanggan, penyalur, dan partisipan lain dalam sistem pemasaran sehingga pihak perusahaan dapat mengambil langkah yang lebih cepat untuk menyelesaikan masalah. Unsur yang paling penting adalah nasabah, sehingga inti dari penanganan komplain adalah mempertahankan nasabah yang ada (customer retention). Penanganan pengaduan nasabar didasarkan dalam beberapa karakteristik antara lain, komitmen, adil, jelas, kecepatan, mudah, konfidensial, catatan, memperbaiki, dan sumber daya. Penanganan pengaduan dilakukan untuk menciptakan kemaslahatan (Ikhram, 2017). Hal ini sejalan dengan pendapat Jalal al- Din Abd al- Rahman:

المصلحة وردت فى لغة العرب االعمال الباعثة على نفع االنسان

Artinya: "Kemaslahatan merupakan segala sesuatu yang mengandung manfaat." (Jalal al-Din Abd al-Rahman)

Kemaslahatan bersifat menyeluruh dan dapat dirasakan oleh semua orang. Pada perekonomian, maslahah cenderung berhubungan dengan keuntungan dan tidak ada yang dirugikan. Dalam perbankan syariah, penanganan pengaduan mempunyai prosedur dan alternatif penyelesaian yang memiliki tujuan menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Penanganan pengaduan nasabah merupakan upaya perbankan dalam mempertahankan nasabah (Kurniawan, 2020).

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan bahwa dalam melakukan pelayanan juga harus memperhatikan konsep dasar pelayanan yang ada dalam Al-Qur'an. Untuk menjalin hubungan yang erat dengan nasabah dapat dilakukan melalui konsep dasar pelayanan antara lain keikhlasan, kesesuaian pelayanan

dengan syariat, dan berusaha memberikan pelayanan terbaik. Oleh karena itu, apabila perbankan telah memberikan pelayanan yang sesuai dengan ketentuannya dan prinsip syariah maka akan memperkuat citra perusahaan sebagai entitas yang memiliki prinsip kegiatannya sesuai dengan nilai-nilai Islam (Ikhram, 2017). Pengelolaan penanganan pengaduan nasabah dilakukan untuk menjaga reputasi perbankan di mata publik. Sektor jasa keuangan perbankan berada di bawah pengawasan dan pembinaan OJK berdasarkan undang-undang yang berlaku. Oleh karena itu, bank harus mematuhi peraturan yang ada agar sistem operasional mereka teratur, adil, transparan, dan akuntabel. Dengan demikian, perbankan syariah dapat mewujudkan tujuan ekonomi Islam, yakni memberikan kemaslahatan yang dirasakan oleh nasabah. Nasabah akan mudah menerima perbankan yang mengutamakan aspek syariah dalam seluruh transaksi maupun kegiatan dalam perbankan (Kurniawan, 2020).

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis yang sudah dilakukan oleh penulis maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas layanan fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansinya sebesar 3,409.
2. Kualitas layanan non fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansinya sebesar 3,676.
3. Penanganan pengaduan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansinya sebesar 8,350.

Variabel independen (kualitas layanan fisik, kualitas layanan non fisik, dan penanganan pengaduan nasabah) secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap variabel dependen (citra) Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan ini maka penulis memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut.

1. Bagi peneliti selanjutnya apabila ingin melakukan penelitian yang serupa perlu menambahkan variabel lainnya, seperti *Customer Relations Management* (CRM), *Good Corporate Governance* (GCG), dan sebagainya.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah jumlah responden yang lebih menyebar rata di tiap bagian pada perbankan, seperti mikro, konsumer, gadai dan cicil emas, serta *priority*.

3. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan kriteria responden terkait ketersediaan nasabah yang bersedia dan tidak bersedia untuk menjawab pernyataam penelitian yang ada pada google formulir.

DAFTAR PUSTAKA

Abdu, R. (2018). *Pengaruh Digital Marketing terhadap Corporate Image pada PT AHM di Kota Bandung Tahun 2017*.

Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, *14*(1).

Anandita, B. S., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2023). The Influence E-Service Quality and Complain Handling BSI Mobile on Customer Satisfaction. *Journal of Accounting and Finance Management*, *3*(6). https://doi.org/10.38035/jafm.v3i6

Andrayani, K. F., & Solekah, N. A. (2021). Determinasi Kepuasan Nasabah Elektronic Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (Pendekatan E Service Quality). *The 2nd Widyagama National Conference on Economics and Business (WNCEB 2021)*. https://infobanknews.com

Arifiyanto, R. (2022). *Complain Handling Service Procedure Customer*. https://internationalpublisher.id/journal/index.php/Nejesh

Asnaniyah, S. (2022). *Pengaruh E-Service Quality, E-Trust dan E-Satisfaction terhadap E-Loyality Konsumen Muslim*.

Azizah A, N., & Hidayat, M. R. (2022). Analisis E-Serqual terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty pada Aplikasi BSI Mobile. *Dialektika: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, *7*(1), 63–72. https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i1.1160

Bank Syariah Indonesia. (2022). *Laporan Tahunan 2022*. PT Bank Syariah Indonesia Tbk.

Batin, M. H. (2019). Pengaruh Citra Bank, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Nasabah, Penanganan Keluhan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Kantor Capem Syariah UIN Raden Fatah

Palembang. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, *3*(1). www.rmolsumsel.com,

Cavalera, N. D., & Soliha, E. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Bank, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpeda Bank Jateng Cabang Utama Semarang*.

Citra, M. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Perangkat Desa dan Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Sei Suka Deras. *Journal on Education*, *06*(01).

Dewi, A. R. (2021, March 31). *Pentingnya Standar Pelayanan Publik*.

Ellyanawati, N. (2018). *Peningkatan Kompetensi Frontliners dalam Memberikan Layanan Prima: Studi Kasus pada BPRS MCI Yogyakarta*.

Hafizha, Z., & Tambunan, K. (2022). *Strategi Costumer Service dalam Manajemen Komplain Automatic Teller Machine (ATM) pada Bank Syariah Indonesia KCP Perbaungan*.

Handayani, T., Hamdani, M., & Pantawis, S. (2019). Analisis Pengaruh Timeliness, Apology, Redress, Facilitation, Credibility, dan Attentiveness terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus BPJS Kesehatan di Kabupaten Batang). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *11*(2).

Hidayah, N., Andriyati, S., Rismayani, V., & Victoria, V. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kemudahan Transaksi, dan Fitur Produk terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan BSI Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi Syariah Al-Iqtishod*, *4*(2).

Ikatan Bankir Indonesia. (2013). *Memahami Bisnis Bank*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Ikatan Bankir Indonesia. (2014a). *Memahami Bisnis Bank Syariah* (1st ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.

Ikatan Bankir Indonesia. (2014b). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. PT Gramedia Pustaka Utama.

Ikhram, J. Z. (2017). *Manajemen Komplain Nasabah Berdasarkan Konsep Ekonomi Islam di Bank Syariah Mandiri KCP Sleman Yogyakarta*.

Ismulyaty, S., Nurmaini, & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna Internet Banking terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo). In *Jendral Sudirman No. 50 Kaliwungu* (Vol. 35142).

Khasanah, R. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Nilai dan Handling Complain terhadap Customer Retention melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *El Mudhorib Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *2*(1). http://e-journal.iainfmpapua.ac.id/index.php/elmudhorib

Kurniawan, D. (2020). Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah. *Tawazun : Journal of Sharia Economic Law*, *3*(1), 63. https://doi.org/10.21043/tawazun.v3i1.7835

Kusumastuti, A., Khoiron, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV Budi Utama.

Mas'ud, R. (2021). *Strategi Membangun Citra Perbankan Syariah*.

Nasution, S. L. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Pelayanan, dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Master Cash dan Kredit Kota Padang. *JurnalEcobisma*, *6*(1).

Natalia, V., & Erdiansyah, R. (2020). *Pengaruh Rebranding dan Kualitas Layanan terhadap Brand Image GOJEK*.

Nurjanah, R., & Mulazid, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *9*(1), 40. https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.40-53

Nurushofia, G., Salsabila, P., Yusuf, M. F., Saraswati, H., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile Banking. *Maisyatuna*, *4*(3).

Oktapiani, A. A., & Anggraini, T. (2022). Pengaruh Relationship Marketing, Comporate Image, dan Syariah Compliance terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening pada PT BSI KCP Gunung Tua. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *8*(03), 3423–3433. https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6803

Oktaviana, B., & Prena, G. Das. (2020). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility, Service Quality (Kualitas Pelayanan), Loyalitas Nasabah terhadap Corporate Image (Citra Perusahaan) pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Denpasar. In *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis* (Vol. 5, Issue 1). http://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi

Panjaitan, I. R., Tri, I. F. R., & Hasibuan, N. F. A. (2023). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty Nasabah Pengguna BSI Mobile dengan E-Satisfaction sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pengguna BSI Mobile di Kota Medan). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, *2*(11).

Pradana, N., Wulandari, D., Awwaliyah, I. N., Subagio, N. A., & Fauziyyah, S. (2023). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap Kepuasan Nasabah melalui Citra Perusahaan pada Pengguna Layanan BSI-Mobile Banking di Kabupaten Jember. In *VALUE: Journal of Business Studies* (Vol. 2).

Pramesti, G. (2017). *Statistika Penelitian dengan SPSS 24*. PT Elex Media Komputindo.

Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abadi*, *5*(2).

Purba, K., Bekti, H., Sintaningrum, & Irawati, I. (2020). Kualitas Pelayanan Administrasi Kependudukan pada UPT Disdukcapil Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, *11*(1).

Putri, A. N., & Hanifa, F. H. (2023). *Pengukuran E-Service Quality Aplikasi BSI Mobile Banking dengan Menggunakan Metode IPA Tahun 2022*.

Putri, A. N. S., Fataron, Z. A., & Fuadi, N. F. Z. (2023). Analysis of the Quality of Electronic Service Es-Qual and E-Recs-Qual Models in the BSI Mobile Application to the Level of Customer Loyalty at BSI Bank. *Al-Arbah: Journal of Islamic Finance and Banking*, *5*(1), 33–54. https://doi.org/10.21580/al-arbah.2023.5.1.17969

Putri, A., Nasution, A. W., & Seri, E. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Perceived Credibility terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking Dimasa Covid-19*. https://www.banksumut.co.id

Putri, D. F., Bambang, & Lenap, I. P. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan pada Bank Syariah Indonesia Cabang Mataram)*.

Qorib, A. L. Z. F., Hakim, I., & Millatina, A. N. (2023). *Kualitas Pelayanan, Citra Bank, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Dinoyo Malang* (Vol. 2, Issue 2). https://ejournal.umm.ac.id/index.php/ijiedi/issue/view/1343

Rakhmawati. (2020). *Modul Praktikum Ekonometrika*. CV. Istana Agency.

Rangkuti, A. A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan pada Bank Syariah Indonesia Medan. *Akmami*, *3*(3).

Salim Attiany, M., Abu Husain, A.-H. M., & Awwad Al-kharabsheh, S. (2021). The Impact of Quality Banking Services in Improving the Perceived Mental Image of Jordanian Islamic Bank. *Multicultural Education*, *7*(4). https://doi.org/10.5281/zenodo.4721355

Santoso, M. T., Tang, D. H., & Aprilia, A. (2022). Pengaruh Service Recovery terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Bintang 4 dan 5 di Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, *8*(2), 59–68. https://doi.org/10.9744/jmhot.8.2.59-68

Saputra, M. G., Intan, H., & Miskiyah, N. (2021). Pengaruh Kulitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Arief Palembang. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis*, *2*(1), 2723–6056. https://doi.org/10.5281/zenodo.7546198

Saputro, A. W., & Oetomo, H. (2023). Pengaruh E-Service Quality terhadap E-loyalty dengan Brand Image dan E-Satisfcation sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, *11*(2), 203–212. https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1750

Saraswati, H., Sudrajat, B., Hidayat, W., Herin, T. M., Rahma, D., & Ari, A. (2023). Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Pelayanan Bank Syariah Indonesia (BSI). *Muqaddimah: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, *1*(3). https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v1i3.365

Sari, I. P., Giriati, G., Listiana, E., Rustam, M., & Saputra, P. (2023). The Impact of Complaint Handling and Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Customers of Pontianak Branch of Bank Kalbar Syariah. *East African Scholars Journal of Economics, Business and Management*, *6*(1), 17–28. https://doi.org/10.36349/easjebm.2023.v06i01.003

Sari, S., Syamsuddin, & Syahrul. (2021). Analisis Brand Awareness dan Pengaruhnya terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, *1*(1). www.wartakita.id

Setiaji, A., & Astuti, Y. (2023). Analisis Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dengan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus BSI KCP Sutoyo Kota Tegal). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *8*(3). https://doi.org/10.30651/jms.v8i3.20584

Shared, H. A. (2019). The Relationship between E-Service Quality and E-Customer Satisfaction: an Empirical Study in Egyptian Banks. *International Journal of Business and Management*, *14*(5), 171. https://doi.org/10.5539/ijbm.v14n5p171

Sofiati (Efi), N. A., Sudaryo, Y., Astuty, T. T., & Sukandi, A. (2022). Pengaruh Implementasi Digital Marketing terhadap Citra Perbankan dengan Kepuasan Nasabag sebagai Variabel Intervening (Suatu Survey pada PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk). *Sosiohumaniora*, *24*(1), 98. https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v24i1.23594

Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. CV Budi Utama.

Wathani, M. Z., & Kurniasih, A. (2015). Concept of Islamic Banking Service Excellence by the Qur'an. In *Jurnal Nisbah* (Vol. 1).

LAMPIRAN

A. Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan saya Alifia Rahmadhanty, mahasiswi tingkat akhir jurusan Ekonomi Islam, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang **"Pengaruh Standar Layanan dan Penanganan Pengaduan Nasabah terhadap Citra Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1"** untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam. Sehubung dengan hal tersebut, dengan segala kerendahan hati saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini sebagai data yang akan dipergunakan dalam penelitian. Adapun kriteria responden penelitian yaitu sebagai berikut.

1. Nasabah terdaftar dan aktif di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1
2. Nasabah pengguna BSI Mobile
3. Minimal 3 kali transaksi di BSI Mobile dan Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1

Sebagai informasi bagi saudara/i, kuesioner ini terdiri dari 5 bagian dan estimasi waktu pengisian kuesioner berkisar 5-10 menit. Dalam penelitian ini informasi yang saudara/i berikan sangat membantu kelancaran dalam memenuhi tugas akhir penelitian saya. Seluruh data yang diisikan akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian saja. Atas partisipasi dan kesediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat saya,

Alifia Rahmadhanty

(20423109)

IDENTITAS RESPONDEN

Section 1

Untuk kelengkapan data penelitian, saya mohon saudara/i untuk mengisi data dibawah ini dengan memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan diri saudara/I dengan memberi tanda centang (√).

Nama :

Jenis Kelamin : □ Laki-laki □ Perempuan

Usia : □ ≤ 20 tahun
□ 20 – 30 tahun
□ 31 – 40 tahun
□ 41 – 50 tahun
□ 51 – 60 tahun
□ ≥ 60 tahun

Pendidikan Terakhir : □ SD
□ SMP
□ SMA
□ Diploma (D1/D2/D3/D4)
□ Sarjana (S1/S2/S3)

Pekerjaan : □ PNS
□ Pegawai BUMN
□ Karyawan Swasta
□ Wirausaha
□ Ibu Rumah Tangga
□ Pelajar/Mahasiswa
□ Lainnya

Penghasilan : □ Kurang dari Rp. 1.000.000
□ Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000
□ Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000
□ Rp. 5.000.000 – Rp. 7.500.000
□ Rp. 7.500.000 – Rp. 10.000.000
□ Lebih dari Rp. 10.000.000

PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap kolom alternatif jawaban yang sesuai dengan pemahaman saudara/i dengan memberikan tanda centang (√) dam memperhatikan skala pengukuran sebagai berikut.

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Section 2

2. Standar Layanan Fisik

No.	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
1.	Kebersihan di BSI KC Kudus A Yani 1 sangat terjaga dengan baik.					
2.	Peralatan kantor dan fasilitas di BSI KC Kudus A Yani 1 tersedia lengkap dan tertata rapi.					
3.	Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 mampu memberikan informasi kepada nasabah secara jelas.					
4.	Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 memiliki wawasan pengetahuan yang luas.					
5.	Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 cepat tanggap dalam melayani dan menangani keluhan nasabah.					
6.	Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah.					

7.	Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 bersikap profesional dalam melayani nasabah.					
8.	Kemampuan komunikasi yang dimiliki karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 sangat baik.					
9.	Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 bersikap ramah dan santun dalam melayani nasabah.					
10.	Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 memiliki perhatian yang baik dalam melayani setiap layanan.					

Section 3

3. Standar Layanan Non Fisik

No.	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
1.	Fitur layanan BSI Mobile memberikan kemudahan dalam mengakses informasi.					
2.	BSI Mobile memiliki fitur layanan yang beragam.					
3.	Tampilan BSI Mobile yang sangat menarik.					
4.	Fitur layanan BSI Mobile tersedia dengan desain yang menarik.					
5.	Layanan BSI Mobile dapat meningkatkan efektivitas pelayanan kegiatan perbankan.					
6.	BSI Mobile dapat digunakan untuk transaksi berkelanjutan.					
7.	Informasi yang ada di BSI Mobile sesuai dengan kebutuhan saya.					
8.	Informasi yang ada di BSI Mobile sesuai dengan tujuan saya.					

9.	BSI Mobile memberikan keamanan sistem dan informasi pribadi dalam setiap melakukan transaksi.					
10.	BSI Mobile memberikan perlindungan informasi pribadi saat bertransaksi.					
11.	Respon layanan di BSI Mobile sangat cepat.					
12.	Layanan call center BSI mudah untuk dihubungi.					
13.	BSI Mobile menyediakan berbagai fitur layanan seperti layanan operasional di kantor BSI.					
14.	Informasi produk di BSI Mobile sangat terpercaya.					

Section 4

4. Penanganan Pengaduan Nasabah

No.	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
1.	Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 senantiasa mendengarkan setiap keluhan yang disampaikan nasabah.					
2.	Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 memberikan waktu untuk menyampaikan keluhan.					
3.	Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 senantiasi cepat dan tepat dalam mengatasi keluhan dari nasabah.					
4.	Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 merespon dengan cepat terhadap masalah yang sedang dialami nasabah.					

5.	Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 menyampaikan permintaan maaf setiap mengatasi keluhan nasabah.					
6.	Saya menerima permintaan maaf dari pihak BSI KC Kudus A Yani 1.					
7.	Pihak BSI KC Kudus A Yani 1 memberikan kepercayaan terkait data dan privasi nasabah.					
8.	Pihak BSI KC Kudus A Yani 1 memberikan estimasi waktu penyelesaian keluhan secara tepat.					
9.	Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 senantiasi memperhatikan dan memahami keluhan dari nasabah.					
10.	Pihak BSI KC Kudus A Yani 1 selalu menanggapi setiap keluhan nasabah.					

Section 5

5. Citra

No.	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
1.	Pihak BSI KC Kudus A Yani 1 memiliki kinerja keamanan transaksi yang baik.					
2.	Pihak BSI KC Kudus A Yani 1 memberikan kepercayaan tinggi kepada nasabah.					
3.	Saya mengenal BSI KC Kudus A Yani 1 sebagai bank syariah yang menawarkan produk secara nyata.					
4.	Saya mengenal BSI KC Kudus A Yani 1 sebagai bank dengan pelayanan ramah.					
5.	BSI KC Kudus A Yani 1 selalu memberikan					

	pelayanan terbaik.					
6.	BSI KC Kudus A Yani 1 menyediakan brosur terkait penawaran produknya.					
7.	BSI KC Kudus A Yani 1 menawarkan berbagai macam program.					
8.	Fitur layanan BSI Mobile lengkap dan berfungsi dengan baik.					
9.	Sikap manajemen BSI KC Kudus A Yani 1 yang peduli terhadap nasabah.					
10.	Karyawan BSI KC Kudus A Yani 1 cepat tanggap dalam menanggapi perminataan atau keluhan nasabah.					

B. Data Hasil Kuesioner

1. Standar Layanan Fisik (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	47
1	1	2	1	2	5	5	5	5	5	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	4	4	5	4	5	4	4	3	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	5	4	5	5	5	4	4	5	44
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	47
4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	35
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	3	3	5	5	5	5	45
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44

4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	2	5	5	5	4	5	46
2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	47
2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	28
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	3	4	3	2	2	3	4	3	32
5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	46
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	4	5	3	4	5	4	4	43
4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	47
4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	44
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	47
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	43
4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	43
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
3	1	5	3	3	5	5	5	5	5	40
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	36
5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	44
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	45
4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	41
5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	42
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	37
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	43
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	45
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	46
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	44
4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	46
4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	36
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

2. Standar Layanan Non Fisik (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	67
1	1	1	3	4	4	3	5	3	5	2	4	5	5	46
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	55
4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	66
5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	62
3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	2	3	4	42
4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	51
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	66
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	66
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	67
3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	59
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	56
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	62
4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	67
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	64
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	66
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	55
5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	67
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	49
4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	64
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	68
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	64
4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	63

2	5	3	3	5	5	4	4	5	5	3	3	4	5	56
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	68
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	60
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	62
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	63
4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	3	4	4	58
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	5	3	3	54
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	68
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	69
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	55
4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	47
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	58
4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	67
4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	5	5	59
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	64
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	56
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	63
4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	66
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	56
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	66

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	68
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	62
3	4	3	3	2	3	2	3	4	4	4	3	4	3	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	68
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	66
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	62
4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	3	4	5	5	58
5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	63
4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	66
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	59
4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	62
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	57
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	56
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	69
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	60
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	67
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	54
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	50
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	67
5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	64
5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	63
5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	59
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	55
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	67
2	2	3	4	4	4	4	2	4	4	2	3	4	3	45
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	55
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	60

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	58
5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	67
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	1	4	5	60
4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	3	4	5	56
5	5	3	3	3	4	4	3	4	5	4	3	3	4	53
4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	59
4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	57
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
4	4	4	3	4	4	5	4	2	3	2	3	5	4	51
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68
5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	62
5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	62
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	65
5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	3	5	4	60
4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	3	3	58
3	5	3	3	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	53
5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	61
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	54
4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	50
5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	2	3	5	4	60
5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	62

4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	54
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	67
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	62
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	67
5	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	57
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	59
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	4	3	3	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	57
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	52
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	61
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	64
4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	61
5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	54
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	64
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	60
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	59
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	67

3. Penanganan Pengaduan Nasabah (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
5	3	4	4	5	3	4	3	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	34
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	33
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	29
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	46

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	36
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
5	5	4	5	5	4	3	3	4	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	35

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	3	4	3	5	4	3	3	37
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	34
4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	41
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	5	3	3	3	3	3	4	4	35
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
4	4	4	3	4	3	5	4	4	5	40
4	5	4	4	3	3	5	3	4	4	39
4	4	3	3	3	3	5	4	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	39
3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	47
4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	43
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47

4. Citra (Y)

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	4	3	3	3	5	4	4	40

3	5	5	5	5	3	4	4	5	5	44
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	5	5	5	5	5	3	4	4	43
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	5	5	5	4	5	3	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	4	3	3	3	4	3	39

5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	46
3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	46
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	39
5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41

4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	2	5	5	5	3	3	43
5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	42
4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	44
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	44
3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	43
4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	46
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	46
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	34
5	5	4	4	4	3	3	5	4	4	41
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	47
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	43
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	46
4	4	3	4	3	3	3	5	3	3	35
4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	43
4	4	5	4	3	5	4	4	5	5	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	4	5	5	3	5	4	45
5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	4	4	4	5	5	4	4	3	3	41
5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	44
5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	43

5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	44
4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	44
3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	36
5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	44
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	46
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	37
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	46
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43

C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Kualitas Layanan Fisik (X1)

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1

X1.1	Pearson Correlation	1	.806**	.892**	.885**	.701**	.251	.258	.294	.430*	.372*	.888**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.181	.169	.115	.018	.043	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.806**	1	.735**	.817**	.592**	.085	-.094	.288	.256	.221	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.655	.621	.123	.173	.241	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.892**	.735**	1	.872**	.788**	.306	.286	.375*	.424*	.366*	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.100	.125	.041	.020	.047	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.885**	.817**	.872**	1	.774**	.093	.207	.316	.374*	.242	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.623	.273	.089	.042	.197	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.701**	.592**	.788**	.774**	1	.399*	.424*	.338	.286	.247	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.029	.019	.068	.125	.188	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.251	.085	.306	.093	.399*	1	.641**	.592**	.489**	.716**	.523**
	Sig. (2-tailed)	.181	.655	.100	.623	.029		.000	.001	.006	.000	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.258	-.094	.286	.207	.424*	.641**	1	.582**	.641**	.553**	.503**
	Sig. (2-tailed)	.169	.621	.125	.273	.019	.000		.001	.000	.002	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

X1.8	Pearson Correlation	.294	.288	.375*	.316	.338	.592**	.582**	1	.757**	.795**	.642**
	Sig. (2-tailed)	.115	.123	.041	.089	.068	.001	.001		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.430*	.256	.424*	.374*	.286	.489**	.641**	.757**	1	.569**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.018	.173	.020	.042	.125	.006	.000	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	.372*	.221	.366*	.242	.247	.716**	.553**	.795**	.569**	1	.609**
	Sig. (2-tailed)	.043	.241	.047	.197	.188	.000	.002	.000	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.888**	.758**	.895**	.860**	.806**	.523**	.503**	.642**	.639**	.609**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.005	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	10

2. Kualitas Layanan Non Fisik

Correlations

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2

X2.1	Pearson Correlation	1	.896**	.845**	.667**	.653**	.485**	.681**	.276	.678**	.202	.691**	.418*	.318	.263	.761**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.007	.000	.139	.000	.284	.000	.021	.087	.160	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.896**	1	.886**	.689**	.628**	.640**	.791**	.315	.784**	.370*	.853**	.584**	.345	.353	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.090	.000	.044	.000	.001	.062	.055	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.845**	.886**	1	.825**	.664**	.575**	.789**	.515**	.707**	.290	.818**	.631**	.333	.401*	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.004	.000	.120	.000	.000	.073	.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.667**	.689**	.825**	1	.779**	.664**	.805**	.684**	.737**	.500**	.749**	.767**	.385*	.538**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.036	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.653**	.628**	.664**	.779**	1	.707**	.794**	.720**	.784**	.598**	.552**	.700**	.563**	.709**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.485**	.640**	.575**	.664**	.707**	1	.726**	.573**	.693**	.881**	.659**	.738**	.506**	.610**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.001	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

X2.7	Pearson Correlation	.681**	.791**	.789**	.805**	.794**	.726**	1	.722**	.805**	.586**	.817**	.805**	.587**	.774**	.947**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.276	.315	.515**	.684**	.720**	.573**	.722**	1	.435*	.603**	.494**	.755**	.601**	.800**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.139	.090	.004	.000	.000	.001	.000		.016	.000	.006	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.678**	.784**	.707**	.737**	.784**	.693**	.805**	.435*	1	.538**	.731**	.573**	.280	.541**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.016		.002	.000	.001	.133	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	.202	.370*	.290	.500**	.598**	.881**	.586**	.603**	.538**	1	.464**	.708**	.499**	.671**	.653**
	Sig. (2-tailed)	.284	.044	.120	.005	.000	.000	.001	.000	.002		.010	.000	.005	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.11	Pearson Correlation	.691**	.853**	.818**	.749**	.552**	.659**	.817**	.494**	.731**	.464**	1	.692**	.461*	.429*	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.006	.000	.010		.000	.010	.018	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.12	Pearson Correlation	.418*	.584**	.631**	.767**	.700**	.738**	.805**	.755**	.573**	.708**	.692**	1	.717**	.730**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.021	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

X2.13	Pearson Correlation	.318	.345	.333	.385*	.563**	.506**	.587**	.601**	.280	.499**	.461*	.717**	1	.702**	.626**
	Sig. (2-tailed)	.087	.062	.073	.036	.001	.004	.001	.000	.133	.005	.010	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.14	Pearson Correlation	.263	.353	.401*	.538**	.709**	.610**	.774**	.800**	.541**	.671**	.429*	.730**	.702**	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.160	.055	.028	.002	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.018	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.761**	.847**	.862**	.880**	.860**	.817**	.947**	.725**	.825**	.653**	.859**	.857**	.626**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.954	14

3. Penanganan Pengaduan Nasabah

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.255	.230	.231	.333	.031	.524**	.162	.220	.265	.435*
	Sig. (2-tailed)		.173	.221	.219	.072	.870	.003	.393	.242	.158	.016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

X3.2	Pearson Correlation	.255	1	.719**	.630**	.478**	.525**	.622**	.730**	.654**	.674**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.173		.000	.000	.008	.003	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.230	.719**	1	.915**	.686**	.388*	.762**	.823**	.871**	.866**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.221	.000		.000	.000	.034	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.231	.630**	.915**	1	.770**	.482**	.854**	.906**	.957**	.955**	.944**
	Sig. (2-tailed)	.219	.000	.000		.000	.007	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.333	.478**	.686**	.770**	1	.345	.565**	.586**	.702**	.726**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.072	.008	.000	.000		.062	.001	.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	.031	.525**	.388*	.482**	.345	1	.447*	.573**	.492**	.523**	.590**
	Sig. (2-tailed)	.870	.003	.034	.007	.062		.013	.001	.006	.003	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.7	Pearson Correlation	.524**	.622**	.762**	.854**	.565**	.447*	1	.854**	.871**	.806**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.001	.013		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.8	Pearson Correlation	.162	.730**	.823**	.906**	.586**	.573**	.854**	1	.957**	.863**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.393	.000	.000	.000	.001	.001	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.9	Pearson Correlation	.220	.654**	.871**	.957**	.702**	.492**	.871**	.957**	1	.912**	.934**
	Sig. (2-tailed)	.242	.000	.000	.000	.000	.006	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.10	Pearson Correlation	.265	.674**	.866**	.955**	.726**	.523**	.806**	.863**	.912**	1	.934**
	Sig. (2-tailed)	.158	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000		.000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.435*	.774**	.892**	.944**	.771**	.590**	.903**	.909**	.934**	.934**	1
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	10

4. Citra

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.710**	.359	.469**	.366*	.428*	.459*	.906**	.643**	.464**	.727**
	Sig. (2-tailed)		.000	.051	.009	.047	.018	.011	.000	.000	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.710**	1	.718**	.748**	.589**	.280	.492**	.784**	.812**	.609**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.133	.006	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.359	.718**	1	.836**	.750**	.423*	.777**	.506**	.625**	.758**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.051	.000		.000	.000	.020	.000	.004	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.469**	.748**	.836**	1	.927**	.545**	.836**	.517**	.757**	.716**	.908**

	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000		.000	.002	.000	.003	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.366*	.589**	.750**	.927**	1	.506**	.852**	.404*	.732**	.732**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.047	.001	.000	.000		.004	.000	.027	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.428*	.280	.423*	.545**	.506**	1	.699**	.290	.482**	.263	.625**
	Sig. (2-tailed)	.018	.133	.020	.002	.004		.000	.120	.007	.160	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	.459*	.492**	.777**	.836**	.852**	.699**	1	.396*	.625**	.559**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.011	.006	.000	.000	.000	.000		.030	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	.906**	.784**	.506**	.517**	.404*	.290	.396*	1	.709**	.709**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.003	.027	.120	.030		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.9	Pearson Correlation	.643**	.812**	.625**	.757**	.732**	.482**	.625**	.709**	1	.643**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.10	Pearson Correlation	.464**	.609**	.758**	.716**	.732**	.263	.559**	.709**	.643**	1	.801**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000	.000	.160	.001	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.727**	.829**	.834**	.908**	.848**	.625**	.834**	.775**	.867**	.801**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	10

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.44245959
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.062
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Descriptive Statistics

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	150	.004	.198	1.567	.394
Valid N (listwise)	150				

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.172	1.998		2.589	.011		
	Kualitas Layanan Fisik	.193	.057	.198	3.409	.001	.495	2.019
	Kualitas Layanan Non Fisik	.164	.045	.225	3.676	.000	.446	2.244
	Penanganan Pengaduan Nasabah	.471	.056	.538	8.350	.000	.403	2.481

a. Dependent Variable: Citra

3. Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.869[a]	.755	.750	2.46743	2.088

a. Predictors: (Constant), Penanganan Pengaduan Nasabah, Kualitas Layanan Fisik, Kualitas Layanan Non Fisik

b. Dependent Variable: Citra

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.023	2.016		-.012	.991
	Kualitas Layanan Fisik	.000	.057	.001	.007	.995
	Kualitas Layanan Non Fisik	.003	.045	.009	.071	.944
	Penanganan Pengaduan Nasabah	-.004	.057	-.009	-.071	.943
	RES_2	-.061	.085	-.060	-.715	.476

4. Uji Heteroskedastisitas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.148[a]	.022	.002	11.07317

a. Predictors: (Constant), Penanganan Pengaduan Nasabah, Kualitas Layanan Fisik, Kualitas Layanan Non Fisik

E. Hasil Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.172	1.998		2.589	.011		
	Kualitas Layanan Fisik	.193	.057	.198	3.409	.001	.495	2.019
	Kualitas Layanan Non Fisik	.164	.045	.225	3.676	.000	.446	2.244
	Penanganan Pengaduan Nasabah	.471	.056	.538	8.350	.000	.403	2.481

a. Dependent Variable: Citra

2. Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstnadardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.172	1.998		2.589	.011
	Kualitas Layanan Fisik	.193	.057	.198	3.409	.001
	Kualitas Layanan Non Fisik	.164	.045	.225	3.676	.000
	Penanganan Pengaduan Nasabah	.471	.056	.538	8.350	.000

3. Uji Simultan (Uji f)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2743.958	3	914.653	150.234	.000[b]
	Residual	888.876	146	6.088		
	Total	3632.833	149			

a. Dependent Variable: Citra

b. Predictors: (Constant), Penanganan Pengaduan Nasabah, Kualitas Layanan Fisik, Kualitas Layanan Non Fisik

4. Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.869[a]	.755	.750	2.46743	2.088

a. Predictors: (Constant), Penanganan Pengaduan Nasabah, Kualitas Layanan Fisik, Kualitas Layanan Non Fisik

b. Dependent Variable: Citra

RIWAYAT HIDUP PENYUSUN

Penulis bernama Alifia Rahmadhanty, dengan nama panggilan Alifia. Lahir di Kabupaten Semarang pada tanggal 22 November 2001 sebagai anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Subiyoto dan Asyiatul Roikah. Penulis bertempat tinggal di Kabupaten Semarang, Jawa Tengah.

Penulis telah menempuh pendidikan mulai dari TK Kartika III-23, kemudian melanjutkan jenjang sekolah di SDN Banyubiru 01, SMPN 1 Banyubiru, serta SMA Islam Sudirman Ambarawa. Lulus dari jenjang tersebut, penulis melanjutkan pendidikan Sarjana tahun 2020 di Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Selama perkuliahan, penulis mengikuti kegiatan Koperasi Mahasiswa UII dan Pesona Taaruf 2022. Selain itu, penulis mengikuti kegiatan magang sebagai mata kuliah wajib Praktik Kerja Lapangan di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1.