

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS  
LAYANAN BSI BELOPA (STUDI KASUS MASYARAKAT  
KELURAHAN DAN MASYARAKAT PEDESAAN DI  
KECAMATAN BELOPA KABUPATEN LUWU)**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**IAIN PALOPO**

**Oleh**

**MUSFIRA**  
16 0402 0209

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2022**

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS  
LAYANAN BSI BELOPA (STUDI KASUS MASYARAKAT  
KELURAHAN DAN MASYARAKAT PEDESAAN DI  
KECAMATAN BELOPA KABUPATEN LUWU)**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**IAIN PALOPO**

**Oleh**

**MUSFIRA**  
16 0402 0209

**Pembimbing:**

- 1. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.**
- 2. Abd. Kadir Arno, S.E.Sy., M.Si**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2022**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Musfira  
NIM : 16 0402 0209  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 6 April 2022

Yang membuat pernyataan,



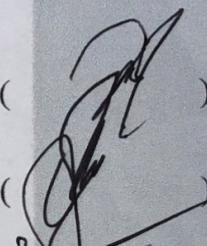
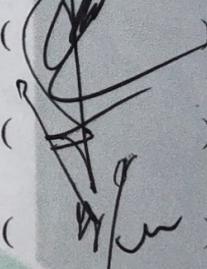
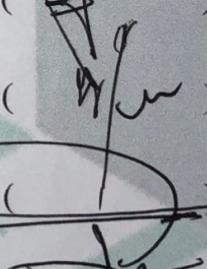
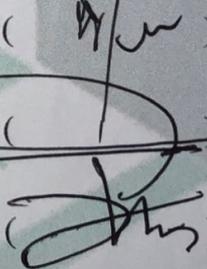
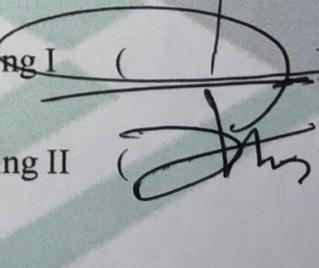
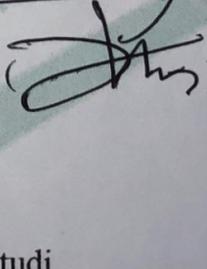
**Musfira**  
16 0402 0209

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Persepsi Masyarakat terhadap Kualitas Layanan BSI Belopa (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan dan Masyarakat Pedesaan di Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu) yang ditulis oleh Musfira Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1604020209, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 12 Mei 2022 Miladiyah bertepatan dengan 11 Syawal 1443 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 13 Juni 2022

### TIM PENGUJI

- |   |                   |   |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H                  | Ketua Sidang      | (  )  |
| 2. Hendra Safri, S.E., M.M.               | Sekretaris Sidang | (  ) |
| 3. Ilham, S.Ag., M.A.                     | Penguji I         | (  ) |
| 4. Ishak, S.E.I., M.El.                   | Penguji II        | (  ) |
| 5. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. | Pembimbing I      | (  ) |
| 6. Abd. Kadir Arno, S.E.Sy., M.Si.        | Pembimbing II     | (  ) |

### Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah



Dr. Takdir, S.H., M.H  
NIP. 19907242003121002



Hendra Safri, S.E., M.M.  
NIP. 198610202015031001

## PRAKATA

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ.  
أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Persepsi Masyarakat terhadap Kualitas Layanan BSI Belopa (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan dan Masyarakat Pedesaan di Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu)” setelah melalui proses yang panjang.

Selawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta ayahanda Rahman Rauf dan ibunda Andi Esse yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya.
2. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. H. Muammar Arafat, S.H, M.H. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. selaku Wakil Dekan

Bidang Akademik, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

4. Hendra Safri, SE., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah beserta para dosen, dan asisten dosen Perbankan Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan.
5. Dosen Pembimbing I Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A dan Dosen Pembimbing II Abd. Kadir Arno, S.E.Sy., M.Si, Dosen Penguji I Ilham, S.Ag., M.A dan Dosen Penguji II Ishak, S.E.I., M.E.I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen Penasehat Akademik, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan arahan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepala Perpustakaan dan segenap karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah memberikan peluang untuk penulis dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Kepada masyarakat Belopa yang telah memberi izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
10. Kepada saudara-saudariku dan seluruh keluarga yang selama ini membantu dan mendoakan. Mudah-mudahan Allah swt. mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.
11. Kepada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016 (khususnya kelas D) yang selama bersedia membantu serta memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.

Palopo, 06 April 2022

Penulis

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	Ṣ	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	Ẓal	Ẓ	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	Ḍaḍ	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

## 2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *haulā*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...   ا... ي	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِي	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُو	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

رَامَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

### 4. Tā' marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*  
 الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*  
 نَجَّيْنَا : *najjainā*  
 الْحَقُّ : *al-haqq*  
 نُعِيمٌ : *nu'ima*  
 عُدُوٌّ : *'aduwwun*

Jika huruf ى ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* ( ِ ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)  
 عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)  
 الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)  
 الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*  
 الْبِلَادُ : *al-bilādu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: ta'murūna
النَّوْعُ	: al-nau'
شَيْءٌ	: syai'un
أُمِرْتُ	: umirtu

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī*  
*Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah*

## 9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ	: dīnullāh
بِاللَّهِ	: billāh

adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

#### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān*

*Nasīr al-Dīn al-Tūsī*

*Nasr Hāmid Abū Zayd*

*Al-Tūfī*

*Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd, Naṣr Ḥāmid Abū)

## B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subhānahū wa ta'ālā</i>
saw.	= <i>sallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
as	= <i>'alaihi al-salām</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS. al-Baqarah/2: 4 atau QS. Āli 'Imrān/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR AYAT</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR/BAGAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	<b>xx</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>7</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	7
B. Landasan Teori .....	10
C. Kerangka Pikir .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
A. Jenis Penelitian .....	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	35
C. Definisi Operasional Variabel.....	36
D. Populasi dan Sampel.....	37
E. Teknik Pengumpulan Data .....	40
F. Instrumen Penelitian .....	40
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	41
H. Teknik Analisis Data .....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>45</b>
A. Hasil Penelitian .....	45
B. Pembahasan .....	56
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>64</b>
A. Simpulan .....	64

B. Saran ..... 65

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 Q.S. Taha/20: 44 .....	2
Kutipan Ayat 1 Q.S. Ali ‘Imran/3: 159 .....	30

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Kelurahan di Kecamatan Belopa Tahun 2019.....	38
Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Desa di Kecamatan Belopa Tahun 2019 .....	38
Tabel 3.3 Alternatif Jawaban .....	41
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.1 Luas Daerah Menurut Desa/Kelurahan di Kec. Belopa Tahun 2019...	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia .....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir.....	34
--------------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 Surat Izin Penelitian

## DAFTAR ISTILAH

x	: Kali
<	: Kurang dari
>	: Lebih dari
=	: Sama dengan
+	: Tambah
%	: Persen

## ABSTRAK

**Musfira, 2022.** *“Persepsi Masyarakat terhadap Kualitas Layanan BSI Belopa (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan dan Masyarakat Pedesaan di Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu)”*. Dibimbing oleh Muh. Ruslan Abdullah dan Abd. Kadir Arno.

Skripsi ini membahas tentang Persepsi Masyarakat terhadap Kualitas Layanan BSI Belopa (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan dan Masyarakat Pedesaan di Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu). Penelitian ini bertujuan: untuk mengetahui tingkat persepsi masyarakat perkotaan dan masyarakat pedesaan di Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu terhadap kualitas layanan BSI Belopa. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasinya yakni seluruh masyarakat di Kecamatan Belopa. Sampel penelitian ini sebanyak 196 responden yang terdiri dari 98 masyarakat kelurahan dan 98 masyarakat pedesaan yang diambil dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui pembagian angket/kuesioner kepada responden. Selanjutnya, teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis distribusi frekuensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat kelurahan terhadap kualitas layanan BSI Belopa sangat baik dengan persentase 81,00%. Hal ini diukur dengan 6 indikator diantaranya: aspek kepatuhan diperoleh sebesar 87,30% dengan kategori sangat baik, aspek jaminan diperoleh 81,27% dengan kategori sangat baik, aspek keandalan sebesar 81,22% dengan kategori sangat baik, aspek bukti fisik 80,87% dengan kategori baik, aspek empati sebesar 75,10% dengan kategori baik dan terakhir aspek daya sebesar 81,53% dengan kategori sangat baik. Kemudian persepsi masyarakat pedesaan terhadap kualitas layanan BSI Belopa berada dalam kategori baik dengan persentase 79,95% yang diukur melalui 6 indikator: kepatuhan diperoleh 79,08% dengan kategori baik, jaminan 81,76% dengan kategori sangat baik, aspek keandalan diperoleh sebesar 80,98% dengan kategori baik, bukti fisik diperoleh 80,87% dengan kategori baik, empati persentase 76% dengan kategori baik, dan untuk daya tanggap diperoleh 81,27% dengan kategori sangat baik.

**Kata Kunci:** Persepsi, Kualitas Layanan

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **A. Latar Belakang**

Perbankan saat ini sebagai salah satu lembaga keuangan telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dan memegang peran penting bagi perekonomian suatu negara, karena hampir setiap sektor yang berkaitan dengan keuangan pasti membutuhkan jasa perbankan. Pergantian zaman yang cepat menyebabkan kehidupan masyarakat dari yang tidak mengenal jasa perbankan sampai senantiasa harus menggunakan jasa perbankan yang menyebabkan masyarakat harus bisa menggunakan jasa bank.

Meskipun Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk mayoritas muslim. Namun, hal ini belum cukup membuat bank syariah menjadi bank yang besar di Indonesia. Masih banyak masyarakat yang lebih memilih menggunakan jasa bank konvensional dibandingkan jasa bank syariah. Untuk kemajuan bank maka perlu mencermati permintaan masyarakat terhadap suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan salah satunya dengan meningkatkan kualitas layanan.<sup>1</sup>

Setiap bank akan berlomba-lomba memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya. Pelayanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah bermacam-macam cara dan bentuk, dimana semua pelayanan tersebut

---

<sup>1</sup> Tri Astuti dan Indah Mustikawati, "Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah," *Jurnal Nominal* 2, No. I (2018): 185. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/1655>.

mementingkan kepuasan nasabah, salah satu inti dari pelayanan adalah keramahan dan kesopanan. Hal ini di tegaskan dalam Q.S Taha/20:44.

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لِّنَا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Terjemahnya: “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut”.(Q.S Taha/20:44)<sup>2</sup>

Kualitas layanan tidak hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja, tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani karena masyarakat yang menikmati pelayanan dapat mengukur kualitas layanan berdasarkan harapan mereka. Untuk mengukur kualitas layanan suatu bank maka indikator yang sering digunakan menurut Parasuraman meliputi: bentuk fisik (*tangible*), kehandalan (*reability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).<sup>3</sup> Kemudian dikembangkan oleh Othman dan Owen dengan menambahkan dimensi *compliance* yang biasa dikenal dengan *compliance with Islamic law* (kepatuhan terhadap hukum Islam).<sup>4</sup> Penambahan dimensi ini dikarenakan perbankan syariah memiliki keunikan tersendiri dalam melayani nasabah.

Tinggi rendahnya penilaian kualitas pelayanan dari suatu badan usaha dipengaruhi oleh persepsi masyarakat pada kualitas layanan tersebut. Dimana

---

2 Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Halim Publikasi & Distributing, 2014), 314.

3 M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 220-221.

4 Othman dan Owen dalam Orin Verawati Ramadani, Abdul Rahman Kadir, dan Abdullah Sanusi, “Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada BMT Barokatul Ummah di Kabupaten Merauke,” *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship (HJABE)* 2, No. 3 (Juli, 2019): 66. <http://feb.unhas.ac.id/jurnal/index.php/hjabe/article>.

persepsi masyarakat pada kualitas layanan yang diberikan baik, masyarakat akan berpersepsi positif, demikian juga sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk, masyarakat akan berpersepsi negatif.<sup>5</sup>

Rachmad menyatakan persepsi adalah sesuatu yang dinamis karena prinsipnya nasabah akan berpikir rasional dan mendasarkan persepsinya kepada pengalaman.<sup>6</sup> Persepsi masyarakat diperoleh dari hasil yang didapatkan setelah selesai memakai layanan yang telah diberikan, jika pelayanan yang dilakukan baik maka masyarakat akan semakin puas, dan semakin modern layanan yang diberikan maka masyarakat akan semakin tertarik terhadap produk yang diberikan karena memberikan kenyamanan pada konsumennya.

Persepsi masyarakat terhadap implementasi keuangan syariah dalam operasional perbankan berbasis syariah di Indonesia, Prasetyo menyatakan bahwa meningkatnya perbankan atau lembaga keuangan syariah di Indonesia tidak diikuti dengan bertambahnya jumlah nasabah terbukti kurang 1% umat Islam yang menjadi nasabah perbankan syariah.<sup>7</sup> Fenomena yang ada disebabkan banyaknya praktik perbankan syariah yang tidak sesuai dengan syariah, sehingga

---

5 Ikfi Akmalia, "Analisis Kepuasan Nasabah atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang," *Jurnal Manajemen Bisnis* 2, No. 1 (April, 2018): 69. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jmb/article/view/1485>.

6 Rachmad dalam Lailatul Iffah, M. Faisal Abdullah dan Yulis Nurul Aini, "Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang," *Jurnal Ekonomi Syariah* 3, No.1 (Agustus, 2018): 81. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/JES/article/download/5836/5400>.

7 Prasetyo dalam Lailatul Iffah, M. Faisal Abdullah dan Yulis Nurul Aini, "Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang," *Jurnal Ekonomi Syariah* 3, No.1 (Agustus, 2018): 81. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/JES/article/download/5836/5400>.

menimbulkan persepsi yang menyatakan bahwa antara perbankan syariah dan perbankan konvensional itu sama saja.

Sejalan dengan penelitian Bank Indonesia menyatakan bahwa nasabah yang menggunakan jasa bank syariah, sebagian memiliki kecenderungan untuk berhenti menjadi nasabah antara lain karena keraguan atas prinsip penerapan syariah.<sup>8</sup> Oleh karena itu apabila pihak bank syariah mampu menonjolkan ciri khasnya dan mampu menjelaskan sistem-sistem pelayanannya sesuai syariah Islam yang merupakan pembeda dengan bank konvensional maka akan menimbulkan persepsi yang positif di masyarakat. Selain itu hal lainnya yang juga mempengaruhi persepsi masyarakat yakni dari segi keramahan, kesopanan, kenyamanan tempat menunggu dan masih banyak lagi.

Berdasarkan persepsi bapak Firdaus sesuai hasil wawancara dalam skripsi Indriani Setiawati yang menyatakan bahwa bapak Firdaus kecewa dan tidak lagi menggunakan jasa Bank Syariah. Bapak Firdaus berkata bahwa “kualitas pelayanan di bank syariah kurang baik yaitu mulai dari Satpam dan Teller yang kurang ramah”.<sup>9</sup>

Penelitian ini akan dilakukan pada masyarakat di Kecamatan Belopa, Kabupaten Luwu yaitu pada masyarakat kelurahan dan masyarakat desa, karena perkembangan bank syariah di Kecamatan Belopa masih kurang. Hal ini ditandai

---

8 Bank Indonesia dalam Atika Oktaviani dan Lucky Rachmawati, “Persepsi Nasabah tentang Kepatuhan Syariah dan Good Corporate Governance terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya,” *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 2 (2019): 164, <http://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/28565>.

9 Wawancara Firdaus dalam Skripsi Indriani Setiawati, “Persepsi Masyarakat Metro Pusat terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah”, *Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro* (2018), 5.

dengan hanya ada satu BSI di Kecamatan Belopa padahal masyarakat Belopa mayoritas beragama Islam.

Kemudian dari hasil observasi yang dilakukan di BSI Belopa. Persepsi masyarakat berbeda-beda ada yang berpendapat bahwa pelayanan transaksi di bank syariah sudah memuaskan namun ada juga yang berpersepsi bahwa fasilitas yang diberikan bank syariah kurang memuaskan, seperti tempat untuk menunggu yang sempit, tempat parkir yang kurang memadai, serta pembukaan rekening yang begitu lama dibanding dengan bank lainnya.<sup>10</sup>

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah dengan mengangkat judul “Persepsi Masyarakat terhadap Kualitas Layanan BSI (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan dan Masyarakat Desa di Kecamatan Belopa, Kabupaten Luwu)”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana tingkat persepsi masyarakat kelurahan dan masyarakat pedesaan di Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu terhadap kualitas layanan BSI Belopa?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui tingkat persepsi masyarakat kelurahan dan masyarakat pedesaan di Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu terhadap kualitas layanan BSI Belopa.

---

<sup>10</sup> Wawancara Nasaba BSI Belopa.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat khususnya bagi pengembangan pengetahuan dan sebagai referensi yang dapat memberikan informasi kepada pihak bank syariah dan juga kepada pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan ini.

##### 2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dan dapat memberikan masukan bagi pihak yang terkait dalam memberikan layanan yang optimal untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian yang dimaksud adalah untuk mendapatkan tentang posisi penelitian ini dan kaitannya dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh kalangan akademis. Hal ini guna menghindari kesamaan objek penelitian dan untuk menentukan letak perbedaan dengan penelitian yang pernah ada.

1. Achmad Badri Andry Sahrizal dan Imam Buchori dalam jurnal yang berjudul “Persepsi Masyarakat Kelurahan Bulusidokare terhadap Bank Syariah”. Hasil penelitian diperoleh bahwa persepsi masyarakat kelurahan Bulusidokare terhadap bank syariah di antaranya adalah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang bank syariah, sosialisasi dan promosi yang dirasa kurang, anggapan masyarakat bahwa bank syariah sama saja dengan bank konvensional hingga budaya kerja (*payroll*) yang mengharuskan karyawannya menggunakan bank konvensional untuk penerimaan gaji. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat kelurahan Bulusidokare terhadap bank syariah antara lain sosialisasi, persepsi masyarakat itu sendiri, serta sistem pengendalian manajemen.<sup>11</sup> Persamaan penelitian dengan peneliti yaitu meneliti tentang persepsi masyarakat terhadap bank syariah. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, dan jenis penelitian terdahulu

---

<sup>11</sup> Achmad Badri Andry Sahrizal dan Imam Buchori, “Persepsi Masyarakat Kelurahan Bulusidokare Terhadap Bank Syariah,” *Jurnal El-Qist* 7, No. 1 (April, 2019): 1.344. <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/elqist/article/view/98>.

menggunakan penelitian kualitatif sedangkan penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan analisis data frekuensi, selain itu pengumpulan data/informasi dari penelitian terdahulu melalui wawancara sedangkan penulis akan mengumpulkan data melalui pembagian kuesioner.

2. Kasmiah, dkk dalam jurnal berjudul “Persepsi Masyarakat Perkotaan dan Pedesaan terhadap Perbankan Syariah”. Hasil penelitian diperoleh bahwa masyarakat perkotaan mengenai pengetahuannya seputar bank syariah sudah sangat diketahui secara jelas. Karena, masyarakat perkotaan sudah ada yang melakukan setiap transaksinya di bank syariah dan masyarakat perkotaan merasa bahwa bank syariah memang sebenarnya harus lebih ditingkatkan lagi sesuai ajaran yang diberikan oleh Allah swt. Sedangkan masyarakat pedesaan tidak begitu mengetahui bank syariah dari segi pengetahuan umumnya. Masyarakat pedesaan lebih mengetahui bank syariah dari segi pengetahuan agamanya karena pada masyarakat pedesaan akses bank syariah yang jauh dari tempat tinggalnya dan tidak adanya sosialisasi kepada masyarakat pedesaan mengenai bank syariah. Jadi, masyarakat pedesaan menganggap bahwa bedanya bank syariah dan bank konvensional itu beda dari segi nama dan segi sistemnya saja.<sup>12</sup>
- Persamaan penelitian dengan peneliti membahas tentang persepsi masyarakat terhadap perbankan syariah. Perbedaannya yaitu menggunakan

---

<sup>12</sup> Kasmiah, St. Fitri, Fitri Kumalasari, dan Andi Muttaqin Mufti, “Persepsi Masyarakat Perkotaan dan Pedesaan terhadap Perbankan Syariah,” *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah* 2, No. 1 (2019): 36-37. <http://journal.iaialmawar.ac.id/index.php/jebs/article/view/166>.

jenis penelitian kualitatif pada penelitian terdahulu sedangkan penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan analisis data frekuensi. Penelitian terdahulu dilakukan di Kolaka sedangkan penulis akan melakukan penelitian di Kecamatan Belopa.

3. Ariyun Anisah dalam jurnal yang berjudul “Persepsi Tokoh Masyarakat terhadap Perbankan Syariah di Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan”. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa persepsi responden terhadap perbankan syariah di Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan adalah baik dengan persentase skor 72,1%, namun tidak didukung dengan sikap yang baik dari responden di mana persentase skor untuk melihat sikap tersebut hanya berada pada angka 37,9% dengan kategori kurang baik. faktor situasi (lokasi dan kondisi) merupakan faktor dominan yang berpengaruh dalam pembentukan persepsi responde terhadap perbankan syariah. Sementara itu karena keterbatasan pengetahuan dan pemahaman, hanya 40% responden yang bisa mensosialisasikan perbankan syariah kepada masyarakat.<sup>13</sup> Persamaan penelitian dengan peneliti membahas tentang persepsi terhadap perbankan syariah. Adapun perbedaannya yaitu lokasi penelitian terdahulu dilakukan di Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan sedangkan penulis akan meneliti di Kecamatan Belopa.

---

13 Ariyun Anisah, “Persepsi Tokoh Masyarakat terhadap Perbankan Syariah di Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan,” *Ekonomi Syariah: Jurnal of Economic Studies* 1, No. 2 (Januari-Juli, 2019): 22-23. <http://dx.doi.org/10.30983/es.v1i2.435>.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Bank Syariah**

#### a. Definisi bank syariah

Bank syariah, yaitu bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam penyaluran dananya memberikan dan memakai imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil.<sup>14</sup> Bank pada dasarnya merupakan perusahaan atau lembaga perantara keuangan (*financial intermediary*) yaitu antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana. Sebagai lembaga perantara bank harus menyalurkan dana yang dikumpulkan dari masyarakat tersebut kepada pihak-pihak yang membutuhkan dana dalam bentuk pinjaman atau yang lebih dikenal dengan kredit di Bank Konvensional atau pembiayaan di Bank Syariah. Pengalokasian dana dapat pula dilakukan dengan membelikan berbagai asset yang dianggap menguntungkan bank.

Menurut Muhammad, bank syariah adalah sebuah bank yang beroperasi dengan cara tidak mengandalkan kepada bunga. Bank syariah atau bank Islam adalah lembaga keuangan yang operasional sesuai dengan hukum yang ditetapkan dalam Alqur'an dan hadits Nabi SAW, atau dengan kata lain bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang operasionalnya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 50.

<sup>15</sup> Muhammad, *Manajemen Bank syariah*, Cet. II, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), 13.

b. Prinsip-prinsip operasional perbankan syariah

Adapun prinsip operasional yang di anut oleh lembaga keuangan syariah yaitu:<sup>16</sup>

1) Bebas *maysir*

Maysir (spekulasi) secara bahasa maknanya judi secara umum mengundi nasib dan setiap kegiatan yang sifatnya untung-untungan (spekulasi). Dalam sejarah praktik maysir sudah sangat mengakar dalam tradisi masyarakat dan sulit untuk di hilangkan.

2) Bebas *gharar*

Gharar secara bahasa berarti menipu, memperdaya ketida pastian. Gharar adalah suatu yang memperdayakan manusia di dalam bentuk harta, kemegahan, jabatan, syahwat (keinginan) dan lainnya. Gharar berarti menjalankan usaha secara buta tanpa memiliki pengetahuan yang cukup, atau menjalankan suatu transaksi yang resikonya berlebihan tanpa mengetahui dengan pasti apa akibatnya atau memasuki kanca resiko tanpa memikirkan konsekuensinya.

3) Bebas haram

Haram secara bahasa berarti larangan dan penegasan. Larangan bisa timbul karena beberapa kemungkina, yaitu di larang oleh tuhan dan bisa juga karna adanya pertimbangan akal. Dalam aktivitas ekonomi setiap orang di harapkan untuk menghindari semua yang haram, baik haram zatnya maupun haram selain zatnya. Umat islam di harapan hanya memproduksi, mengomsumsi dan

---

<sup>16</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi 2 (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2009), 43.

mendistribusi produk dan jasa yang halal saja, baik dari segi cara memperolehnya, cara mengelolanya maupun dari segi zatnya.

4) Bebas riba

Riba secara bahasa berarti bertambah dan tumbuh. Riba dalam sejarahnya merupakan praktik yang mengakar sangat kuat dalam tradisi masyarakat dan sangat sulit untuk di hilangkan sampai sekarang. Riba adalah penambahan pendapatan secara tidak sah antara lain dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kualitas, kuantitas, dan waktu penyerahan, atau dalam transaksi pinjam meminjam yang mempersyaratkan nasabah penerima mengembalikan dana yang di terima melebihi pokok pinjaman karena berjalannya waktu.

5) Bebas bathil

Batil secara bahasa artinya batal, tidak sah dalam atiktivitas jual beli Allah menegaskan manusia dilarang mengambil harta dengan cara batil. Secara ekonomi, pelarangan batil ini akan semakin mendorong berkurangnya moral hazard dalam berekonomi yang terbukti telah banyak memakan korban dan banya pihak.

c. Prinsip bank syariah

Perbankan syariah dalam menjalankan kegiatan operasionalnya mempunyai prinsip-prinsip yang dianut diantaranya:<sup>17</sup>

1) Asas demokrasi ekonomi

Asas demokrasi ekonomi dalam kegiatan perekonomian nasional mengandung keadilan, pemerataan, kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, mandiri dan keseimbangan kemajuan

---

<sup>17</sup> Muammar Arafat Yusmad, *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 24-37.

serta kesatuan ekonomi nasional. Penerapan asas demokrasi ekonomi ini guna mewujudkan perekonomian nasional yang sesuai dengan nilai-nilai demokrasi ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat dan dilaksanakan sesuai dengan prinsip syariah.

#### 2) Prinsip syariah

Kegiatan usaha yang dijalankan dengan prinsip syariah adalah kegiatan yang tidak mengandung unsur riba, maisir (judi), gharar (ketidakjelasan), zalim (tidak adil) dan haram. Penerapan prinsip syariah ini akan menciptakan keadaan yang adil, sehat melalui sistem bagi hasil dan mengurangi resiko kerugian oleh salah satu pihak.

#### 3) Prinsip kehati-hatian bank

Prinsip kehati-hatian bagi bank syariah pada dasarnya berguna untuk menghindari risiko-risiko yang mengakibatkan kerugian, melindungi data nasabah, melindungi dana nasabah yang tersimpan di bank syariah, melindungi nasabah dari praktik-praktik penipuan. Semakin berkembangnya perbankan syariah maka semakin besar pula risiko kerugian yang dihadapi oleh bank syariah. Apabila bank syariah lalai akan prinsip kehati-hatian ini, maka bank syariah akan mengalami kerugian yang signifikan.

#### 4) Prinsip mengenal nasabah

Prinsip ini diterapkan untuk mengenal dan mengetahui identitas nasabah serta memantau kegiatan transaksi nasabah termasuk melaporkan transaksi mencurigakan yang terjadi di bank syariah kepada Pusat Pelaporan dan Analisis Transaksi Keuangan (PPATK). Bank syariah wajib membuat dan menetapkan

kebijakan penerimaan nasabah, kebijakan dan prosedur identifikasi calon nasabah, pemantauan rekening dan transaksi calon nasabah apabila telah diterima menjadi nasabah bank syariah, kebijakan dan prosedur manajemen risiko yang berkaitan dengan prinsip mengenal nasabah.

#### 5) Prinsip kepercayaan

Kepercayaan adalah modal utama dalam menjalin hubungan usaha demikian pula dalam sector perbankan syariah. Bank syariah sebagai lembaga keuangan wajib menjalankan prinsip kepercayaan melalui penerapan tata kelola bank syariah yang baik meliputi transparansi, akuntabilitas, pertanggungjawaban, professional dan kewajaran. Hal tersebut guna memberikan kepercayaan dan keyakinan pada masyarakat dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah.

#### 6) Prinsip kerahasiaan

Rahasia bank adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan keterangan nasabah penyimpan dan simpanannya. Kerahasiaan data nasabah bank syariah perlu dijaga dan dilindungi agar bank syariah dapat dipercaya oleh masyarakat.

## **2. Persepsi**

### a. Defenisi persepsi

Persepsi (perception) adalah sebuah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka.<sup>18</sup> Persepsi adalah proses internal yang memungkinkan

---

18 Lailatul Iffah, M. Faisal Abdullah & Yulis Nurul Aini, "Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang," *Jurnal Ekonomi Syariah* 3, No.1 (Agustus, 2018): 82. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/JES/article/download/5836/5400>.

seseorang untuk memilih, mengorganisasikan, dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan dan proses tersebut mempengaruhi perilaku seseorang.

Adapun definisi persepsi menurut para ahli sebagai berikut:

- 1) Stephen Robbins mengemukakan bahwa persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna kepada lingkungan mereka.<sup>19</sup>
- 2) Menurut Kotler, persepsi adalah proses yang digunakan seorang individu untuk memilih, mengelola dan menafsirkan suatu input informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang memiliki arti. Persepsi ini tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan.<sup>20</sup>
- 3) Solomon mendefinisikan persepsi sebagai proses di mana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilah dan dipilih., kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan. Sensasi datang dan diterima oleh manusia melalui panca indera, yaitu mata, telinga, hidung, mulut dan kulit yang disebut sistem sensorik.<sup>21</sup>

---

19 Stephen P. Robbins dalam Ariyun Anisah, "Persepsi Tokoh Masyarakat terhadap Perbankan Syariah di Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan," *Ekonomi Syariah: Jurnal of Economic Studies* 1, No. 2 (Januari-Juli, 2018): 36. <http://dx.doi.org/10.30983/es.v1i2.435>.

20 Philip Kotler, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation And Control*, (New Jersey: Prentice-Hall International, 2003), 197.

21 Ristiyanti Prasetji dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 67.

- 4) Menurut Diana persepsi adalah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberi arti pada lingkungan mereka.<sup>22</sup>
- 5) Menurut Fauzi, persepsi adalah menafsirkan stimulus yang telah ada di dalam otak.<sup>23</sup>

Dalam pemasaran, persepsi lebih penting dari pada realitas, karena persepsi yang mempengaruhi perilaku aktual konsumen. Orang bisa mempunyai persepsi berbeda tentang obyek yang sama karena tiga proses pemahaman: atensi selektif, distorsi selektif, dan retensi selektif.<sup>24</sup>

b. Faktor-faktor yang membentuk persepsi

Persepsi merupakan hal yang bersifat subyektif, yaitu melibatkan tafsiran pribadi masing-masing individu, sehingga perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang berasal dari dalam individu atau dengan kata lain faktor psikologis yang mempengaruhi persepsi individu. Menurut Robbins, faktor-faktor yang dapat membentuk atau justru memutarbalikkan persepsi seseorang adalah:<sup>25</sup>

1) Pelaku persepsi (*perceiver*)

Bila seseorang individu memandang pada suatu target dan mencoba menafsirkan apa yang dilihatnya, maka penafsiran itu akan dipengaruhi oleh karakteristik karakteristik pribadi dari seseorang tersebut. Diantara karakteristik

---

22 Diana Angelica, *Prilaku Organisasi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008),175.

23 Ahmad Fauzi, *Psikologi Umum*, (Bandung: Pustaka Satria, 2004), 37.

24 Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), 153.

25 Stephen P. Robbins dalam Ariyun Anisah, "Persepsi Tokoh Masyarakat terhadap Perbankan Syariah di Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan," *Ekonomi Syariah: Jurnal of Economic Studies* 1, No. 2 (Januari-Juli, 2018): 39. <http://dx.doi.org/10.30983/es.v1i2.435>.

pribadi yang lebih relevan mempengaruhi pelaku persepsi adalah sikap, motif, kepentingan atau minat, pengalaman masa lalu, dan pengharapan (ekspektasi).

## 2) Target (objek)

Karakteristik dalam target yang akan diamati dapat mempengaruhi apa yang dipersepsikan. Gerakan, bunyi, ukuran, atribut-atribut lain akan membentuk cara seseorang dalam memandangnya. Karena target tidak dipandang dalam keadaan terencil, hubungan suatu target dengan latar belakang akan mempengaruhi persepsi seperti kecenderungan seseorang untuk mengelompokkan benda-benda yang berdekatan atau yang mirip.

## 3) Situasi

Situasi merupakan konteks di mana seseorang melihat objek-objek atau peristiwa-peristiwa. Unsur-unsur dalam lingkungan sekitar mempengaruhi persepsi seseorang. Situasi dapat mempengaruhi persepsi seseorang seperti lokasi, cahaya, panas, atau setiap jumlah faktor situasional.

Selain Faktor-faktor tersebut di atas, Bimo Walgito yang memandang persepsi dari segi psikologi, membagi faktor yang mempengaruhi persepsi pada dua hal yaitu:<sup>26</sup>

- 1) Faktor internal, meliputi perasaan, pengalaman, kemampuan berfikir, kerangka acuan, ingatan, motivasi, dan aspek lain di dalam diri individu.
- 2) Faktor eksternal yang meliputi:

---

<sup>26</sup> Bimo Walgito dalam Ariyun Anisah, "Persepsi Tokoh Masyarakat terhadap Perbankan Syariah di Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan," *Ekonomi Syariah: Jurnal of Economic Studies* 1, No. 2 (Januari-Juli, 2018): 40. <http://dx.doi.org/10.30983/es.v1i2.435>.

- a) Faktor objek, merupakan stimulus yang diterima individu melalui proses penginderaan terhadap objek. Stimulus tersebut meliputi ukuran, intensitas dan kontras atau pertentangan, semakin besar objek tertentu, maka persepsi individu terhadap objek tersebut akan semakin jelas dan mudah dipahami. Kemudian jika intensitas objek yang dipersepsikan semakin sering ditunjukkan, maka objek tersebut semakin mudah untuk dipersepsikan. Objek yang semakin bertentangan atau kontras dengan sekitarnya akan lebih menarik perhatian orang sehingga akan lebih mudah dipersepsikan orang.
- b) Faktor situasi adalah kondisi lingkungan di mana individu mempersepsikan objek tertentu, misalnya hawa panas atau dingin, terang atau gelap dan lain-lain serta banyak waktu yang digunakan individu untuk mempersepsikan objek tertentu.
- c. Karakteristik seseorang mempengaruhi persepsi

Menurut Robbins, persepsi dapat dipengaruhi oleh karakter seseorang yang dipengaruhi oleh hal-hal berikut:<sup>27</sup>

- 1) Psikologi, dua individu yang sama tetapi mengartikan sesuatu yang dilihat berbeda satu dan yang lain. Kebutuhan yang tidak terpenuhi yang mendorong individu memiliki pengaruh yang kuat terhadap persepsinya.
- 2) Lingkungan, terutama dalam lingkungan keluarga yang sangat intens akan memberikan pengaruh yang besar atas seseorang memutuskan sesuatu. Selain itu karakter salah satu dari keluarga yang berkaitan dengan

---

<sup>27</sup> Indriani Setiawati, "Persepsi Masyarakat Metro Pusat terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah", *Skripsi IAIN Metro* (2018), 3-14. <https://repository.metrouniv.ac.id/eprint/1423/>.

pengalaman masa lalu, seperti minat atau interest individu. Seorang individu merasakan pengalaman masa lalu pada sesuatu yang dikaitkan dengan hal yang terjadi pada saat ini.

- 3) Keyakinan fokus dari perhatian kita dipengaruhi oleh minat kita karena minat seseorang berbeda satu dan yang lain. Yang diperhatikan seseorang dalam suatu situasi yang berbeda satu dan yang lain dan dapat berbeda dari yang dirasakan oleh orang lain.

d. Proses persepsi

Proses pembentukan persepsi menurut Setiadi terdiri dari sejumlah tahap, yaitu:<sup>28</sup>

- 1) Seleksi persepsi

Seleksi persepsi terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan informasi yang dimiliki oleh konsumen. Sebelum seleksi persepsi terjadi, terlebih dahulu stimulus harus mendapatkan perhatian dari konsumen. Tidak semua stimulus yang dipaparkan dan diterima konsumen akan memperoleh perhatian konsumen dikarenakan konsumen memiliki keterbatasan sumberdaya pemikiran untuk mengolah semua informasi yang diperolehnya. Oleh karena itu, konsumen melakukan seleksi terhadap setiap informasi dan stimulus yang diterimanya.

- 2) Pengorganisasian persepsi

Pengorganisasian persepsi berarti bahwa konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk

---

<sup>28</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 151-152.

memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Pengorganisasian ini akan memudahkan untuk memproses informasi dan memberikan pengertian yang terintegrasi serta evaluasi terhadap stimulus.

### 3) Interpretasi persepsi

Proses terakhir dari persepsi adalah memberikan interpretasi atas stimulus yang diterima konsumen. Setiap stimulus yang diterima oleh konsumen baik disadari ataupun tidak disadari akan diinterpretasikan oleh konsumen. Interpretasi tersebut didasarkan pada pengalaman penggunaan suatu produk masa lalu dan pengalaman itu tersimpan dalam memori panjang. Persepsi konsumen bisa berupa persepsi produk, persepsi merek, persepsi pelayanan, persepsi harga, persepsi kualitas produk, maupun persepsi terhadap produsen.

Berdasarkan uraian proses persepsi di atas, dapat dipahami bahwa tahapan proses persepsi dimulai dengan adanya stimulus yang mengenai pancaindra kemudian terjadinya proses seleksi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan informasi yang dimiliki oleh konsumen. Setelah itu tahap mengelompokkan informasi yang ia terima, yang terakhir tahap interpretasi didasarkan pada pengalaman masa lalunya atau stimulus yang ia terima.

#### e. Macam-macam persepsi

Menurut Slameto, menjelaskan bahwa ada dua macam bentuk persepsi yaitu bersifat positif dan negatif.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 103-105.

- 1) Persepsi positif yaitu persepsi atau pandangan terhadap suatu objek dan meju pada suatu keadaan dimana subyek yang mempersepsikan cenderung menrima obyek yang ditangkap sesuai dengan pribadinya.
- 2) Persepsi negatif yaitu persepsi atau pandangan terhadap suatu obyek dan menunjuk pada keadaan dimana subyek yang mempersepsi cenderung menolak obyek yang ditangkap karena tidak sesuai dengan kepribadiannya.

### **3. Masyarakat**

#### **a. Defenisi masyarakat**

Menurut Burhan, masyarakat adalah sekelompok orang yang menepati sebuah wilayah tertentu, yang hidup secara lama, saling berkomunikasi, memiliki symbol-symbol dan aturan tertentu yang secara sistem hukum yang mengontrol tindakan anggota masyarakat, memiliki sistem stratifikasi, sadar sebagai bagian dari anggota masyarakat, memiliki sistem stratifikasi, sadar sebagai bagian dari anggota masyarakat tersebut secara relatif dapat menghidupi dirinya sendiri.<sup>30</sup>

Menurut Elly masyarakat merupakan sekelompok manusia yang bertempat tinggal di daerah tertentu untuk waktu yang relatif lama, memiliki norma-norma yang mengarur kehidupannya menuju tujuan yang dicita-citakan bersama, dan ditempat tersebut anggota-anggotanya melakukan generasi (beranak binak) manusia memerlukan hidup berkelompok sebagai reaksi terhadap keadaan

---

<sup>30</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komonikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 165.

lingkungan yang terdapat gejala tarik menarik yang pokok persoalannya adalah sifat alam yang selalu berubah-ubah.<sup>31</sup>

b. Macam-macam masyarakat

Ditinjau dari loyalitasnya, masyarakat Indonesia dapat dibagi atas dua macam yaitu:

1) Masyarakat desa

Masyarakat desa termasuk tipe masyarakat dan merupakan kelompok sosial kecil. Masyarakat kecil yang sering diartikan sebagai masyarakat tradisional atau masyarakat primitif (sederhana). Pandangan ini kurang tepat karena masyarakat desa adalah masyarakat yang tinggal disuatu kawasan atau wilayah atau teritorial tertentu yang biasanya disebut masyarakat setempat. Pada umumnya ciri-ciri masyarakat desa adalah sebagai berikut:<sup>32</sup>

- a) Anggota komonitasnya kecil
- b) Hubungan antar individu bersifat kekeluargaan
- c) Sistem kepemimpinannya bersifat informan
- d) Ketergantungan terhadap alam tinggi
- e) Religius magis
- f) Rasa solidaritas dan gontong royong yang tinggi
- g) Kontrol sosial yang kuat antar warga
- h) Hubungan antara pemimpin dan warga bersifat informan

---

31 Elly Malihah Setiadi dan Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi: Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 37.

32 Kun Maryanti Jujun Suryawati, *Sosiologi*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 161.

- i) Pembagian kerja tidak tegas dan belum ada spesialis pekerjaan
- j) Patuh terhadap nilai-nilai dan norma yang berlaku di desanya (tradisi)
- k) Tingkat mobilitas sosialnya rendah.

Dalam perkembangannya, sampai saat ini masyarakat desa mengalami kemajuan (modernisasi). Salah satu faktor pendukungnya adalah urbanisasi. Banyak warga desa pergi ke kota untuk mencari pekerjaan atau kepentingan pendidikan. Mereka berupaya untuk menyesuaikan diri dengan kehidupan kota sehingga begitu kembali ke desa, baik untuk sementara maupun menetap, mereka membawa pengaruh baru terhadap pola pikir, sikap dan perilaku warga desanya.

## 2) Masyarakat kota

Kota adalah suatu tempat yang dengan penduduk lebih padat dibanding wilayah sekitarnya karena seluruh kegiatan fungsional yang berkaitan dengan aktivitas penduduk berpusat di kota. Masyarakat kota dalam KBBI berada pada sektor perdagangan dan industri atau yang bekerja pada sektor administrasi pemerintah.<sup>33</sup>

Masyarakat kota biasanya memiliki ciri-ciri sebagai berikut:<sup>34</sup>

- a) Pola pikirnya cenderung rasional
- b) Bersifat individualisme
- c) Masyarakat cenderung sekuler
- d) Mata pencariannya sangat beragam
- e) Sangat menghargai spesialisasi yang langkah berdasarkan manfaatnya

---

<sup>33</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <http://kbbi.web.id>.

<sup>34</sup> Kun Maryanti Jujun Suryawati, *Sosiologi*, (Jakarta: Erlangga, 2001), 161.

#### 4. Kualitas Layanan

##### a. Definisi kualitas layanan

Menurut Garvin dan David menyatakan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen”.<sup>35</sup> Adapun konsep kualitas pada dasarnya bersifat relatif, yaitu bergantung pada perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain, yaitu persepsi konsumen, produk (jasa), dan proses.<sup>36</sup>

Kata pelayanan, secara etimologis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.<sup>37</sup>

Hessel Nogi S, pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau Negara.<sup>38</sup>

---

35 M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), 41.

36 Rambat Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 3 (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 212.

37 Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), 75.

38 Hessel Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2005), 208.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perusahaan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:<sup>39</sup>

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- 3) Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Menurut Kotler dan Keller mendefinikan pelayanan sebagai semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.<sup>40</sup> Sedangkan yang dimaksud jasa bank adalah semua aktivitas bank, baik yang secara langsung, maupun tidak langsung yang berkaitan dengan tugas dan fungsi bank sebagai *intermediary*, yaitu lembaga yang memperlancar pembauran transaksi perdagangan, sebagai lembaga yang memperlancar peredaran uang serta sebagai lembaga yang memberikan jaminan kepada nasabahnya, baik akan

---

<sup>39</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 91.

<sup>40</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2008), 36.

memberikan keuntungan secara langsung bagi bank dalam bentuk finansial dan nonfinansial.<sup>41</sup>

Adapun kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>42</sup> Perusahaan jasa dapat bersaing dengan cara menjual jasa berupa pelayanan yang berkualitas dan bermutu.

Menurut Parasuraman dan Lupiyoadi mengemukakan bahwa kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan nasabah atas layanan yang mereka terima atau peroleh.<sup>43</sup> Kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari apa yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu, dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan tersebut memuaskan. Dengan demikian, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima/peroleh.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Kualitas pelayanan terutama yang diberikan oleh

---

41 Veithzal Rivai, Andria Permata Veithzal, dan Ferry N Idroes, *Bank And Financial Institution Management*, Edisi 1 (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 553.

42 Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: ANDI Offset, 2000), 59.

43 Parasuraman dan Lupiyoadi dalam Nabila Nailul Muna, "Persepsi Nasabah tentang Kualitas Pelayanan Bank: Bank Syariah Vs Bank Konvensional (Studi Kasus Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Provinsi Lampung)," *Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro* (2019): 26. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/50/>.

seluruh staf yang ada pada perusahaan menunjukkan dedikasi yang tinggi dari seluruh staf sesuai arahan yang diberikan pimpinan perusahaan. Total kualitas pelayanan bagi keseluruhan manajemen pemasaran mulai dari seluruh atribut produk atau jasa sampai dengan purna jual telah mendapat perhatian prima dari perusahaan.<sup>44</sup> Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Harapan para pelanggan ini didasarkan pada informasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman di masa lampau, dan komunikasi eksternal (iklan dan berbagai bentuk promosi perusahaan lainnya).<sup>45</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah tinggi rendahnya penilaian nasabah terhadap pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan.

b. Prinsip-prinsip kualitas layanan

Dalam rangka menciptakan gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi organisasi pelayanan untuk menyempurnakan kualitas maka yang bersangkutan harus mampu mengimplementasikan enam prinsip yang bermanfaat dalam menyempurnakan kualitas layanan. Prinsip kualitas layanan meliputi:<sup>46</sup>

1) Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan

---

44 Wahab, "Analisis Pengaruh FDR, NPF, Tingkat Bagi Hasil, Kualitas Jasa dan Atribut Produk Islam terhadap Tingkat Pembiayaan Mudharabah pada Bank Umum Syariah di Semarang," *Jurnal Economica* 5, No. 2, (2014): 124.

45 Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, Cet. ke-2 (Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia, 2016), 107.

46 Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), 75-76.

organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil.

#### 2) Pendidikan

Semua karyawan perusahaan mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional wajib mendapatkan pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut antara lain konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

#### 3) Perencanaan strategik

Proses perencanaan strategik mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misi.

#### 4) *Review*

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus-menerus terhadap upaya mewujudkan sasaran kualitas.

#### 5) Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi baik dengan karyawan, pelanggan, maupun *stakeholder*.

#### 6) *Total human reward*

*Reward* dan *recognition* merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya

harus diakui. Dengan cara seperti ini, motivasi, semangat kerja, rasa bangga dan rasa memiliki setiap anggota organisasi dapat meningkat, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan produktifitas dan profitabilitas bagi perusahaan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan.

c. Kualitas pelayanan dalam pespektif Islam

Kualitas pelayanan yang diberikan bank tentunya tidak hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah berdasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat Islam. Tentunya hal tersebut dilakukan tidaklah hanya berorientasi pada komitmen materi semata, namun sebagai bagian dari nilai ibadah. Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijanjikan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Pelayanan yang berkualitas harus dimulai dengan karyawan yang mengerti akan keluhan konsumen.<sup>47</sup> Pelayanan yang berkualitas adalah apabila yang dikerjakan seseorang untuk yang lain menimbulkan rasa tentram dan bahagia. Yang memberikan implikasi bagi terbangunnya hubungan untuk mempererat tali silaturahmi di antara kedua belah pihak.

---

<sup>47</sup> Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 91.

Firman Allah swt. dalam Q.S Ali ‘Imran/3: 159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Terjemahnya: “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakkal kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal.” (Q.S Ali ‘Imran/3: 159)<sup>48</sup>

Berdasarkan ayat di atas, bahwasanya setiap manusia harus bersikap lemah lembut agar orang lain bisa merasakan kenyamanan jika kita bersikap keras kepada orang lain, maka orang-orang akan menjauh dari kita, apalagi dalam melayani masyarakat yang berbagai macam karakteristik, kebutuhan, dan pilihannya, bila perusahaan tidak mampu memberikan rasa aman dengan sikap lemah lembutnya maka masyarakat akan enggan datang ke perusahaan tersebut. Maka dari itu, seorang pegawai atau karyawan dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan keras hati dan memiliki sifat pemaaf kepada semua orang yang datang ke perusahaan tersebut.

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain:<sup>49</sup>

---

48 Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Halim Publikasi & Distributing, 2014), 71.

49 Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), 153.

- 1) Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, sesuai fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji.
- 2) Bertanggung jawab dan terpercaya (*al-amanah*) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.
- 3) Tidak menipu (*al-kadzib*) yaitu suatu sikap yang mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW.
- 4) Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.
- 5) Melayani dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.
- 6) Tidak melupakan akhirat yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat. sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

d. Indikator kualitas layanan

Pengukuran kualitas layanan biasanya didasarkan pada lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Namun kelima dimensi kualitas layanan tersebut bersifat general (pengukuran kualitas untuk bank konvensional), sehingga jika diterapkan pada perusahaan yang memiliki karakteristik khusus seperti perbankan Islam perlu mendapatkan modifikasi. Keunikan bank syariah dalam hal *compliance* yaitu pemenuhan hukum Islam

dalam operasionalnya tidak bisa disama ratakan dengan pengukuran yang sama dengan bank konvensional. Othman dan Owen mengembangkan model pengukuran kualitas jasa untuk mengukur kualitas jasa yang dijalankan dengan prinsip syariah, khususnya bisnis perbankan syariah. Kualitas layanan ini diukur dengan dimensi CARTER.

Dimensi CARTER merupakan suatu pengukuran kualitas layanan perbankan syariah diantaranya: *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*.<sup>50</sup> Sehingga dapat diketahui bahwa perbedaan pengukuran kualitas pada model SERVQUAL milik Parasuraman dan model CARTER terletak pada dimensi *compliance*. Dimensi *compliance* ini memiliki arti kemampuan dari perusahaan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam.

Definisi operasional keenam dimensi tersebut dijabarkan lebih lanjut oleh Othman and Owen sebagai berikut:<sup>51</sup>

- 1) *Compliance* (kepatuhan) yaitu kemampuan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi dibawah prinsip-prinsip syariah.
- 2) *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan (baik verbal dan tulisan) dan kemampuan mereka memberikan rasa aman dan percaya kepada pelanggan.

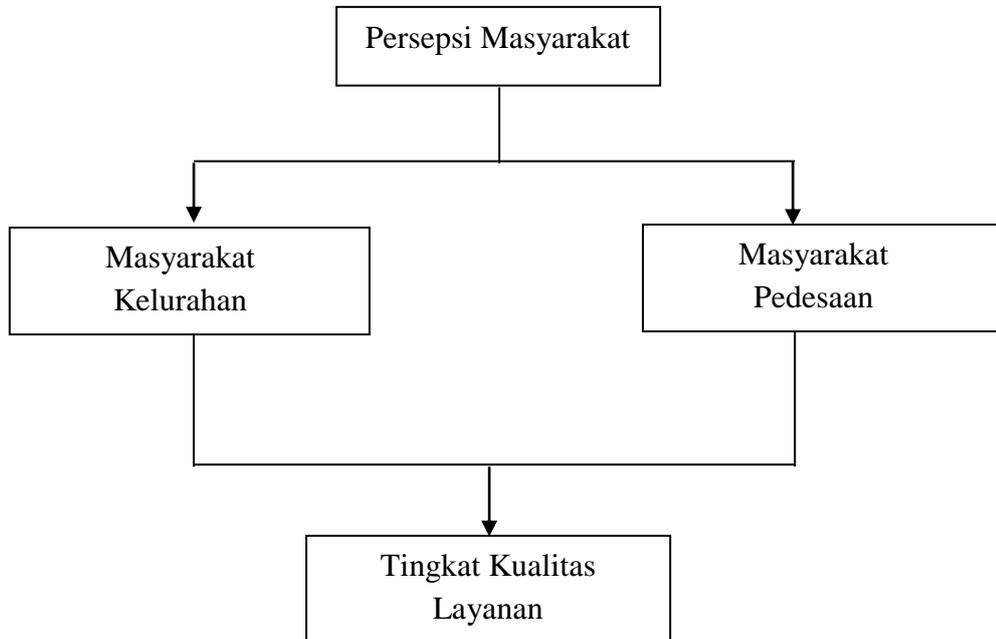
---

50 Orin Verawati Ramadani, Abdul Rahman Kadir, dan Abdullah Sanusi, "Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada BMT Barokatul Ummah di Kabupaten Merauke," *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship (HJABE)* 2, No. 3 (Juli, 2019): 67. <http://feb.unhas.ac.id/jurnal/index.php/hjabe/article/download/241/142>.

51 Otman dan Owen dalam Putri Dwi Cahyani, "Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta," *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen* 6, No. 2 (Oktober, 2018): 155-156. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/esensi/article/view/3570>.

- 3) *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, keandalan petugas dalam memberikan informasi pelayanan, keandalan petugas dalam melancarkan prosedur pelayanan, dan keandalan petugas dalam memudahkan teknis pelayanan.
- 4) *Tangible* (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi ruang tunggu pelayanan, perlengkapan yang digunakan dan penampilan petugas pelayanan.
- 5) *Emphaty* (empati) yaitu kemampuan karyawan untuk peduli dan memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan, seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan dan perusahaan dalam memberikan perhatian tulus dan bersifat individual atau memahami masalah pelanggan dan bertindak demi keinginan dan kebutuhan pelanggan.
- 6) *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. Misalnya kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani transaksi, dan pelayanan keluhan pelanggan.

### C. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Dari alur kerangka pikir diatas, penulis ingin mengetahui bagaimana persepsi masyarakat kelurahan dan masyarakat pedesaan terhadap kualitas layanan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dalam pengertiannya sendiri metode penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian dengan menganalisis data-data secara kuantitatif atau dengan statistik, dengan tujuan menjawab masalah penelitian yang telah ditetapkan kemudian di interpretasikan melalui analisis tersendiri untuk memperoleh kesimpulan.<sup>52</sup>

Jenis penelitian kuantitatif dalam penelitian ini bersifat deskriptif atas data-data yang diperoleh dari lapangan. Menurut Suharsimi Arikunto penelitian deskriptif tidak untuk menguji hipotesis tertentu, namun hanya menggambarkan apa adanya mengenai suatu variabel, gejala, atau keadaan.<sup>53</sup>

### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana dilakukannya penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan di Seluruh kelurahan dan desa di Kecamatan Belopa, Kabupaten Luwu. Adapun nama kelurahan dan desa yang dimaksud tersebut adalah:<sup>54</sup>

1. Desa Balubu
2. Desa Belopa

---

<sup>52</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2013), 180.

<sup>53</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipto, 2002), 36.

<sup>54</sup> Badan Pusat Statistik Kabupaten Luwu, Kecamatan Belopa dalam Angka 2020, [luwukab.bps.go.id](http://luwukab.bps.go.id).

3. Desa Kurrusumanga
4. Desa Pasamai
5. Desa Senga Selatan
6. Kelurahan Balo-balo
7. Kelurahan Senga
8. Kelurahan Tampumia Radda
9. Kelurahan Tanamanai

Waktu penelitian dilakukan pada bulan Januari s/d Februari 2022.

### **C. Definisi Operasional Variabel**

Untuk menghindari adanya kekeliruan penafsiran terhadap variabel penelitian dan istilah teknis yang terdapat dalam judul, maka penulis merasa perlu untuk mencantumkan definisi operasional dalam penelitian ini. Judul penelitian ini adalah, Persepsi Masyarakat Terhadap Tingkat Kualitas Layanan BSI Belopa (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan dan Masyarakat Desa di Kecamatan Belopa, Kabupaten Luwu), dengan pengertian sebagai berikut:

1. Persepsi adalah gambaran pemikiran seseorang atas sesuatu yang berdasarkan kepada apa yang di indrai dan dirasakan.
2. Masyarakat adalah sekelompok orang dalam sebuah sistem semi tertutup atau semi terbuka yang sebagian besar interaksinya adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut.

3. Kualitas layanan adalah tinggi rendahnya penilaian nasabah terhadap pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan. Indikator:<sup>55</sup>
  - a. *Compliance* (kepatuhan)
  - b. *Assurance* (jaminan)
  - c. *Reliability* (keandalan)
  - d. *Tangible* (bukti fisik)
  - e. *Emphaty* (empati)
  - f. *Responsiveness* (daya tanggap)
4. BSI adalah sebuah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat sesuai dengan hukum Islam.

#### **D. Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan daerah atau wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di analisa kemudian ditarik kesimpulan dari data yang didapatkan.<sup>56</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu, berdasarkan dengan hal tersebut peneliti mendapatkan jumlah seluruh masyarakat Kecamatan Belopa, Kabupaten Luwu melalui data Badan Pusat Statistik Kabupaten Luwu, yang diuraikan sebagai berikut:<sup>57</sup>

---

<sup>55</sup> Otman dan Owen dalam Putri Dwi Cahyani, "Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta," *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen* 6, No. 2 (Oktober, 2018): 155-156. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/esensi/article/view/3570>.

<sup>56</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 80.

<sup>57</sup> Badan Pusat Statistik Kabupaten Luwu, Kecamatan Belopa dalam Angka 2020, [luwukab.bps.go.id](http://luwukab.bps.go.id).

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Kelurahan di Kecamatan Belopa Tahun 2019

No.	Desa/Kelurahan	Jumlah Penduduk		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Kelurahan Senga	1.041	1.172	2.213
2	Kelurahan Balo-Balo	746	886	1.632
3	Kelurahan Tanamanai	844	1.082	1.926
4	Kelurahan Tampumia Radda	1.109	1.248	2.357
<b>Jumlah</b>		<b>3.740</b>	<b>4.388</b>	<b>8.128</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Luwu

Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Desa di Kecamatan Belopa Tahun 2019

No.	Desa/Kelurahan	Jumlah Penduduk		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Desa Balubu	278	294	572
2	Desa Pasamai	385	447	832
3	Desa Senga Selatan	1.719	1.824	3.543
4	Desa Belopa	1.563	1.728	3.291
5	Desa Kurrusumanga	655	858	1.513
<b>Jumlah</b>		<b>4.600</b>	<b>5.151</b>	<b>9.751</b>

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Luwu

Berdasarkan tabel diatas yaitu jumlah masyarakat kelurahan 8.128 ditambah jumlah masyarakat pedesaan 9.751 maka populasi dalam penelitian ini sebanyak 17.879 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau

kriteria tertentu.<sup>58</sup> Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang merupakan nasabah di BSI Belopa. Adapun jumlah sampelnya ditentukan berdasarkan rumus Slovin dengan derajat kesalahan 10% yaitu:

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

Keterangan:

N = Jumlah anggota dalam suatu populasi

n = Jumlah sampel

e = Derajat penyimpangan yang ditoleransi 10%

Dengan rumus diatas, maka dapat ditentukan jumlah sampel untuk masyarakat kelurahan seperti dibawah ini:

$$n = \frac{8.128}{1 + 8.128 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{8.128}{82,28} = 98$$

Dari pengukuran sampel diatas maka jumlah sampel untuk masyarakat kelurahan yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 98 orang.

Sedangkan untuk sampel masyarakat pedesaan sebagai berikut:

$$n = \frac{9.751}{1 + 9.751 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{9.751}{98,51} = 98$$

---

<sup>58</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 126.

Maka dari pengukuran sampel diatas diperoleh jumlah sampel untuk masyarakat pedesaan yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 98 orang.

Berdasarkan uraian diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini yakni sebanyak 196 orang.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang akan dianalisis atau diolah untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan membagiukan kuesioner atau angket kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan mengisi pertanyaan atau pernyataan. Pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner diukur dengan skala *likert*.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran angket atau kuesioner yang dibuat oleh peneliti dan diberikan kepada responden untuk menjawabnya.

Instrumen penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat yang dalam pengukurannya penelitian ini menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban, dengan pilihan jawaban sebagai berikut:<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 45.

Tabel 3.3 Alternatif Jawaban

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Dalam penelitian akan dilakukan uji instrumen dengan harapan akan mendapatkan data atau informasi yang akurat.

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah apabila pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Standar validitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan standar validitas  $> 0,361$ . Sehingga jika pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pernyataan dianggap valid.<sup>60</sup> Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan kepada 30 responden.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	Rhitung	RTabel	Ket
1.	Kepatuhan	1	0,640	0,361	Valid
		2	0,761	0,361	Valid
		3	0,739	0,361	Valid

<sup>60</sup> Ridwan, dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 53.

---

	4	0,670	0,361	Valid
2. Jaminan	1	0,466	0,361	Valid
	2	0,504	0,361	Valid
	3	0,527	0,361	Valid
	4	0,557	0,361	Valid
	5	0,453	0,361	Valid
3. Keandalan	1	0,509	0,361	Valid
	2	0,543	0,361	Valid
	3	0,441	0,361	Valid
	4	0,569	0,361	Valid
	5	0,578	0,361	Valid
4. Bukti Fisik	1	0,598	0,361	Valid
	2	0,580	0,361	Valid
	3	0,424	0,361	Valid
	4	0,730	0,361	Valid
5. Empati	1	0,445	0,361	Valid
	2	0,553	0,361	Valid
	3	0,508	0,361	Valid
	4	0,752	0,361	Valid
	5	0,753	0,361	Valid
6. Daya Tanggap	1	0,598	0,361	Valid
	2	0,580	0,361	Valid
	3	0,424	0,361	Valid
	4	0,730	0,361	Valid

---

Sumber: Diolah menggunakan SPSS 23

Berdasarkan tabel 3.4 dapat dilihat bahwa  $r_{hitung}$  untuk setiap pernyataan pada indikator menunjukkan bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361). Sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing pernyataan pada indikator adalah valid.

## 2. Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner dalam sebuah penelitian konstruk. Kuesioner dapat dikatakan *reliable* jika jawaban konsisten dari waktu ke waktu atas ketentuan yang ditetapkan. Suatu variabel *reliable* jika nilai  $(\alpha) > 0,60.61$

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpa	Ket
1	Kepatuhan	0,771	Reliabel
2	Jaminan	0,653	Reliabel
3	Keandalan	0,678	Reliabel
4	Bukti Fisik	0,694	Reliabel
5	Empati	0,724	Reliabel
6	Daya Tanggap	0,694	Reliabel

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 23

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai keseluruhan dari cronbach's alpa  $> 0,06$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang terdiri dari kepatuhan, jaminan, keandalan, bukti fisik, empati, dan daya tanggap yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

61 Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 87.

## H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Teknik analisis data ini dilakukan pada data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner/angket dan dapat digunakan untuk menganalisis data-data yang berbentuk angka dan perhitungan dengan menggunakan metode statistik. Analisis data kuantitatif dalam penelitian ini memakai rumus frekuensi:

$$P = \frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Score Total}} \times 100$$

Dengan tolak ukur, sebagai berikut:

81% - 100% = Sangat Baik

61% - 80% = Baik

41% - 60% = Cukup

21% - 40% = Kurang Baik

0% - 20% = Tidak Baik

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil Penelitian**

#### **1. Gambaran umum lokasi penelitian<sup>62</sup>**

Belopa adalah sebuah kecamatan yang juga merupakan ibu kota baru Kabupaten Luwu, Sulawesi Selatan. Nama Belopa ini termasuk dikenal pada tahun 1960-an. Sebelumnya desa Belopa ini dikenal dengan nama La Belopa, yang bahasa daerah setempat berarti “pelepah sagu” atau “gaba-gaba”. Belopa resmi menjadi ibu kota Kabupaten Luwu sejak 13 Februari 2006 diresmikan oleh Gubernur Sulawesi Selatan Amien Syam.

Kabupaten Luwu menjadikan kota Belopa selaku ibu kota, setelah memindahkan ibu kota dari Palopo karena Palopo menjadi kota otonomi, hasil pemekaran dari Kabupaten Luwu. Sehingga Kabupaten Luwu harus memindahkan ibu kota ke sebelah selatan, sekitar 50 km dari kota Palopo. Belopa terletak di pinggir jalan raya Trans-Sulawesi, suatu kecamatan yang terletak di antara kota Palopo dan kota Makassar.

Adapun batas-batas administratif Kecamatan Belopa yaitu:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Belopa Utara
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Teluk Bone
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Suli
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Bajo

---

<sup>62</sup> Wikipedia, Kabupaten Luwu, [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Belopa,\\_Luwu](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Belopa,_Luwu).

Luas wilayah Kecamatan Belopa yakni 59,26 yang terbagi kedalam 5 desa dan 4 kelurahan. Untuk lebih jelasnya luas dan pembagian wilayah administratif dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Luas Daerah Menurut Desa/Kelurahan di Kecamatan Belopa 2019

No	Desa/Kelurahan	Luas (Km <sup>2</sup> )	Persentase (%)
1.	Balubu	17,61	29,72
2.	Pasamai	3,12	5,26
3.	Senga Selatan	8,00	13,50
4.	Senga	6,11	10,31
5.	Belopa	4,54	7,66
6.	Balo-Balo	5,38	9,08
7.	Kurusumanga	7,20	12,15
8.	Tanamanai	3,30	5,57
9.	Tampungia Radda	4,00	6,75
Jumlah		59,26	100

*Sumber: Kecamatan dalam Angka Tahun 2020*

## 2. Deskripsi data responden

### a. Karakteristik responden

Responden dalam penelitian ini adalah 196 orang yang terdiri dari masyarakat pedesaan sebanyak 98 orang dan masyarakat dari kelurahan sebanyak 98 orang yang ditemui oleh peneliti pada saat penelitian sedang berlangsung.

### b. Umur/usia responden

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia

No	Umur/Usia	Tanggapan Orang	Responden Presentase (%)
1.	< 21 Tahun	3	1,53
2.	21 - 30 Tahun	99	50,51
2.	31 - 40 Tahun	71	36,22
3.	41 - 50 Tahun	15	7,65
4.	> 50 Tahun	8	4,08
Total		196	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil olah data primer mengenai karakteristik responden berdasarkan umur/usia, maka dapat dilihat jumlah responden terbesar adalah responden berumur 21-30 tahun yakni 99 orang atau 50,51%, responden yang berumur dibawah atau < 21 tahun sebanyak 3 orang atau 1,53%, responden yang berumur 31-40 tahun yakni 71 orang atau 36,22%, dan responden yang berumur 41-50 tahun yakni 15 orang atau 7,65%, sedangkan responden > 50 tahun yakni 8 orang atau 4,08%. Hal tersebut menunjukkan bahwa umur responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh masyarakat yang umurnya antara 21-30 tahun.

c. Pendidikan terakhir responden

Berdasarkan hasil data primer mengenai karakteristik responden masyarakat pedesaan berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Tanggapan Orang	Responden Presentase (%)
1.	SD	7	3,57
2.	SMP/MTs	10	5,10
3.	SMA/MA/SMK	90	45,92
4.	S1/S2/S3	89	45,41
Total		196	100

Sumber : Diolah dari data primer, 2022

Berdasarkan hasil olah data primer mengenai karakteristik responden yang berdasarkan pendidikan terakhir, maka jumlah responden terbesar adalah responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA/MA/SMK yakni sebanyak 90 orang atau sebesar 45,92%, responden yang berpendidikan terakhir SD yakni sebanyak 7 orang atau sebesar 3,57%, responden yang berpendidikan terakhir SMP/MTs sebanyak 10 orang atau sebesar 5,10%, sedangkan untuk responden

yang berpendidikan terakhir S1/S2/S3 yakni 89 orang atau sebesar 45,41%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh masyarakat yang memiliki riwayat pendidikan terakhir SMA/MA/SMK.

d. Pekerjaan responden

Berdasarkan hasil data primer mengenai karakteristik responden masyarakat pedesaan berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Pedesaan Berdasarkan Pekerjaan

No	Pendidikan Terakhir	Tanggapan Orang	Responden Presentase (%)
1.	PNS	26	13,27
2.	Pedagang	39	19,90
3.	Petani	30	15,31
4.	Mahasiswa	78	39,80
5.	Lainnya	23	11,73
Total		196	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Dari tabel diatas maka jumlah responden terbesar adalah responden yang memiliki pekerjaan mahasiswa yakni 78 orang atau sebesar 39,80%, responden yang bekerja sebagai PNS yakni 26 orang atau sebanyak sebesar 13,27%, responden yang bekerja sebagai pedagang yakni 39 orang atau sebesar 19,90%, dan responden yang bekerja sebagai petani sebanyak 30 orang atau sebesar 15,31%, dan responden yang memiliki pekerjaan lainnya sebanyak 23 orang atau sebesar 11,73%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini lebih didominasi yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa.

### 3. Analisis Frekuensi

a. Persepsi masyarakat kelurahan dan masyarakat pedesaan terhadap kualitas layanan BSI Belopa

1) Kepatuhan

Berdasarkan data yang diperoleh skor persentase tingkat persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan berdasarkan aspek kepatuhan dapat dirumuskan sebagai berikut:

a) Tingkat persepsi masyarakat kelurahan

$$\begin{aligned} \text{Score Total} &= (\Sigma \text{ Responden} \times \text{Skor Tertinggi} \times \Sigma \text{ Butir Pernyataan}) \\ &= 98 \times 5 \times 4 \\ &= 1.960 \end{aligned}$$

$$P = \frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Score Total}} \times 100$$

$$P = \frac{1.711}{1.960} \times 100$$

$$P = 87,30\%$$

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh tingkat persepsi masyarakat kelurahan terhadap kualitas layanan berdasarkan aspek kepatuhan sebesar 87,30%. Berdasarkan tolak ukur analisis frekuensi maka hal ini menunjukkan persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan dari segi kepatuhan sangat baik.

b) Tingkat persepsi masyarakat pedesaan

$$\begin{aligned} \text{Score Total} &= (\Sigma \text{ Responden} \times \text{Skor Tertinggi} \times \Sigma \text{ Butir Pernyataan}) \\ &= 98 \times 5 \times 4 \\ &= 1.960 \end{aligned}$$

$$P = \frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Score Total}} \times 100$$

$$P = \frac{1.550}{1.960} \times 100$$

$$P = 79,08\%$$

Tingkat persepsi masyarakat pedesaan terhadap kualitas layanan BSI Belopa berdasarkan aspek kepatuhan diperoleh 79,08%. Berdasarkan tolak ukur analisis frekuensi maka hal ini menunjukkan persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan dari segi kepatuhan baik.

## 2) Jaminan

Berdasarkan data yang diperoleh skor persentase kualitas layanan berdasarkan aspek kepatuhan dapat dirumuskan sebagai berikut:

### a) Tingkat persepsi masyarakat kelurahan

$$\begin{aligned} \text{Score Total} &= (\Sigma \text{ Responden} \times \text{Skor Tertinggi} \times \Sigma \text{ Butir Pernyataan}) \\ &= 98 \times 5 \times 5 \\ &= 2.450 \end{aligned}$$

$$P = \frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Score Total}} \times 100$$

$$P = \frac{1.991}{2.450} \times 100$$

$$P = 81,27\%$$

Berdasarkan hasil penelitian maka ditemukan bahwa tingkat persepsi masyarakat kelurahan terhadap kualitas layanan jika di ukur melalui aspek jaminan diperoleh 81,27%. Berdasarkan tolak ukur analisis frekuensi maka hal ini

menunjukkan persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan dari aspek jaminan sangat baik.

b) Tingkat persepsi masyarakat pedesaan

$$\begin{aligned}\text{Score Total} &= (\Sigma \text{ Responden} \times \text{Skor Tertinggi} \times \Sigma \text{ Butir Pernyataan}) \\ &= 98 \times 5 \times 5 \\ &= 2.450\end{aligned}$$

$$P = \frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Score Total}} \times 100$$

$$P = \frac{2.003}{2.450} \times 100$$

$$P = 81,76\%$$

Tingkat persepsi masyarakat pedesaan terhadap kualitas layanan dari aspek jaminan diperoleh sebesar 81,76% dimana hal ini termasuk dalam kategori sangat baik.

3) Keandalan

Berdasarkan data yang diperoleh skor persentase kualitas layanan berdasarkan aspek kepatuhan dapat dirumuskan sebagai berikut:

a) Tingkat persepsi masyarakat kelurahan

$$\begin{aligned}\text{Score Total} &= (\Sigma \text{ Responden} \times \text{Skor Tertinggi} \times \Sigma \text{ Butir Pernyataan}) \\ &= 98 \times 5 \times 5 \\ &= 2.450\end{aligned}$$

$$P = \frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Score Total}} \times 100$$

$$P = \frac{1.990}{2.450} \times 100$$

$$P = 81,22\%$$

Berdasarkan hasil penelitian skor persentase tingkat persepsi masyarakat kelurahan terhadap kualitas layanan berdasarkan keandalan sebesar 81,22% yang termasuk kategori sangat baik.

b) Tingkat persepsi masyarakat pedesaan

$$\begin{aligned} \text{Score Total} &= (\Sigma \text{ Responden} \times \text{Skor Tertinggi} \times \Sigma \text{ Butir Pernyataan}) \\ &= 98 \times 5 \times 5 \\ &= 2.450 \end{aligned}$$

$$P = \frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Score Total}} \times 100$$

$$P = \frac{1.984}{2.450} \times 100$$

$$P = 80,98\%$$

Tingkat persepsi masyarakat pedesaan terhadap kualitas layanan berdasarkan aspek keandalan diperoleh sebesar 80,98%. Berdasarkan tolak ukur analisis frekuensi maka hal ini menunjukkan tingkat persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan termasuk kategori baik.

4) Bukti fisik

Berdasarkan data yang diperoleh skor persentase kualitas layanan berdasarkan aspek kepatuhan dapat dirumuskan sebagai berikut:

a) Tingkat persepsi masyarakat kelurahan

$$\begin{aligned} \text{Score Total} &= (\Sigma \text{ Responden} \times \text{Skor Tertinggi} \times \Sigma \text{ Butir Pernyataan}) \\ &= 98 \times 5 \times 4 \\ &= 1.960 \end{aligned}$$

$$P = \frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Score Total}} \times 100$$

$$P = \frac{1.585}{1.960} \times 100$$

$$P = 80,87\%$$

Hasil tingkat persepsi masyarakat kelurahan terhadap kualitas layanan berdasarkan aspek bukti fisik diperoleh 80,87% yang termasuk kategori baik.

b) Tingkat persepsi masyarakat pedesaan

$$\begin{aligned} \text{Score Total} &= (\Sigma \text{ Responden} \times \text{Skor Tertinggi} \times \Sigma \text{ Butir Pernyataan}) \\ &= 98 \times 5 \times 4 \\ &= 1.960 \end{aligned}$$

$$P = \frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Score Total}} \times 100$$

$$P = \frac{1.585}{1.960} \times 100$$

$$P = 80,87\%$$

tingkat persepsi masyarakat pedesaan terhadap kualitas layanan berdasarkan aspek bukti fisik diperoleh 80,87%. Berdasarkan tolak ukur analisis frekuensi maka hal ini menunjukkan tingkat persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan dari segi daya tanggap baik.

5) Empati

Berdasarkan data yang diperoleh skor persentase kualitas layanan berdasarkan aspek kepatuhan dapat dirumuskan sebagai berikut:

a) Tingkat persepsi masyarakat kelurahan

$$\text{Score Total} = (\Sigma \text{ Responden} \times \text{Skor Tertinggi} \times \Sigma \text{ Butir Pernyataan})$$

$$= 98 \times 5 \times 5$$

$$= 2.450$$

$$P = \frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Score Total}} \times 100$$

$$P = \frac{1.841}{2.450} \times 100$$

$$P = 75,10\%$$

Hasil penelitian diperoleh tingkat persepsi masyarakat kelurahan pada aspek empati sebesar 75,10% yang berarti termasuk dalam kategori baik.

b) Tingkat persepsi masyarakat pedesaan

$$\text{Score Total} = (\Sigma \text{ Responden} \times \text{Skor Tertinggi} \times \Sigma \text{ Butir Pernyataan})$$

$$= 98 \times 5 \times 5$$

$$= 2.450$$

$$P = \frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Score Total}} \times 100$$

$$P = \frac{1.862}{2.450} \times 100$$

$$P = 76\%$$

Tingkat persepsi masyarakat pedesaan terhadap kualitas layanan berdasarkan aspek empati diperoleh sebesar 76% yang termasuk kategori baik.

6) Daya tanggap

Berdasarkan data yang diperoleh skor persentase kualitas layanan berdasarkan aspek kepatuhan dapat dirumuskan sebagai berikut:

a) Tingkat persepsi masyarakat kelurahan

$$\text{Score Total} = (\Sigma \text{ Responden} \times \text{Skor Tertinggi} \times \Sigma \text{ Butir Pernyataan})$$

$$= 98 \times 5 \times 4$$

$$= 1.960$$

$$P = \frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Score Total}} \times 100$$

$$P = \frac{1.598}{1.960} \times 100$$

$$P = 81,53\%$$

Hasil penelitian tingkat persepsi masyarakat kelurahan terhadap kualitas layanan berdasarkan aspek daya tanggap diperoleh sebesar 81,53% yang berarti kategori sangat baik.

b) Tingkat persepsi masyarakat pedesaan

$$\text{Score Total} = (\Sigma \text{ Responden} \times \text{Skor Tertinggi} \times \Sigma \text{ Butir Pernyataan})$$

$$= 98 \times 5 \times 4$$

$$= 1.960$$

$$P = \frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Score Total}} \times 100$$

$$P = \frac{1.593}{1.960} \times 100$$

$$P = 81,27\%$$

Tingkat persepsi masyarakat pedesaan terhadap kualitas layanan dari segi aspek daya tanggap diperoleh 81,27% yang berarti juga kategori sangat baik.

Tingkat persepsi masyarakat kelurahan terhadap kualitas layanan BSI Belopa berdasarkan 6 indikator yaitu:

$$\text{Score Total} = (\Sigma \text{ Responden} \times \text{Skor Tertinggi} \times \Sigma \text{ Butir Pernyataan})$$

$$= 98 \times 5 \times 27$$

$$= 13.230$$

$$P = \frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Score Total}} \times 100$$

$$P = \frac{10.716}{13.230} \times 100$$

$$P = 81,00\%$$

Berdasarkan analisis frekuensi maka persepsi masyarakat kelurahan terhadap kualitas layanan BSI Belopa sebesar 81,00% termasuk kategori sangat baik.

Adapun tingkat persepsi masyarakat pedesaan terhadap kualitas layanan BSI Belopa berdasarkan 6 indikator yaitu:

$$\begin{aligned} \text{Score Total} &= (\Sigma \text{ Responden} \times \text{Skor Tertinggi} \times \Sigma \text{ Butir Pernyataan}) \\ &= 98 \times 5 \times 27 \\ &= 13.230 \end{aligned}$$

$$P = \frac{\text{Total Jawaban}}{\text{Score Total}} \times 100$$

$$P = \frac{10.577}{13.230} \times 100$$

$$P = 79,95\%$$

Berdasarkan analisis frekuensi maka persepsi masyarakat pedesaan terhadap kualitas layanan BSI Belopa sebesar 79,95%. Dimana hal ini berarti tingkat persepsi masyarakat pedesaan terhadap kualitas layanan BSI Belopa baik.

## **B. Pembahasan**

Hasil penelitian tingkat persepsi masyarakat kelurahan terhadap kualitas layanan BSI Belopa berdasarkan tolak ukur kategorisasi termasuk dalam kategori

sangat baik dengan persentase 81% - 100%. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Nurmilasari yang menyatakan bahwa persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan pada pemberian KUR di Bank BRI unit Wauponda termasuk dalam kategori sangat baik dengan hasil persentase sebesar 88,42%.<sup>63</sup> Sedangkan untuk hasil analisis frekuensi tingkat persepsi masyarakat pedesaan yang termasuk dalam kategorisasi baik dengan persentase 61%-80%.

Persepsi masyarakat kelurahan dan masyarakat pedesaan terhadap kualitas layanan pada penelitian ini diukur melalui 6 aspek yaitu: kepatuhan, jaminan, keandalan, bukti fisik, empati dan daya tanggap.

1. *Compliance* (kepatuhan)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi masyarakat kelurahan sangat baik dan masyarakat pedesaan baik. Hal ini dapat diketahui melalui angket yang di isi, yang mengemukakan bahwa bank menjalankan prinsip dan hukum Islam, tidak ada bunga bank atau riba. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Aulia bahwa dimensi *compliance* (kepatuhan) bank syariah termasuk kedalam kategori sangat baik.<sup>64</sup>

Kemudian penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Mira dalam wawancaranya dengan Bapak Sudirman bahwa:

---

<sup>63</sup> Nurmilasari R, Persepsi Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Bank BRI Unit Wasuponda Kabupaten Luwu Timur, *Skripsi IAIN Palopo* (2021), 53.

<sup>64</sup> Reza Aulia, Analisis Pendapat Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Indonesia Cabang Panam Pekanbaru, *Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru* (2021). 50.

“Salah satu alasan saya menabung di bank syariah karena menyangkut masalah jasa tentunya kita sudah terhindar dari salah satu yang menurut agama itu ada unsur riba”<sup>65</sup>

Riba ini merupakan pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam-meminjam yang bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam.

## 2. *Assurance* (jaminan)

Faktor jaminan berhubungan dengan pengetahuan yang luas karyawan terhadap produk, kemahiran dalam menyampaikan jasa, sikap ramah/sopan, serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan kepercayaan nasabah. Pengetahuan dan kemahiran atas suatu produk hanya akan diperoleh dari sebuah proses belajar yang tekun dan bersungguh-sungguh.

Peningkatan pengetahuan personal sangatlah penting bagi organisasi jasa. Karyawan yang memiliki pengetahuan luas terhadap sebuah jasa, akan mampu berbicara lebih luas tentang jasa tersebut dan dapat menyampaikan jasa lebih baik kepada nasabah. Proses penyampaian jasa yang baik dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap organisasi, karena nasabah akan membandingkan informasi yang dia dapat dengan pengalaman setelah menggunakan jasa. Apabila informasi yang didapat berbanding lurus dengan pengalaman, maka persepsi positif nasabah terhadap produk jasa tersebut akan semakin bertambah, dan selanjutnya dapat mendorong keputusan nasabah untuk menggunakannya kembali pada masa yang akan datang. Bagian lain dari dimensi *assurance* adalah sikap karyawan yang ramah dan sopan. Hal tersebut dapat menarik perhatian dan

---

<sup>65</sup> Mira, Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan pada Bank Syariah Mandiri Pare-Pare, *Skripsi IAIN Pare-Pare* (2019), 53.

membentuk hubungan baik antara kedua belah pihak. Sikap tersebut merupakan bagian dari etika perdagangan yang harus dijalankan oleh setiap muslim. Berdasarkan hasil penelitian bahwa aspek jaminan berdasarkan persepsi masyarakat kelurahan dan desa termasuk kategori sangat baik, selain itu berdasarkan wawancara dengan Ibu Jumrah mengatakan bahwa:

“Saya merasa puas atas layanan yang diberikan di Bank Syariah Belopa terutama karena pegawainya ramah, mereka juga selalu tersenyum ketika menyambut nasabah”.<sup>66</sup>

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Aulia dimana dimensi *assurance* (jaminan) termasuk kedalam kategori sangat baik.<sup>67</sup>

Berdasarkan hasil angket dan wawancara menunjukkan bahwa bank syariah di Belopa sangat baik dalam melayani nasabah yang mampu menimbulkan rasa percaya nasabah terhadap bank syariah.

### 3. *Reliability* (keandalan)

Keandalan merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, memberikan informasi, melancarkan prosedur layanan dan memudahkan teknis pelayanan.

Berdasarkan hasil penelitian persepsi masyarakat kelurahan termasuk kategori sangat baik sedangkan persepsi masyarakat desa termasuk dalam kategori baik. Kemudian hasil wawancara dengan nasabah Ibu Mutmainnah mengatakan bahwa:

---

<sup>66</sup> Wawancara dengan Nasabah BSI Belopa.

<sup>67</sup> Reza Aulia, Analisis Pendapat Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Indonesia Cabang Panam Pekanbaru, *Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru* (2021). 50.

“Pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank sudah bagus dan cepat selain itu selama saya menjadi nasabah karyawannya selalu memberikan layanan yang tepat sesuai dengan keperluan saya sehingga saya merasa puas”.<sup>68</sup>

Hasil penelitian dari uji frekuensi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa kinerja bank syariah di Belopa sangat baik dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat.<sup>69</sup>

#### 4. *Tangible* (bukti fisik)

Bukti fisik berhubungan dengan penampilan karyawan bank seperti pemakaian atribut, kerapihan, dan kebersihan. Selain itu bukti fisik juga termasuk kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang meliputi ruang tunggu pelayanan dan perlengkapan yang digunakan.

Wujud fisik akan menunjukkan identitas organisasi sekaligus faktor pendorong munculnya persepsi awal nasabah terhadap suatu organisasi jasa. Hal ini mengandung konsekuensi bahwa sebuah organisasi jasa belum dapat dikatakan profesional ketika organisasi jasa tersebut belum mampu menampilkan wujud fisik yang dapat di indera oleh nasabah dalam proses penyajian jasanya. Oleh karena itu, organisasi jasa syariah harus mengkreasi bentuk fisik bangunan dan peralatan yang menunjang operasionalnya sedemikian rupa sehingga nasabah merasa nyaman dan memiliki kepercayaan terhadap organisasi tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian persepsi masyarakat kelurahan dan desa di Kecamatan Belopa terhadap kualitas layanan bank syariah termasuk kategori baik. Hal ini diperkuat dengan wawancara oleh Ibu Mutmainnah mengatakan bahwa:

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan Nasabah BSI Belopa.

<sup>69</sup> Reza Aulia, Analisis Pendapat Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Indonesia Cabang Panam Pekanbaru, *Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru* (2021). 50.

“Menurut saya pelayanan yang diberikan karyawan di BSI Belopa sudah baik terutama saat kita menunggu giliran bertransaksi, ruang tunggu terasa nyaman dan bersih selain itu para karyawannya juga memakai seragam yang rapih”.<sup>70</sup>

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Aulia bahwa *tangible* (bukti fisik) termasuk kategori sangat baik.<sup>71</sup>

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa bank syariah sudah baik dari segi penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya.

#### 5. *Emphaty* (empati)

Empati merupakan kemampuan karyawan untuk peduli dan memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan, seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan dalam memberikan perhatian tulus dan bersifat individual atau memahami masalah pelanggan dan bertindak demi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta tidak membedakan pelanggan. Empati dapat mendekatkan hubungan antara organisasi dan pelanggannya sehingga membentuk pola interaksi positif yang menguntungkan kedua belah pihak.

Dalam Islam sikap empati merupakan wujud dari keamanan karyawan untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dengan senang hati dalam melakukan transaksi, selain itu perilaku adil adalah memberikan hak kepada yang berhak. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Titin mengatakan bahwa:

---

<sup>70</sup> Wawancara dengan Nasabah BSI Belopa.

<sup>71</sup> Reza Aulia, Analisis Pendapat Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Indonesia Cabang Panam Pekanbaru, *Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru* (2021). 50.

“Saya merasa puas dengan layanan di bank ini karena mereka tidak membedakan status sosial nasabah, semua diperlakukan sama tanpa memandang latar belakang dan pekerjaan nasabahnya, baik yang naik mobil maupun naik motor mereka tetap santun dan menghargai nasabah dengan selayaknya”.<sup>72</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dan uji frekuensi kuesioner ditemukan bahwa layanan di BSI Belopa termasuk kategori baik. Hal ini sejalan dengan penelitian Aulia dari aspek empati termasuk dalam kategori baik.<sup>73</sup> Hal ini mencerminkan bahwa bank syariah baik dalam memahami keinginan nasabah.

#### 6. *Responsiveness* (daya tanggap)

Mampu membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. Misalnya kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani transaksi dan pelayanan keluhan pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Titin mengatakan bahwa:

“Saya memiliki tabungan di bank lain dan pengamatan saya dari satpamnya di bank lain hanya memberikan nomor antrian serta menyapa nasabah ketika baru masuk bank dan selebihnya membiarkan nasabah sedangkan pada Bank ini (BSI Belopa) selain memberikan salam dan nomor antrian kita juga dituntun langsung oleh satpam mengenai keperluan yang dibutuhkan seperti diajarkan cara pengisian slip pembukaan rekening, penarikan tanpa perlu kita yang menanyakan terlebih dahulu”.<sup>74</sup>

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa daya tanggap semua karyawan merupakan variabel penting yang menunjukkan keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, hal tersebut juga berlaku terhadap satpam sekalipun.

---

<sup>72</sup> Wawancara dengan Nasabah BSI Belopa.

<sup>73</sup> Reza Aulia, Analisis Pendapat Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Indonesia Cabang Panam Pekanbaru, *Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru* (2021). 50.

<sup>74</sup> Wawancara dengan Nasabah BSI Belopa.

Hasil wawancara dan uji frekuensi data termasuk kategori sangat baik. Hal ini sejalan dengan penelitian Nurmilasari bahwa persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan bank termasuk kedalam kategori sangat baik.<sup>75</sup>

---

<sup>75</sup> Nurmilasari R, Persepsi Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Bank BRI Unit Wasuponda Kabupaten Luwu Timur, *Skripsi IAIN Palopo* (2021), 50.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada Bab IV maka di dapat kesimpulan bahwa tingkat persepsi masyarakat kelurahan terhadap kualitas layanan BSI Belopa termasuk kategori sangat baik dengan persentase 81,00%. Sedangkan tingkat persepsi masyarakat pedesaan sebesar 79,95% yang berada dalam kategori baik. Tingkat persepsi ini diukur melalui aspek kepatuhan, jaminan, keandalan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Compliance* (kepatuhan), tingkat persepsi masyarakat kelurahan terhadap kualitas layanan sebesar 87,30% dengan kategori sangat baik. Sedangkan untuk tingkat persepsi masyarakat pedesaan diperoleh 79,08% termasuk dalam kategori baik.
2. *Assurance* (jaminan), tingkat persepsi masyarakat kelurahan terhadap kualitas layanan 81,27% dengan kategori sangat baik. Untuk tingkat persepsi masyarakat pedesaan sebesar 81,76% yang termasuk dalam kategori sangat baik pula.
3. *Reliability* (keandalan), tingkat persepsi masyarakat kelurahan terhadap kualitas layanan 81,22% yang termasuk kategori sangat baik. Sedangkan tingkat persepsi masyarakat pedesaan sebesar 80,98% yang termasuk kategori baik.

4. *Tangible* (bukti fisik) tingkat persepsi masyarakat kelurahan terhadap kualitas layanan 80,87% yang termasuk kategori baik. Sedangkan tingkat persepsi masyarakat pedesaan 80,87% berada dalam kategori baik.
5. *Emphaty* (empati), tingkat persepsi masyarakat kelurahan pada aspek empati sebesar 75,10% yang termasuk kategori baik. Sedangkan tingkat persepsi masyarakat pedesaan 76% yang termasuk kategori baik.
6. *Responsiveness* (daya tanggap), tingkat persepsi masyarakat kelurahan terhadap kualitas layanan 81,53% yang berarti kategori sangat baik. Sedangkan tingkat persepsi masyarakat pedesaan 81,27% yang berarti juga kategori sangat baik.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka peneliti memberikan saran:

1. Kepada para karyawan BSI Belopa untuk tetap mempertahankan kualitas layanan yang sudah baik dan memberikan pelayanan yang lebih baik lagi agar masyarakat pedesaan maupun masyarakat kelurahan merasa puas dan tetap loyal menggunakan jasa BSI Belopa.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar melakukan penelitian yang terkait tetapi dengan metode penelitian kualitatif agar mendapat informasi lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kementrian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Surabaya:Halim Publikasi & Distributing, 2014.
- Angelica, Diana. *Prilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Arif, M. Nur Rianto Al. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islam*. Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipto, 2002.
- Asnawi, Nur dan Masyhuri. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Bungin, Burhan. *Sosiologi Komonikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Fauzi, Ahmad. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Satria, 2004.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI). *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014.
- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi. Cet.7. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Kotler, Philip. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation And Control*. New Jersey: Prentice-Hall International, 2003.

- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Muhammad. *Manajemen Bank syariah*. Cet. II. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014.
- Nasution, M. Nur. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2004.
- Prasetji, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti Aksa. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa* Cet. ke-2. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia, 2016.
- Setiadi, Elly Malihah dan Usman Kolip. *Pengantar Sosiologi: Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, dan Pemecahannya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Slameto. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Edisi 2. Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suryawati, Kun Maryanti Jujun. *Sosiologi*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. *Manajemen Publik*. Jakarta: PT. Grasindo, 2005.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI Offset, 2000.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- Triandaru, Sigit dan Totok Budisantoso. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.

- Rivai, Veithzal, Andria Permata Veithzal, dan Ferry N Idroes. *Bank And Financial Institution Management*. Edisi 1. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Yusmad, Muammar Arafat. *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik*. Edisi 1. Cet.1. Yogyakarta: Depublish, 2017.
- Akmalia, Ikfi. “Analisis Kepuasan Nasabah atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang,” *Jurnal Manajemen Bisnis* 2, No. 1 (April, 2015): 69-79. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jmb/article/view/1485>.
- Anisah, Ariyun. “Persepsi Tokoh Masyarakat terhadap Perbankan Syariah di Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan.” *Ekonomi Syariah: Jurnal of Economic Studies* 1, No. 2 (Januari-Juli, 2019): 22-67. <http://dx.doi.org/10.30983/es.v1i2.435>.
- Astuti, Tri dan Indah Mustikawati. “Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah.” *Jurnal Nominal* 2. No. I (2018): 182-198. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/1655>.
- Cahyani, Putri Dwi. “Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta.” *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen* 6. No. 2 (Oktober, 2018): 151-162. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/esensi/article/view/3570>.
- Iffah, Lailatul, M. Faisal Abdullah dan Yulis Nurul Aini. “Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 3, No.1 (Agustus, 2018): 79-96. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/JES/article/download/5836/5400>.
- Kasmiah, St. Fitri, Fitri Kumalasari, dan Andi Muttaqin Mufti. “Persepsi Masyarakat Perkotaan dan Pedesaan terhadap Perbankan Syariah.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah* 2, No. 1 (2019): 22-38. <http://journal.iaialmawar.ac.id/index.php/jeps/article/view/166>.
- Oktaviani, Atika dan Lucky Rachmawati. “Persepsi Nasabah tentang Kepatuhan Syariah dan Good Corporate Governance terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya.” *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 2 (2019): 162-169. <http://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/28565>.

- Ramadani, Orin Verawati, Abdul Rahman Kadir, dan Abdullah Sanusi. “Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah pada BMT Barokatul Ummah di Kabupaten Merauke.” *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship (HJABE)* 2. No. 3 (Juli, 2019): 65-75. <http://feb.unhas.ac.id/jurnal/index.php/hjabe/article/download/241/142>.
- Sahrizal, Achmad Badri Andry dan Imam Buchori. “Persepsi Masyarakat Kelurahan Bulusidokare Terhadap Bank Syariah.” *Jurnal El-Qist* 7, No. 1 (April, 2019): 1.344-1.364. <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/elqist/article/view/98>.
- Muna, Nabila Nailul. “Persepsi Nasabah tentang Kualitas Pelayanan Bank: Bank Syariah Vs Bank Konvensional (Studi Kasus Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Provinsi Lampung).” *Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro*. (2019).
- R, Nurmilasari. “Persepsi Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan Pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Bank BRI Unit Wasuponda Kabupaten Luwu Timur”. *Skripsi IAIN Palopo*. (2021).
- Mira. Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan pada Bank Syariah Mandiri Pare-Pare. *Skripsi IAIN Pare-Pare* (2019).
- Aulia, Reza. Analisis Pendapat Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan di Bank Syariah Indonesia Cabang Panam Pekanbaru, *Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru* (2021).
- Setiawati, Indriani. “Persepsi Masyarakat Metro Pusat terhadap Kualitas Pelayanan Bank Syariah”, *Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro* (2018).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Luwu, Kecamatan Belopa dalam Angka 2020, [luwukab.bps.go.id](http://luwukab.bps.go.id).
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). <http://kbbi.web.id>.
- Wikipedia. Kabupaten Luwu. [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Belopa,\\_Luwu](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Belopa,_Luwu)
- Wawancara Nasabah BSI Belopa.

# **LAMPIRAN – LAMPIRAN**

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Kuesioner Penelitian
3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
4. Surat Izin Penelitian

## KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth,

Masyarakat Kecamatan Belopa, Kabupaten Luwu.

*Assalamu'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Nama : Musfira  
NIM : 16 0402 0209  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri Palopo

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya mengenai **“Persepsi Masyarakat terhadap Kualitas Layanan BSI Belopa (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan dan Masyarakat Pedesaan di Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu)”**. Kali ini, saya selaku peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Berikut kuesioner yang saya ajukan, mohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan tidak akan berpengaruh pada diri Bapak/Ibu/Saudara/i karena penelitian ini dilakukan semata-mata untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Atas kesediannya saya ucapkan terima kasih.

*Wasalamu'Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Penulis

## A. PROFIL RESPONDEN

Isi dan berikan tanda silang () pada kotak yang tersedia dibawah ini.

1. Nama :
2. Usia :  < 21 Tahun       41 – 50 Tahun  
 21 – 30 Tahun       > 50 Tahun  
 31 – 40 Tahun
3. Pendidikan Terakhir :  SD       SMA/MA/SMK  
 SMP/MTs       S1/S2/S3
4. Pekerjaan Responden :  PNS       Mahasiswa  
 Pedagang       Lainnya...  
 Petani
5. Alamat :  Desa Balubu       Desa Belopa       Desa Kurrusumanga  
 Desa Pasamai       Desa Senga Selatan       Kelurahan Balo-Balo  
 Kelurahan Senga       Kelurahan Tampumia Radda       Kelurahan Tanamanai

## B. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu membaca setiap butir pernyataan dengan cermat.
2. Silahkan beri tanda *check list* () pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pernyataan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban.
4. Jika ada kesalahan dalam memilih alternative jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beri tanda *check list* () pada kolom yang sesuai.
5. Semua pernyataan yang ada, mohon dijawab tanpa ada satupun yang terlewatkan.

## C. Keterangan Jawaban

Untuk menjawab pertanyaan/pernyataan berikut, silahkan disesuaikan dengan pengalaman anda selama menggunakan jasa bank syariah. Skala penilaian adalah sebagai berikut.

SINGKATAN	KETERANGAN	NILAI
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

### PERNYATAAN PENELITIAN

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
		5	4	3	2	1
<b><i>Compliance (Kepatuhan)</i></b>						
1	Menjalankan prinsip dan hukum Islam					
2	Tidak ada bunga baik untuk tabungan maupun pinjaman					
3	Menerapkan ketentuan layanan produk secara Islami					
4	Kesempatan mendapatkan pinjaman bebas bunga					
<b><i>Assurance (Jaminan)</i></b>						
1	Karyawan bersikap sopan dan ramah					
2	BSI Belopa menyediakan saran-saran keuangan					
3	Kerahasiaan data nasabah yang terjamin					
4	BSI Belopa menyediakan akses informasi rekening					
5	Karyawan BSI Belopa memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah					

<b>Reliability (Keandalan)</b>						
1	Layanan di BSI Belopa cepat dan tepat					
2	Penyediaan produk dan layanan yang luas					
3	Keamanan dalam bertransaksi yang terjamin					
4	Waktu (jam) layanan yang optimal					
5	Penggunaan nilai tambah layanan seperti ketersediaan ATM					
<b>Tangible (Bukti Fisik)</b>						
1	Karyawan memakai seragam yang bersih dan rapi					
2	Penyediaan area parkir yang memadai					
3	Interior kantor dan ruang tunggu yang nyaman					
4	Lokasi bank strategis dan mudah dijangkau					
<b>Empathy (Empati)</b>						
1	Karyawan mengetahui kebutuhan nasabah					
2	Nama, reputasi dan citra yang mudah dikenali					
3	Karyawan memberikan perhatian penuh kepada nasabah dalam hal pelayanan					
4	Karyawan tidak membeda-bedakan nasabah					
5	Penyediaan produk dan layanan yang menguntungkan					
<b>Responsiveness (Daya Tanggap)</b>						
1	Karyawan selalu bersedia membantu nasabah					
2	Karyawan selalu sigap menanggapi permintaan nasabah					

3	Karyawan membantu menyelesaikan keluhan nsabah					
4	Karyawan memberikan layanan yang tepat sesuai kebutuhan saya					

~ TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASINYA ~

**HASIL KUESIONER PENELITIAN**  
**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS LAYANAN BSI**  
**BELOPA (STUDI KASUS MASYARAKAT KELURAHAN DAN**  
**MASYARAKAT PEDESAAN DI KECAMATAN BELOPA**  
**KABUPATEN LUWU)**

RESPONDEN	DATA KUESIONER MASYARAKAT PEDESAAN DI BELOPA																
	KEPATUHAN				TOTAL	JAMINAN					TOTAL	KEANDALAN					TOTAL
	1	2	3	4		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	5	5	5	5	20	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21
2	4	4	4	5	17	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21
3	5	4	4	5	18	4	4	5	4	4	21	4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
6	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	3	17
9	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21
10	5	5	5	5	20	4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	5	22
11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
12	2	2	2	2	8	3	3	2	2	2	12	2	2	2	2	3	11
13	4	4	4	4	16	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
17	4	5	5	5	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
18	5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
19	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	3	17
22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	4	20
24	4	5	5	4	18	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	16	4	5	5	4	4	22	4	4	4	5	4	21
26	5	4	4	4	17	4	5	5	4	4	22	4	5	4	4	4	21

27	4	5	4	4	17	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20
28	4	5	5	5	19	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	4	21
29	4	4	5	4	17	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
30	5	4	5	5	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	4	16	5	5	4	4	4	22	4	5	5	5	5	24
32	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
33	5	4	4	4	17	4	5	4	4	4	21	4	5	4	5	4	22
34	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	5	21
35	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
36	4	5	4	4	17	4	5	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21
37	4	4	5	4	17	5	4	3	4	4	20	4	4	4	4	4	20
38	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22
40	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21	3	4	4	4	4	19
41	5	4	5	4	18	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	5	21
42	4	5	5	5	19	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
43	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
44	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
45	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
46	4	5	5	4	18	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20
47	5	4	4	4	17	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21
48	4	5	5	5	19	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
49	4	4	4	5	17	5	5	5	5	5	25	3	3	4	4	5	19
50	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
51	4	5	4	4	17	4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21
52	4	5	4	4	17	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	5	21
53	5	4	4	5	18	4	5	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21
54	4	4	4	4	16	3	3	5	5	4	20	4	4	4	4	4	20
55	4	4	5	5	18	4	5	5	5	5	24	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19
57	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
58	5	5	4	4	18	4	4	5	5	3	21	4	4	4	4	4	20
59	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
60	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	16	3	4	3	4	3	17	4	4	3	3	3	17
62	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
65	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
66	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20

67	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
68	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
69	5	5	4	4	18	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
70	4	3	2	5	19	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
71	4	3	5	4	17	4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	4	22
72	4	3	2	4	18	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	4	21
73	5	4	4	5	18	5	5	5	5	4	24	4	5	5	4	5	23
74	4	3	4	4	17	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	4	20
75	5	4	4	2	18	5	5	5	5	3	23	4	5	4	5	5	23
76	3	4	4	4	17	4	4	5	4	4	21	4	5	5	4	4	22
77	4	3	4	4	17	4	4	4	5	4	21	4	5	4	4	4	21
78	2	4	1	5	19	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
79	3	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
80	4	3	3	2	19	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20
81	2	3	2	4	17	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21
82	3	2	4	4	17	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	4	21
83	4	1	4	2	16	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
84	3	2	1	3	20	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	5	20
85	4	1	4	2	17	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
86	2	4	3	3	16	4	4	5	5	3	21	4	3	3	3	4	17
87	4	2	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
88	2	4	1	4	17	3	3	4	4	4	18	4	4	4	5	5	22
89	4	3	3	4	16	3	3	5	5	4	20	4	4	4	4	4	20
90	3	3	2	2	18	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	3	20
91	4	4	4	2	16	3	4	3	3	3	16	4	4	4	4	4	20
92	4	4	2	4	16	4	4	3	3	3	17	5	5	4	4	4	22
93	2	4	2	4	16	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	4	20
94	4	3	2	4	16	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	3	19
95	3	2	3	3	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
96	3	3	2	2	16	5	4	3	3	4	19	2	3	5	5	2	17
97	3	3	3	3	15	5	3	3	4	4	19	2	4	5	5	2	18
98	2	2	3	3	15	4	3	3	4	4	18	3	4	4	5	3	19
	<b>TOTAL</b>				<b>1550</b>	<b>TOTAL</b>				<b>2003</b>	<b>TOTAL</b>				<b>1984</b>		

RESPONDEN	DATA KUESIONER MASYARAKAT PEDESAAN DI BELOPA															
	BUKTI FISIK				TOTAL	EMPATI					TOTAL	DAYA TANGGAP				TOTAL
	1	2	3	4		1	2	3	4	5		1	2	3	4	
1	4	5	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	17
2	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
3	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	15
4	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	17
7	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	16
8	3	4	4	4	15	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	16
9	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	17
10	4	5	4	4	17	5	3	3	5	4	20	5	4	4	5	18
11	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	16
12	3	2	2	3	10	1	1	2	1	2	7	1	2	2	3	8
13	4	4	4	4	16	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	5	17
16	4	4	4	5	17	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	16
17	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	5	17
18	4	5	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	5	17
20	4	4	4	5	17	5	5	3	4	4	21	4	4	4	4	16
21	4	4	4	3	15	4	4	4	3	3	18	4	4	5	5	18
22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
26	5	5	4	4	18	4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	17
27	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21	5	4	4	5	18
28	5	4	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	17
29	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	17
30	4	5	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16	3	5	5	5	4	22	4	3	4	4	15
32	4	4	4	5	17	4	4	3	4	4	19	4	4	5	5	18
33	4	4	5	4	17	4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	17
34	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	16

36	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	17
37	4	4	4	5	17	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	16
38	5	4	4	4	17	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16
39	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	5	4	17
40	4	4	4	4	16	5	4	3	4	4	20	4	4	4	4	16
41	4	4	4	5	17	4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	17
42	4	5	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
43	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	17
44	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
45	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
46	4	5	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	5	17
47	5	4	4	4	17	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	16
48	4	4	5	4	17	4	3	4	4	4	19	5	4	4	4	17
49	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17
51	4	5	4	4	17	4	5	4	4	4	21	4	5	4	5	18
52	5	4	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	17
53	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	5	4	5	18
54	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	16	3	4	5	4	4	20	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16
57	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	18	4	4	4	3	15
60	4	4	4	4	16	3	3	3	2	2	13	4	4	4	4	16
61	4	4	4	4	16	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	16
62	2	3	1	2	8	3	1	2	4	2	12	4	4	1	1	10
63	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
64	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	18
65	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	5	17
66	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
67	4	4	5	4	17	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	16
68	4	4	5	5	18	5	4	3	4	4	20	4	4	4	4	16
69	4	4	4	5	17	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	16
70	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
72	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	5	4	17
73	4	4	4	5	17	4	4	5	5	4	22	5	5	4	4	18
74	4	5	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	4	5	4	17
75	3	3	2	4	12	5	4	4	5	3	21	4	5	4	3	16

76	4	5	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	4	5	4	17
77	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	17
78	4	5	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	17
79	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
80	4	5	5	4	18	4	4	3	4	4	19	4	4	5	4	17
81	5	5	4	4	18	4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	17
82	4	5	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	5	17
85	4	4	5	4	17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
86	4	4	4	4	16	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	16
88	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	16
91	4	4	4	4	16	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	16
92	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
93	5	4	3	3	15	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	16
94	4	4	4	4	16	4	4	2	3	3	16	4	4	4	4	16
95	4	4	4	4	16	5	5	4	4	5	23	4	5	4	3	16
96	4	5	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
97	3	3	4	5	15	4	3	1	5	5	18	4	4	3	4	15
98	3	3	4	5	15	4	2	1	5	5	17	5	4	3	4	16
	<b>TOTAL</b>				<b>1585</b>	<b>TOTAL</b>				<b>1862</b>	<b>TOTAL</b>				<b>1593</b>	

RESPONDEN	DATA KUESIONER KELURAHAN BELOPA																
	KEPATUHAN				TOTAL	JAMINAN					TOTAL	KEANDALAN					TOTAL
	1	2	3	4		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
2	3	3	4	4	14	4	4	4	4	3	19	5	4	5	3	4	21
3	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	16	3	3	4	5	3	18	4	4	4	3	5	20
5	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15	4	4	4	5	5	22
6	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	19	4	5	5	5	5	24
7	4	5	4	5	18	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21
8	5	4	5	5	19	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	16	5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	4	20
10	4	5	4	5	18	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	4	23
11	4	5	4	5	18	5	4	4	5	5	23	5	4	5	4	4	22
12	4	5	4	5	18	5	4	5	4	5	23	5	4	4	4	4	21
13	4	5	4	5	18	5	4	4	5	4	22	5	4	4	4	4	21
14	4	5	4	5	18	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	4	21
15	4	5	4	5	18	5	4	4	4	5	22	5	4	5	4	4	22
16	4	5	4	5	18	5	4	5	4	5	23	5	4	4	4	4	21
17	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20	2	3	3	3	3	14
18	4	5	4	5	18	5	4	5	4	5	23	5	4	4	4	4	21
19	4	4	4	4	16	3	4	3	4	3	17	4	4	4	4	4	20
20	4	5	4	5	18	5	4	4	4	5	22	5	5	4	4	4	22
21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
22	4	4	4	3	15	4	4	3	3	4	18	4	4	3	3	3	17
23	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
24	4	5	4	5	18	5	4	4	4	4	21	5	5	5	4	4	23
25	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
26	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
27	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	3	16
28	4	5	4	5	18	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	4	21
29	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
30	4	5	4	5	18	5	4	4	5	4	22	5	4	4	4	4	21
31	4	5	4	5	18	5	4	4	5	5	23	5	4	4	4	4	21
32	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
33	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20
34	4	4	5	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22

35	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	5	21
36	4	4	4	4	16	5	4	4	5	4	22	5	4	5	5	5	24
37	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	3	4	5	5	5	22
38	4	4	4	4	16	5	4	5	4	4	22	4	4	5	5	5	23
39	4	4	4	4	16	5	4	5	4	4	22	5	4	5	5	5	24
40	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
41	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
42	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	3	16
43	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
44	5	3	4	3	15	5	3	3	3	3	17	2	3	5	5	3	18
45	4	5	4	5	18	5	4	4	4	5	22	5	5	4	4	4	22
46	4	4	4	5	17	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20
47	4	5	4	5	18	5	4	4	4	5	22	5	4	5	4	4	22
48	4	4	4	5	17	5	4	5	4	4	22	5	5	4	4	4	22
49	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	5	21
50	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
51	5	4	4	5	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
53	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	3	15	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	4	16
55	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
56	5	5	5	5	20	4	4	4	5	4	21	3	2	5	4	2	16
57	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
58	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
60	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
61	5	5	5	5	20	5	5	3	3	3	19	4	4	5	4	4	21
62	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
63	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	16	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20
65	2	5	4	4	15	3	4	4	4	3	18	4	4	4	3	4	19
66	5	5	5	5	20	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	3	15
67	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
68	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
70	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
71	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
72	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
73	5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
74	5	5	5	5	20	4	4	4	2	3	17	4	4	4	3	3	18

75	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
76	4	3	3	3	13	4	3	3	4	4	18	4	4	4	5	5	22
77	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
78	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
79	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
80	5	3	3	3	14	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
81	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
82	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
83	4	4	5	5	18	4	3	3	4	3	17	4	4	4	4	4	20
84	5	5	4	4	18	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
85	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
86	4	4	5	5	18	4	3	4	3	4	18	4	5	4	4	4	21
87	5	5	5	5	20	4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	5	22
88	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21
89	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
90	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
91	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
92	5	4	5	5	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
93	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21	2	4	5	5	2	18
94	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	5	21
95	4	4	4	4	16	5	4	4	3	4	20	4	4	4	4	4	20
96	4	3	3	3	13	4	3	3	4	4	18	4	4	4	5	5	22
97	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
98	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
	<b>Total</b>				<b>1711</b>	<b>Total</b>					<b>1991</b>	<b>Total</b>					<b>1990</b>

RESPONDEN	DATA KUESIONER KELURAHAN BELOPA															
	BUKTI FISIK				TOTAL	EMPATI					TOTAL	DAYA TANGGAP				TOTAL
	1	2	3	4		1	2	3	4	5		1	2	3	4	
1	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
2	4	4	4	4	16	4	3	4	5	5	21	5	5	5	5	20
3	5	5	5	5	20	4	5	4	4	4	21	4	4	5	5	18
4	4	4	4	4	16	4	4	2	4	4	18	4	5	4	5	18
5	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15
6	4	5	5	4	18	4	4	3	2	4	17	5	4	5	4	18
7	5	5	4	4	18	4	5	3	4	4	20	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	5	4	17
9	4	4	4	4	16	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	16
10	5	5	4	4	18	4	4	3	5	4	20	5	5	5	5	20
11	5	5	4	4	18	5	4	3	5	4	21	5	5	5	5	20
12	4	4	5	4	17	4	4	3	4	4	19	5	5	5	5	20
13	4	5	4	5	18	4	4	3	4	5	20	5	5	5	5	20
14	4	5	4	4	17	4	4	3	5	4	20	5	5	5	5	20
15	4	5	4	5	18	4	4	3	4	4	19	5	5	5	5	20
16	4	5	4	5	18	4	4	3	5	4	20	4	4	4	4	16
17	4	4	4	4	16	3	4	5	4	4	20	4	3	3	4	14
18	4	5	4	4	17	5	4	3	4	4	20	5	5	5	5	20
19	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	16
20	4	5	4	5	18	4	4	3	4	4	19	5	5	5	5	20
21	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	16
22	4	4	4	4	16	4	4	2	4	4	18	3	3	3	3	12
23	3	3	3	3	12	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	12
24	4	5	4	4	17	4	4	3	4	4	19	4	5	5	5	19
25	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16	4	3	2	4	4	17	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	16	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	12
28	4	4	4	5	17	4	4	3	5	4	20	5	5	5	5	20
29	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	5	17
30	4	4	4	4	16	4	4	3	5	5	21	5	4	5	5	19
31	4	5	4	5	18	4	4	3	5	4	20	5	5	5	5	20
32	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	16
34	4	5	4	4	17	4	4	3	4	5	20	4	4	4	5	17
35	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
36	4	3	4	5	16	5	5	4	5	5	24	5	4	3	4	16

37	4	4	5	5	18	5	5	4	5	4	23	5	4	4	4	17
38	4	3	5	5	17	5	3	4	5	4	21	5	4	4	4	17
39	5	4	5	4	18	5	4	3	5	4	21	5	4	4	4	17
40	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
41	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
42	3	3	4	4	14	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	15
43	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
44	3	2	5	5	15	4	3	2	5	5	19	5	5	4	4	18
45	4	5	4	4	17	4	4	3	4	4	19	5	4	5	5	19
46	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16	4	4	3	4	5	20	4	5	5	5	19
48	5	5	4	4	18	4	4	3	4	4	19	5	4	5	5	19
49	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	5	17
50	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
51	4	5	4	4	17	4	4	3	4	4	19	5	4	4	4	17
52	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
54	4	3	3	3	13	4	4	4	3	3	18	3	4	4	4	15
55	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
56	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
57	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	16
59	3	3	3	3	12	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	12
60	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
61	4	3	4	4	15	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	16
62	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
63	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
64	3	4	3	4	14	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
65	3	4	4	4	15	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	15
66	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
67	4	4	4	4	16	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	16
68	4	4	4	4	16	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
70	4	4	4	4	16	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	12
71	4	4	4	4	16	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	16
72	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
73	4	4	4	4	16	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	12
74	3	3	3	3	12	3	3	2	3	3	14	4	4	3	3	14
5	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	16

76	4	4	4	4	16	3	3	2	4	4	16	4	3	2	3	12
----	---	---	---	---	----	---	---	---	---	---	----	---	---	---	---	----

77	4	4	4	4	16	3	3	2	5	4	17	4	4	4	4	16		
78	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	16		
79	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12		
80	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12		
81	4	3	3	3	13	4	4	4	3	3	18	3	3	3	3	12		
82	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16		
83	4	4	4	4	16	3	5	4	4	5	21	4	3	3	4	14		
84	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	5	5	4	18		
85	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16		
86	4	4	4	4	16	4	4	2	4	4	18	4	5	5	2	16		
87	4	5	4	4	17	4	3	3	5	4	19	5	4	4	5	18		
88	4	4	5	4	17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	5	17		
89	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16		
90	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16		
91	4	4	4	4	16	4	4	3	3	3	17	3	3	3	3	12		
92	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16		
93	4	3	5	5	17	4	2	2	5	4	17	4	4	2	4	14		
94	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	17		
95	3	3	5	5	16	3	3	2	5	5	18	5	5	3	4	17		
96	4	4	4	4	16	3	3	2	4	4	16	4	3	2	3	12		
97	4	4	4	4	16	3	3	5	5	4	17	4	4	4	4	16		
98	4	4	4	4	16	3	3	5	3	3	15	4	4	4	4	16		
<b>Total</b>		<b>1585</b>				<b>Total</b>					<b>1841</b>				<b>Total</b>			<b>1598</b>

**HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS  
PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS  
LAYANAN BSI BELOPA (STUDI KASUS MASYARAKAT  
KELURAHAN DAN MASYARAKAT PEDESAAN DI  
KECAMATAN BELOPA KABUPATEN LUWU)**

**A. Uji Validitas**

**1. Kepatuhan**

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TotalX1
X1.1	Pearson Correlation	1	,277	,317	,107	,640**
	Sig. (2-tailed)		,139	,088	,574	,000
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,277	1	,600**	,368*	,761**
	Sig. (2-tailed)	,139		,000	,046	,000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,317	,600**	1	,316	,739**
	Sig. (2-tailed)	,088	,000		,089	,000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,107	,368*	,316	1	,670**
	Sig. (2-tailed)	,574	,046	,089		,000
	N	30	30	30	30	30
TotalX1	Pearson Correlation	,640**	,761**	,739**	,670**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	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).

**2. Jaminan**

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TotalX2
X2.1	Pearson Correlation	1	,219	-,211	,245	-,159	,466**

	Sig. (2-tailed)		,245	,264	,192	,401	,009
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,219	1	,145	-,079	,083	,504**
	Sig. (2-tailed)	,245		,445	,680	,664	,005
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	-,211	,145	1	,122	,134	,527**
	Sig. (2-tailed)	,264	,445		,521	,481	,003
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,245	-,079	,122	1	,186	,557**
	Sig. (2-tailed)	,192	,680	,521		,325	,001
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	-,159	,083	,134	,186	1	,453*
	Sig. (2-tailed)	,401	,664	,481	,325		,012
	N	30	30	30	30	30	30
TotalX2	Pearson Correlation	,466**	,504**	,527**	,557**	,453*	1
	Sig. (2-tailed)	,009	,005	,003	,001	,012	
	N	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).

### 3. Keandalan

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TotalX3
X3.1	Pearson Correlation	1	-,037	,166	,005	,067	,509**
	Sig. (2-tailed)		,848	,380	,980	,723	,004
	N	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	-,037	1	,000	,184	,110	,543**
	Sig. (2-tailed)	,848		1,000	,332	,564	,002
	N	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	,166	,000	1	-,004	,146	,441*
	Sig. (2-tailed)	,380	1,000		,982	,443	,015
	N	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	,005	,184	-,004	1	,418*	,569**
	Sig. (2-tailed)	,980	,332	,982		,021	,001
	N	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	,067	,110	,146	,418*	1	,578**

	Sig. (2-tailed)	,723	,564	,443	,021		,001
	N	30	30	30	30	30	30
TotalX3	Pearson Correlation	,509**	,543**	,441*	,569**	,578**	1
	Sig. (2-tailed)	,004	,002	,015	,001	,001	
	N	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).

#### 4. Bukti Fisik

##### Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TotalX4
X4.1	Pearson Correlation	1	,153	-,163	,335	,598**
	Sig. (2-tailed)		,420	,389	,070	,000
	N	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	,153	1	-,108	,168	,580**
	Sig. (2-tailed)	,420		,570	,374	,001
	N	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	-,163	-,108	1	,372*	,424*
	Sig. (2-tailed)	,389	,570		,043	,020
	N	30	30	30	30	30
X4.4	Pearson Correlation	,335	,168	,372*	1	,730**
	Sig. (2-tailed)	,070	,374	,043		,000
	N	30	30	30	30	30
TotalX4	Pearson Correlation	,598**	,580**	,424*	,730**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,020	,000	
	N	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).

#### 5. Empati

##### Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	TotalX5
X5.1	Pearson Correlation	1	,153	-,163	,335	-,053	,445*
	Sig. (2-tailed)		,420	,389	,070	,783	,014
	N	30	30	30	30	30	30
X5.2	Pearson Correlation	,153	1	-,108	,168	,301	,553**

	Sig. (2-tailed)	,420		,570	,374	,106	,002
	N	30	30	30	30	30	30
X5.3	Pearson Correlation	-,163	-,108	1	,372*	,519**	,508**
	Sig. (2-tailed)	,389	,570		,043	,003	,004
	N	30	30	30	30	30	30
X5.4	Pearson Correlation	,335	,168	,372*	1	,539**	,752**
	Sig. (2-tailed)	,070	,374	,043		,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X5.5	Pearson Correlation	-,053	,301	,519**	,539**	1	,753**
	Sig. (2-tailed)	,783	,106	,003	,002		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TotalX5	Pearson Correlation	,445*	,553**	,508**	,752**	,753**	1
	Sig. (2-tailed)	,014	,002	,004	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

## 6. Daya Tanggap

### Correlations

		X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	TotalX6
X6.1	Pearson Correlation	1	,153	-,163	,335	,598**
	Sig. (2-tailed)		,420	,389	,070	,000
	N	30	30	30	30	30
X6.2	Pearson Correlation	,153	1	-,108	,168	,580**
	Sig. (2-tailed)	,420		,570	,374	,001
	N	30	30	30	30	30
X6.3	Pearson Correlation	-,163	-,108	1	,372*	,424*
	Sig. (2-tailed)	,389	,570		,043	,020
	N	30	30	30	30	30
X6.4	Pearson Correlation	,335	,168	,372*	1	,730**
	Sig. (2-tailed)	,070	,374	,043		,000
	N	30	30	30	30	30
TotalX6	Pearson Correlation	,598**	,580**	,424*	,730**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,020	,000	
	N	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).

## **B. Uji Reliabilitas**

### **1. Kepatuhan**

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,771	5

### **2. Jaminan**

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,653	6

### **3. Keandalan**

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,678	6

### **4. Bukti Fisik**

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,694	5

### **5. Empati**

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,724	6

### **6. Daya Tanggap**

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,694	5

# SURAT IZIN PENELITIAN



## PEMERINTAH KABUPATEN LUWU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Alamat : Jl. Opu Daeng Risaju No. 1, Belopa Telpn : (0471) 3314115

Nomor : 006/PENELITIAN/05.15/DPMPSTP/II/2022  
Lamp : -  
Sifat : Biasa  
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada  
Yth. Pimpinan BSI Kcp Belopa  
di -  
Tempat

Berdasarkan Surat Dekan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo : B 04 /In.19/FEBI.04/KS.02/01/2022 tanggal 11 Januari 2022 tentang permohonan Izin Penelitian. Dengan ini disampaikan kepada saudara (i) bahwa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Musfira  
Tempat/Tgl Lahir : Murante / 11 Maret 1999  
Nim : 16 0402 0209  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Alamat : Dsn. Murante  
Desa Murante  
Kecamatan Suli

Bermaksud akan mengadakan penelitian di daerah/instansi Saudara (i) dalam rangka penyusunan "Skripsi" dengan judul :

### PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS LAYANAN BSI BELOPA (STUDI KASUS MASYARAKAT KELURAHAN DAN MASYARAKAT PEDESAAN DI KECAMATAN BELOPA KABUPATEN LUWU)

Yang akan dilaksanakan di **BSI BELOPA**, pada tanggal **13 Januari 2022 s/d 13 Februari 2022**

Sehubungan hal tersebut di atas pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan sbb :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan harus melaporkan kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil penelitian kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
5. Surat Izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.



Diterbitkan di Kabupaten Luwu  
Pada tanggal : 13 Januari 2022  
Kepala Dinas,

**Drs. H. RAHMAT ANDIPARANA**  
Pangkat : Pembina Tk. I IV/b  
NIP : 19641231 199403 1 079

#### Tembusan :

1. Bupati Luwu (sebagai Laporan) di Belopa;
2. Kepala Kesbangpol dan Linmas Kab. Luwu di Belopa;
3. Dekan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo;
4. Mahasiswa (i) Musfira;
5. Arsip.

## RIWAYAT HIDUP



**Musfira**, lahir di Desa Murante Kec. Suli Kab. Luwu pada tanggal 11 Maret 1999. Penulis merupakan anak ketiga dari tujuh bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Rahman Rauf dan ibu bernama Andi Esse. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Desa Murante Kec. Suli, Kab. Luwu.

Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2010 di SDN 11 Buntu Barana, kemudian di tahun yang sama menempuh pendidikan di MTs Al-Khaeriah Murante dan selesai pada tahun 2013, kemudian melanjutkan di MAN Suli. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan di bidang perbankan yaitu Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Pada akhirnya penulis membuat tugas akhir skripsi untuk menyelesaikan pendidikan S1 dengan judul Skripsi “Persepsi Masyarakat terhadap Kualitas Layanan BSI Belopa (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan dan Masyarakat Pedesaan di Kecamatan Belopa Kabupaten Luwu)”.

contact person penulis: [musfira\\_mhs@iainpalopo.ac.id](mailto:musfira_mhs@iainpalopo.ac.id)