

**PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE* TERHADAP
LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH
INDONESIA KC PALOPO**

Skripsi

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



IAIN PALOPO

Oleh

Alika Mustahir
2004020047

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

**PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE* TERHADAP
LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH
INDONESIA KC PALOPO**

Skripsi

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



IAIN PALOPO

Oleh

Alika Mustahir
2004020047

Pembimbing:

Andi Farhami Lahila M., S.E.Sy., M.E.Sy.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alika Mustahir
Nim : 2004020047
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan karya hasil saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikat 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. Selagi kekeliruan dan kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana dikemudian 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.

Yang membuat pernyataan



Palopo, 29 April 2025

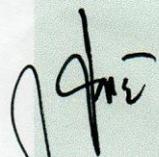
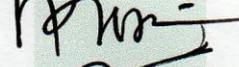
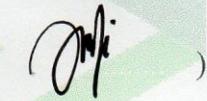
[Signature]
Alika Mustahir
NIM 2004020047

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh *Service Excellence* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palopo yang ditulis oleh Alika Mustahir Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004020047, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 29 April 2025 Miladiyah bertepatan dengan 1 Dzulqa'dah 1446 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 02 Mei 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Rismayanti, S.E., M.Si. | Penguji I | () |
| 4. Jumarni, ST., M.E.Sy. | Penguji II | () |
| 5. Andi Farhami Lahila M, S.E.Sy., M.E.Sy. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

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

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP. 198201242009012006



Edi Iner Setiawan, S.E., M.M.
NIP. 1972019031005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا
مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Service Excellence* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palopo”** setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan serta para pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam program studi Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada orang tua tercinta Mustahir dan Samsinar yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil, selalu memohon keselamatan dan kesuksesan dunia dan akhirat untuk putrinya dan selalu mengusahakan pendidikan terbaik bagi penulis selama ini. Kata bapak yang selalu penulis ingat “sembarang kamu mau jadi apa dan sekolah setinggi apa yang penting besar nanti kamu harus jadi lebih baik dari bapak”. Singkat padat dan jelas itulah satu kalimat yang selalu terngiang hingga membawa

penulis sampai pada proses menjadi sarjana. Mudah-mudahan Allah saw mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Rektor IAIN Palopo Dr. Abbas Langaji, M.Ag. Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Dr. Munir Yusuf, M.Pd, Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Dr.Masruddin, S.S., M.Hum, dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Mustaming, S,Ag., M.HI, yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, S.HI., M.HI, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Ilham, S.Ag., M.A selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Hj. Dr. Alia Lestari, S.Si., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. selaku ketua Prodi Perbankan Syariah, Umar, S.E., M.SE. selaku sekretaris Prodi Perbankan Syariah beserta para dosen, asisten dosen Prodi Perbankan Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Perbankan Syariah.

4. Andi Farhami Lahila M, S.E.Sy., M.E.Sy selaku pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, motivasi dan semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Rismayanti, S.E., M.Si. selaku dosen penguji I dan Jumarni, ST., M.E.Sy. Selaku dosen penguji II yang telah memberikan kritikan dan saran arahan untuk penyelesaian skripsi ini.
6. Hendra Safri, S.E., M.M selaku Dosen Penasehat Akademik.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Abu Bakar, S.Pd., M.M, 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 semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2020 (khususnya kelas PBS B), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

Palopo, 29 April 2025

Penulis

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

1) Transliterasi Arab-Latin

1. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim.	J	Je
ح	Ha'	H	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha.	K	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	S	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik bawah)
ط	Ta	T	te (dengan titik bawah).
ظ	Za	Z	zet (dengan titik bawah).

ع	'ain	'	apstrof 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 diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun,jika ia terletak di tengah atau di akhir maka ditulis dengan tanda (').

2. Vocal

Vocal Bahasa arab,seperti vocal Bahasa Indonesia , terdiri atas vocal

tunggal atau monofong dan vocal rangkap atau diftong. Vocal tunggal Bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, translitnya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Fathah</i>	A	A
ا	<i>Kasrah</i>	I	I
ا	<i>Dammah</i>	U	U

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah dan ya'</i>	Ai	a dan i
ا	<i>Fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, translitenya berupa gabungan huruf:

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلٌ : *haul*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat atau huruf, translitenya berupa huruf dan tanda yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا	<i>Fathah dan alif atau ya'</i>	A	a garis di atas
ا	<i>Kasrah dan ya'</i>	I	i garis di atas

وَا	<i>Dammah dan wau</i>	U	u garis di atas
-----	-----------------------	---	-----------------

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Ta marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu: *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

5. Syaddah (Tasydid)

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

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجِّنَا	: <i>najjaīnā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-ḥaqq</i>
الْحَجُّ	: <i>al-ḥajj</i>
نُعِمُّ	: <i>nu‘īma</i>
عُدُّو	: <i>‘aduwwun</i>

6. Kata Sandang

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

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (<i>az-zalزالah</i>)
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

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.

Contohnya:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

الْأَنْوَاءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *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 sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *al-Qur'an*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi Zilal al-Qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

Al-'Ibarat bi 'umum al-lafz la bi khusus al-sabab

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata ,Allah'yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa

huruf hamzah. Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada lafz *al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

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 Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallaḏī bi Bakkata mubārakan

Ṣyahru Ramaḏān al-laḏī unzila fih al-Qur‘ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābī

Al-Gazālī

Al-Munqiz min al-Ḍalāl

11. Daftar singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan

Sw.	= <i>subhanahu wa ta`ala</i>
Saw.	= <i>shallallahu `alaihi wa sallam</i>
as	= <i>`alaihi as-salam</i>
H	= Hijriah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
I	= lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= wafat tahun
Qs.../...4	= QS Al-Baqarah /2:4 atau QS Ali-`Imran/3:4

DAFTAR PUSTAKA

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR PUSTAKA.....	xv
ABSTRAK	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	8
B. Landasan Teori.....	12
C. Kerangka Pikir	33
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Jenis Penelitian	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	35
C. Definisi Operasional Variabel.....	35
D. Populasi dan Sampel.....	38
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40

F. Instrumen Penelitian.....	42
G. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Hasil Penelitian.....	48
B. Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN.....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat Q.S Al-ahzab ayat 21	13
Kutipan Ayat Q.S Ali Imran ayat 3:159.....	19
Kutipan Ayat Q.S Al-Hujarat ayat 15	23

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2.2 Indikator Pengukuran Service Excellence	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.2 Skala Linkert.....	38
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas pada Variabel Service Excellence.....	39
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas pada Variabel Loyalitas Nasabah.....	40
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	41
Tabel 4. 1 Klasifikasi Sampel Berdasarkan Usia	53
Tabel 4. 2 Klasifikasi Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4. 3 Klasifikasi Sampel Berdasarkan Pendidikan	54
Tabel 4. 4 Klasifikasi Sampel Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan BSI.....	54
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas pada Variabel Service Excellence (X)	55
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas pada Variabel Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo (Y).....	56
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas pada Variabel Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo (Y).....	57
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Glejser.....	62
Tabel 4. 11 Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Parsial (Uji T)	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan).....	67

Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	21
Gambar 4.1 Logo BSI	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Izin Meneliti

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Data Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 Dokumentasi

ABSTRAK

ALIKA MUSTAHIR, 2025. “Pengaruh *Service Excellence* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palopo”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Andi Farhami Lahila M.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah *service excellence* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palopo. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *service excellence* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palopo. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu dengan penyajian hasil penelitian dalam bentuk angka-angka atau statistik guna menguji hipotesis dengan bantuan program SPSS *versi* 26. Sampel dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palopo yang berjumlah 100 orang yang dijumlah menggunakan rumus slovin. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan penyebaran kuesioner/angket. Berdasarkan hasil pengujian, penelitian menyatakan bahwa sikap (X1) berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo (Y) dimana nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung -4,338 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985. Variabel perhatian (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo (Y) dimana nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung 4,871 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985. Variabel tindakan (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo (Y) dimana nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung 4,939 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985. Variabel penampilan (X4) tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo (Y) dimana nilai sig. 0,390 lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung -0,864 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,985. Variabel tanggung jawab (X5) berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo (Y) dimana nilai sig. 0,039 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung -2,090 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985. Hasil dari uji koefisien determinasi diperoleh variabel sikap, perhatian, tindakan, penampilan, dan tanggung jawab sebesar 49,7% dan sisanya 50,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Pengaruh, *Service Excellence*, Loyalitas Nasabah.

ABSTRACT

ALIKA MUSTAHIR, 2025. "The Influence of Service Excellence on Customer Loyalty at Bank Syariah Indonesia KC Palopo." Undergraduate Thesis, Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic Institute of Palopo. Supervised by Andi Farhami Lahila M.

The formulation of the problem in this research is whether service excellence influences customer loyalty at BSI KC Palopo. The aim of this research is to determine the effect of service excellence on customer loyalty at BSI KC Palopo. This type of research uses quantitative methods, namely by presenting research results in the form of numbers or statistics in order to test hypotheses with the help of the SPSS version 26 program. The sample in this research is Bank BSI KC Palopo customers totaling 100 people who were added up using the Slovin formula. The data collection techniques used were observation and distribution of questionnaires. Based on the test results, the research states that attitude (X1) has a significant negative effect on customer loyalty at BSI KC Palopo (Y) where the sig. 0.000 is smaller than 0.05 and the t value of -4.338 is greater than the t table of 1,985. The attention variable (X2) has a significant positive effect on BSI KC Palopo customer loyalty (Y) where the sig. 0.000 is smaller than 0.05 and the calculated t value of 4.871 is greater than the t table of 1,985. The action variable (X3) has a significant positive effect on BSI KC Palopo customer loyalty (Y) where the sig. 0.000 is smaller than 0.05 and the calculated t value of 4.939 is greater than the t table of 1,985. The appearance variable (X4) has no effect on BSI KC Palopo customer loyalty (Y) where the sig. 0.390 is greater than 0.05 and the calculated t value is -0.864 smaller than the t table of 1,985. The responsibility variable (X5) has a significant negative effect on BSI KC Palopo customer loyalty (Y) where the sig. 0.039 is smaller than 0.05 and the calculated t value is -2.090 greater than the t table of 1,985. The results of the coefficient of determination test show that the variables of attitude, attention, action, appearance and responsibility are 49.7% and the remaining 50.3% is influenced by other factors not explained in this research.

Keywords: Influence, Service Excellence, Customer Loyalty.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan Bank Syariah di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, dengan terlaksanakannya tiga bank syariah yang membentuk Bank Syariah Indonesia (BSI). bank syariah Indonesia resmi beroperasi pada 1 Februari 2021. Peran bank syariah sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui peningkatan sektor investasi melalui dana pihak ketiga dan pembiayaan kepada masyarakat.

Perkembangan keuangan syariah saat ini memang mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang pesat, peningkatan perekonomian di Indonesia sangat terkait dengan perkembangan sektor perbankan nasional. Industri perbankan memiliki peran strategis dan menentukan dalam perekonomian Indonesia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Perusahaan dapat memberikan kesan/citra yang baik melalui produk dan layanan yang disediakan kepada nasabah.

Perlahan-perlahan perkembangan bank syariah di Indonesia melaju dengan pasti dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, sektor perbankan syariah di Indonesia semakin kokoh dan menjadi pendorong pertumbuhan perbankan syariah. Saat ini bank syariah sedang berupaya meningkatkan kualitas layanan agar dapat bersaing dengan bank konvensional. Fokus pengembangan kualitas layanan bank syariah meliputi akses

teknologi seperti ATM, mobile banking, dan internet banking, selain itu, untuk bersaing dengan bank konvensional, bank syariah juga harus mengedepankan inovasi dalam pengembangan produk dan layanan.¹

Perbankan syariah adalah sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan Syariah Islam. Upaya untuk menciptakan sistem ini didasarkan pada larangan agama Islam untuk memungut atau meminjamkan dengan bunga atau disebut riba dan larangan investasi perusahaan yang tergolong ilegal, jika tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan.²

Adapun salah satu Bank Syariah yang ada di Indonesia yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah BSI KC Palopo, yang merupakan hasil gabungan dari ketiga Bank syariah yakni Bank BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan Bank BRI Syariah. BSI KC Palopo, dimana melayani nasabah dengan berbagai transaksi layanan jasa dan produk.

BSI dituntut untuk terus menerus meningkatkan pelayanan kepada nasabah dan calon nasabah guna untuk meningkatkan kinerja secara berkelanjutan. Peningkatan kualitas layanan akan berdampak pada kinerja perbankan secara keseluruhan, yang mencerminkan pencapaian program kerja untuk mencapai visi, misi dan tujuan perbankan.

Berbagai upaya yang dilakukan oleh BSI KC Palopo untuk meningkatkan pelayanan, diantaranya dengan didukung oleh para tenaga operasional yang

¹ Analisis Perkembangan and Perbankan Syariah, 'Ari Susanto, Adiana Novita, Deni Alatas, Agung Apriana, "Analisis Perkembangan Perbankan Syariah Di Kabupaten Subang", Jurnal Perbankan Syariah Indonesia,' 2.1 (2023), 11–12 <https://doi.org/10.57171/jpsi.v2i1.70>.

² Helena Sihotang, Nawary Saragih, Evelin Roma Riauli Silalahi, 'Pentingnya Penerapan Service Excellence Di Perguruan Tinggi', *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, (2023), <https://ejournal.ust.ac.id/index.php/KAIZEN/article/view/2813>.

professional dan berpengalaman yang mempunyai kompetensi dalam bidang masing-masing. Oleh karena itu, perusahaan wajib benar-benar memahami bagaimana menjual jasa. Pengetahuan mengenai apa yang dibutuhkan oleh nasabah, siapa saja yang menjadi konsumen, dimana konsumen dapat memenuhi kebutuhannya, mengapa konsumen membutuhkan, bagaimana konsumen menggunakan produk. Sehingga yang melatar belakangi permasalahan dalam penelitian ini adalah banyaknya upaya yang telah dilakukan oleh pihak perusahaan akan tetapi tidak diimbangi dengan peningkatan nasabah.

Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan mempengaruhi loyalitas mereka terhadap bank, baik dalam penggunaan produk dan jasa penghimpunan dana maupun panyaluran dana (pembiayaan). Keloyalitas nasabah sangat tergantung pada pelayanan yang diberikan oleh bank. Sebaliknya, jika pelayanan yang tidak adil dalam jangka panjang dapat berpotensi membahayakan pertumbuhan perbankan yang bersangkutan.

Berdasarkan hasil observasi dilapangan menunjukkan bahwa hanya ada satu *teller* dan satu *customer service* (cs) yang melayani nasabah, yang membuat nasabah mengantri lama agar bisa melakukan transaksi. Dengan antrian yang panjang terdapat kurangnya tempat duduk untuk menunggu, sehingga ada beberapa nasabah harus berdiri untuk menunggu untuk melakukan transaksi. Hal tersebut kemudian membuat nasabah tidak puas akan pelayanan yang diterimanya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Jesika Melina Simamora dan Yusmalinda, Hasil penelitiannya menunjukkan *Service Excellent* berpengaruh

signifikan terhadap loyalitas nasabah. ³ Hal ini kemudian sejalan pada penelitian oleh Zulfi Zakiyah Eliza dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Service excellence* (pelayanan prima) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan penelitian yang dilakukan Anggi Nadia Nurohmah, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pelayanan prima (*service excellence*) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap loyalitas namun berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan.⁴ Hal ini kemudian sejalan pada penelitian, Dwi Kartikasari dengan hasil penelitiannya menunjukkan variabel pelayanan prima terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh tidak signifikan. ⁵

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan penelitian yang dilakukan oleh Jesika Melina Simamora dan Zulfi Zakiyah Eliza, bahwa hasil kedua penelitian tersebut menunjukkan *Service Excellent* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggi Nadia Nurohmah dan Dwi Kartikasari menunjukkan bahwa pelayanan prima (*service excellence*) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap loyalitas. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pelayanan *service excellence* maka semakin tinggi pula loyalitas yang diberikan nasabah tersebut, loyalitas nasabah juga tergantung pada pelayanan yang diberikan oleh bank, jika pelayanan yang

³ Yusmalinda, Jesika Melina Simamora, Pengaruh Excellence Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cv Bersinar Pematangsiantar, *Journal of Management Sciences Pengaruh Service*, 1 (2021), <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2887127>.

⁴ Anggi Nadia Nurohmah and Agung Guritno, 'Analisis Determinan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kendal Weleri', *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3.1 (2023), 34 <<https://doi.org/10.31958/ab.v3i1.7786>>.

⁵ Dwi Kartikasari and Dea Ariesta Syafitri, 'Efektivitas Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada Toko Obat Dewi Farma', *Jurnal Manajemen*, 1.1 (2016), 1–5, <https://p2m.polibatam.ac.id/wp-content/uploads/2016/09/13-Dwi-Pengaruh-Pelayanan-Prima-thd-Kepuasan-Pelanggan-yang-Berdampak-pada-Loyalitas>.

diberikan tidak baik dalam jangka waktu yang panjang akibatnya yaitu dapat membahayakan pertumbuhan perbankan yang bersangkutan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai “Pengaruh *Service Excellence* Terhadap Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo”.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah perilaku berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo?
2. Apakah perhatian berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo?
3. Apakah tindakan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo?
4. Apakah penampilan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo?
5. Apakah tanggung jawab berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo?
6. Apakah sikap, perhatian, tindakan, penampilan dan tanggung jawab berpengaruh secara bersama sama terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.
2. Untuk mengetahui pengaruh perhatian terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.

3. Untuk mengetahui pengaruh tindakan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.
4. Untuk mengetahui pengaruh penampilan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.
5. Untuk mengetahui pengaruh tanggung jawab terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo
6. Untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh sikap, perhatian, tindakan, penampilan dan tanggung jawab terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo?.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis
 - a. Diharapkan mampu memberikan sumbangan positif dalam pengembangan ilmu perbankan syariah.
 - b. Dapat dijadikan bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh *service excellence* terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi instansi yang terkait

Dari penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan untuk lebih meningkatkan *Service Excellence* pada perbankan syariah.

b. Bagi publik

Bagi publik, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan bertransaksi di lembaga perbankan syariah.

c. Bagi peneliti

Bagi peneliti, dapat menambah pengetahuan serta wawasan mengenai perbankan syariah dari segi *Service Excellence*. Serta menjadi salah satu syarat kelulusan di lingkup akademik.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Untuk melengkapi isi sebagai perbandingan peneliti mendapatkan perbedaan dan persamaan dalam judul yang akan peneliti teliti, antara lain:

1. Roviatul Hasanah & Dwiyani Sudaryanti (2022). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan (X1), kewajaran harga (X2) dan kualitas produk (X3) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Pakis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank syariah Indonesia KCP Pakis, variabel kewajaran harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pakis, dan Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Loyalitas Nasabah Bank syariah Indonesia KCP Paakis Berpengaruh signifikan. Signifikan.⁶
2. Zulfi Zakiyah Eliza, Syamsuddin (2023), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah dalam memediasi hubungan antara pelayanan prima dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Pekalongan Kajen. Hasil penelitian mengemukakan bahwa secara parsial, baik pelayanan prima maupun kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan

⁶ Roviatul Hasanah & Dwiyani Sudaryanti , 'Pengaruh Service Excellent , Price Fairness Dan Product Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah' Islamic Economic and FinanceJournal Vol., 4.1 (2023), <https://jim.unisma.ac.id/index.php/laswq/article/view/22594,392-408>.

signifikan terhadap kepuasan nasabah BSI KCP Pekalongan Kajen. Selain itu, pelayanan prima, kepercayaan, dan kepuasan juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Pekalongan Kajen. Kemudian, dilihat dari kepuasan sebagai variabel intervening, dapat disimpulkan bahwa kepuasan mampu memediasi pengaruh pelayanan prima maupun kepercayaan terhadap loyalitas nasabah BSI KCP Pekalongan Kajen.⁷

3. Ni Putu Oktariyani & Dewa Nyoman Benni Kusyana (2024), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service excellent* terhadap loyalitas nasabah secara langsung dan dengan dimediasi oleh kepuasan nasabah. Hasil penelitian membuktikan peningkatan *service excellent* dan kepuasan nasabah akan meningkatkan loyalitas nasabah secara signifikan, peningkatan kepuasan nasabah akan diikuti dengan peningkatan loyalitas nasabah secara signifikan, dan pengaruh *service excellent* terhadap loyalitas nasabah kepuasan nasabah dimediasi oleh kepuasan nasabah.⁸
4. Khusnul Istiqomah, Ahsan Putra Hafiz Tahun (2024), Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *customer service* dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Kota Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh

⁷ Versiandika Yudha Pratama, Zulfi Zakiyah Eliza, Syamsuddin, 'Pengaruh Pelayanan Prima Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Pekalongan)', *Journal of Sharia Finance and Banking*, <https://doi.org/10.28918/velocity.v3i1.855>, 3.1 (2023), 75–86.

⁸ Ni Putu Oktariyani and Dewa Nyoman Benni Kusyana, "Meningkatkan Loyalitas Nasabah Dengan Service Excellent Dan Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah", *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4.2 (2024), 331–43.

positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan analisis data dalam penelitian ini variabel-variabel tersebut valid dan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik dengan distribusi normal tidak terjadi heterokedastisitas dan multikolinearitas. ⁹

5. Muh.Shadri Kahar Muang & Jibria Ratna Yasir (2022), Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), Kepuasan (X2), Citra Perusahaan (X3) berpengaruh signifikan baik secara persial maupun simultan terhadap Loyalitas Nasabah karena memiliki nilai probabilitas sebesar 0,000 ± 0,05. Sedangkan koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,937. Artinya sebesar 93,7% loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh ketiga variabel terikat, sedangkan sisanya sebesar 6,3% loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variabel lain.¹⁰

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan/ Perbedaan
1	Roviatul hasanah & Dwiyani Sudaryanti (2023)	Pengaruh <i>Service Excellence, Price Fairness dan Product Quality</i> Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Pakis.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif serta variabel loyalitas sebagai variabel dependen dan variabel <i>service excellence</i> sebagai variabel independen. Adapun perbedaan

⁹ Abdul Hakim Saputra, Khusnul Istiqomah, Ahsan Putra Hafiz, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Kota Jambi Khusnul, Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah, V2’, 2.1 (2024), <https://doi.org/10.59059/Maslahah>.

¹⁰ Muh Shadri Kahar Muang, and Jibria Ratna Yasir, ‘Does Service Quality, Customer Satisfaction and Company Image Affect Customer Loyalty?’, *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 24.4 (2022), 74–80 <<https://doi.org/10.32424/1.jame.2022.24.4.7197>>.

		penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu lokasi penelitian, penelitian ini dilakukan di kota palopo sedangkan penelitian terdahulu dilakukan di pakis malang.
2.	Zulfi Zakiyah Eliza & Syamsuddin Tahun 2023.	Pengaruh Pelayanan Prima dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Pekalongan).
		Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan penelitian kuantitatif serta variabel pelayanan prima sebagai variabel independen dan variabel loyalitas sebagai variabel dependen. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu lokasi penelitian terdahulu ada membahas variabel kepercayaan sebagai variabel independen
3.	Ni Putu Oktariyani & Dewa Nyoman Benni Kusyana, Tahun 2024.	Meningkatkan Loyalitas Nasabah Dengan <i>Service Excellent</i> dan Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah.
		Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu menggunakan penelitian kuantitatif dan variabel <i>service excellence</i> sebagai variabel independen serta variabel loyalitas sebagai variabel dependen. Adapun perbedaannya yaitu lokasi penelitian, penelitian ini dilakukan di kota palopo sedangkan penelitian terdahulu dilakukan di Desa Pakraman Kutri bali.
4.	Khusnul Istiqomah, Ahsan Putra Hafiz Tahun 2024.	Pengaruh Kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i> Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Kota Jambi
		Persamaan mendasar dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan variabel loyalitas sebagai variabel dependen. Adapun perbedaannya yaitu lokasi penelitian, penelitian ini dilakukan di kota palopo

5.	Muh.Shadri Kahar Muang & Jibria Ratna Yasir 2022.	Apakah Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan.	sedangkan penelitian terdahulu dilakukan di kota jambi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan penelitian jenis kuantitatif serta variabel loyalitas sebagai variabel dependen adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu lokasi penelitian ini dilakukan di BSI KC Palopo sedangkan penelitian terdahulu dilakukan di PT. Bank Central Asia KCU Makassar.
----	--	--	--

B. Landasan Teori

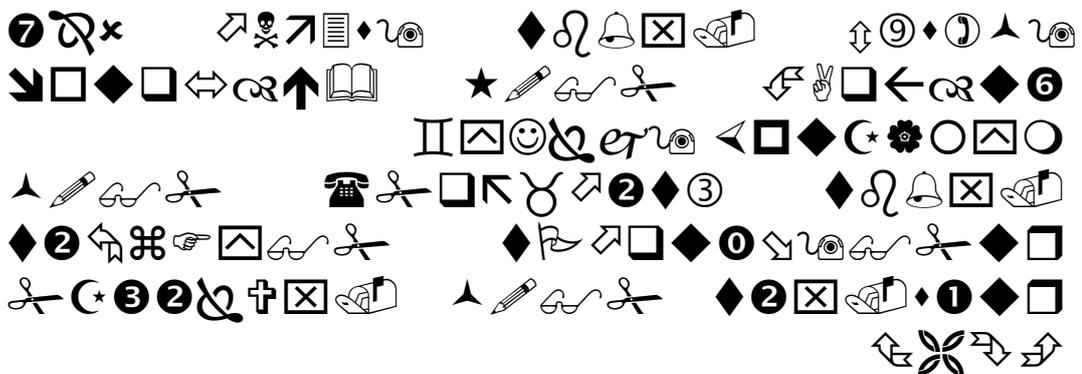
1. Teori *Service Excellence* (Pelayanan Prima)

a. Pengertian *Service Excellence*

Secara bahasa *Service Excellence* terdiri dari dua kata, yakni *Service* dan *Excellence*. *Service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan dan ditujukan untuk memberi kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang secara memuaskan. Sedangkan *Excellence* adalah sesuatu yang diberikan mempunyai kualitas tinggi dan melebihi apa yang diharapkan kostomer. *Service Excellence* atau pelayanan prima diartikan sebagai pelayanan yang terbaik, memberikan kepedulian terhadap nasabah untuk memenuhi pelayanan yang sesuai guna terciptanya loyalitas nasabah.¹¹

¹¹ Nurul Hifdziyah Amniar, Sitti Fatimah, Salma Abdullah, 'Service Excellence Dan Kualitas Produk: Sebuah Kajian Tentang Loyalitas Nasabah, Journal of Research in Management', 5 (2022), 1–10 <<https://ojs.stiem-bongaya.ac.id/index.php/BJRM>>.

Service excellence adalah pelayanan terbaik yang diwujudkan sebagian dari upaya untuk menunjukkan kepedulian terhadap keluhan pelanggan, memberikan kemudahan kepada pelanggan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.¹² Selain produk, perusahaan dituntut untuk memaksimalkan dan memberikan pelayanan terbaik terhadap konsumen. Pelayanan dapat dikatakan baik jika mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen dan konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan.¹³ Islam mengajarkan kepada umatnya agar senantiasa memberikan layanan dari usaha yang dijalankannya. Hal tersebut terkandung dalam firman Allah swt. pada Q.S Al-ahzab ayat 21 di bawah ini:



Terjemahan:

“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah”.¹⁴

¹² Oktariyani, Ni Putu, and Dewa Nyoman Benni Kusyana. "Meningkatkan Loyalitas Nasabah dengan Service Excellent dan Dimediasi oleh Kepuasan Nasabah." *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata* 4.2 (2024): 331-343.

¹³ Flora silalahi, Sri Eka Wulandari, ‘Penerapan Pelayanan Prima Pada Brandan Donuts Cabang Pangkalan Brandan, *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Manajemen (JASMIEN)*’, 04 (2024), 119–26, journal.cattleyadf.org/index.php/Jasmien/Index.

¹⁴ Kementerian Agama, *Al-Qur’an dan terjemahannya Edisi Penyempurnaan*. (Jakarta:Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019).

Ayat di atas merupakan dalil pokok yang paling besar, yang menganjurkan kepada kita agar meniru Rasulullah saw. Dalam semua ucapan, perbuatan. Karena itulah Allah swt., memerintahkan kepada kaum mukmin agar meniru sikap Nabi saw. Dalam perang Ahzab, yaitu dalam hal kesabaran, keteguhan hati, kesiagaan, dan perjuangannya, serta tetap menanti jalan keluar dari Allah swt. Semoga salawat dan salam-Nya terlimpahkan kepada beliau sampai hari kiamat.¹⁵

Hikmah yang terdapat pada ayat tersebut dalam hal penerapan pelayanan di bank syariah adalah karyawan harus mencontoh akhlak Rasulullah saw. dalam semua aktifitas, tidak hanya saat melayani para nasabahnya tetapi juga harus ditetapkan pada semua aktifitas kehidupannya. Hal ini disebabkan karena saat ini pelanggan telah menjadi sangat *sensitive*, satu hal kecil yang menjadi kesalahan akan mengakibatkan reaksi yang dapat mengakibatkan pada hancurnya kredibilitas perusahaan.

b. Manfaat *Service Excellence*

Salah satu manfaat *service excellence* adalah untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan kepada pelanggan, hal tersebut dapat dijadikan tolok ukur untuk menciptakan standar pelayanan. Standar kerja dapat diartikan sebagai patokan atau patokan yang digunakan untuk bekerja dan juga sebagai indikator untuk menentukan kualitas pekerjaan.¹⁶

c. Tujuan *Service Excellence*

¹⁵ Ibnu Katsir, 'Tafsir Surat Al-Ahzab, Ayat 21-22' <http://www.ibnukatsironline.com/2015/09/tafsir-surat-al-ahzab-ayat-21-22.htm>, September 12, 2015.

¹⁶ Aprilida Yanti, Muhammad Asyari Syahab, 'Sosialisasi Pentingnya Pelayanan Prima Pada Komsumen Untuk Pertumbuhan Perusahaan, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat' (2023), 2.2, 63-72, <http://jurnal.eka-prasetya.ac.id/index.php/JPMEP/index>.

Service excellence bertujuan memberikan kepercayaan bagi konsumen, menjaga konsumen hingga merasa diperhatikan akan kebutuhan dan keinginannya, serta menjaga dan membutuhkan loyalitas nasabah.¹⁷ Oleh karena itu terdapat beberapa dimensi *service excellence* yang dapat dijadikan indikator ukuran baik atau tidaknya suatu kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Ketepatan waktu pelayanan berkaitan dengan waktu tunggu dan proses.
- 2) Kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi atau ketepatan pelayanan.
- 3) Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis.
- 4) Kualitas pelayanan berkaitan dengan tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan.
- 5) Kualitas pelayanan berkaitan dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta fasilitas pendukung lainnya.
- 6) Kualitas pelayanan berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi, dan petunjuk/panduan lainnya.
- 7) Kualitas pelayanan berhubungan dengan kondisi lingkungan serta sarana dan prasarana.¹⁸

d. Implementasi dan tantangan *service excellence* di BSI

- 1) Implementasi *service excellence* di BSI

¹⁷ Jesika Melina Simamora, Yusmalinda, 'Pengaruh Service Excellence Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen pada Cv Bersinar Pematangsiantar' Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan 4 (1) (2021), 24–32,<http://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2887127>.

¹⁸ Jesika Melina Simamora, Journal of Management Sciences, Volume 1, Nomor 1, Tahun 2021 'Pengaruh Service Excellence dan Relationship Marketing Terhadap Konsumen Pada Cv Bersinar pematangsiantar'' (2021), <http://jurnal.stiesultanagung.ac.id/index.php/strategic>.

Dalam menjalankan *service excellence*, BSI menerapkan beberapa strategi utama yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah:

a) Pelayanan berbasis teknologi

BSI mengembangkan layanan digital melalui aplikasi mobile banking, internet banking, dan ATM yang tersebar luas. Hal ini bertujuan untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam mengakses layanan perbankan kapan saja dan di mana saja.

b) Peningkatan kualitas sumber daya manusia

BSI secara rutin mengadakan pelatihan bagi karyawan dalam bidang pelayanan, komunikasi, dan etika perbankan syariah. Dengan tenaga kerja yang profesional dan berorientasi pada pelanggan, BSI dapat meningkatkan pengalaman layanan nasabah.

c) Pelayanan personal dan humanis

BSI menerapkan sistem pelayanan yang lebih personal dengan pendekatan humanis, di mana setiap nasabah merasa dihargai dan diperhatikan kebutuhannya. Hal ini sejalan dengan konsep pelayanan dalam Islam yang menekankan prinsip kejujuran, amanah, dan *profesionalisme*.

d) Penerapan standar pelayanan yang konsisten

BSI memiliki prosedur standar operasional (SOP) dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, baik di kantor cabang maupun secara daring. SOP ini memastikan bahwa setiap nasabah mendapatkan pengalaman layanan yang berkualitas dan konsisten.

2) Tantangan dalam menerapkan *service excellence* di BSI

Meskipun BSI telah mengadopsi berbagai strategi dalam meningkatkan layanan prima, terdapat beberapa tantangan yang masih dihadapi, antara lain:

a) Tindakan literasi digital yang beragam

Tidak semua nasabah BSI terbiasa menggunakan layanan digital. Sebagian besar masih mengandalkan layanan konvensional di kantor cabang. Oleh karena itu, diperlukan edukasi dan sosialisasi yang lebih intensif agar seluruh nasabah dapat merasakan manfaat dari digitalisasi layanan perbankan.

b) Persaingan dengan Bank Konvensional dan *fintech*

Bank syariah seperti BSI menghadapi persaingan ketat dengan bank konvensional dan layanan keuangan berbasis teknologi (*fintech*). Untuk tetap kompetitif, BSI harus terus berinovasi dalam menawarkan layanan yang lebih menarik dan sesuai dengan prinsip syariah.

c) Ekspektasi nasabah yang semakin tinggi

Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya pelayanan yang berkualitas, ekspektasi nasabah terhadap layanan BSI juga semakin tinggi. BSI harus mampu beradaptasi dan terus meningkatkan kualitas layanan agar dapat memenuhi harapan nasabah.

d) Keterbatasan infrastruktur di daerah terpencil

Meskipun BSI telah memperluas jangkauan layanannya, masih terdapat kendala infrastruktur di beberapa daerah terpencil. Keterbatasan akses internet dan

jaringan komunikasi menjadi tantangan tersendiri dalam menghadirkan layanan digital secara merata.¹⁹

e. Indikator *Service Excellence*

Terdapat 5 indikator pelayanan prima, ke lima faktor tersebut adalah: nasabah.²⁰

1) *Attitude* (sikap)

Sikap yaitu perilaku yang wajib ditunjukkan oleh pegawai bank pada saat melayani nasabah. Seperti pegawai yang berposisi pada bagian *customer service* dan teller, bagian pelayanan terdepan harus mampu melayani nasabah dengan ramah, dan selalu memberikan senyuman.

2) *Attention* (perhatian)

Kepedulian terhadap nasabah yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan nasabah, ataupun pemahaman atas saran dan kritik yang telah dilontarkan, haruslah diberikan perhatian penuh.

3) *Action* (Tindakan)

Pegawai bank dituntut untuk mampu suatu tindakan nyata dalam memberikan pelayanan prima atas nasabah.

¹⁹ Mega Silvia, Prasetyo Ariwibowo, Deasy Nurmalasari F. "Pengaruh Service Excellent Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Kinerja Bank Syariah Indonesia Kcp Jakarta Cilandak." *ELESTE : Economics Learning Experience & Social Thinking Education Journal* Vol 3 No 2 September 2023. Vol 3 No 2 September 2023. <https://Journal.Stiegici.Ac.Id/Index.Php/ElESTE/Index>.

²⁰ Setiawan, B. (2022). Analisis Strategi Pelayanan Prima (Service Excellence) pada Personel Aviation Security di Bandar Udara Sentani. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 45-60. Diakses dari <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jmd/article/download/828/533>.

4) *Appearance* (Penampilan)

Penampilan pegawai bank baik yang bersifat fisik maupun non fisik harus mencerminkan rasa percaya diri yang tinggi.

5) *Accountability* (Tanggung Jawab)

Sikap keberpihakan pada nasabah sebagai bentuk kepedulian dan meminimalisir ketidakpuasan nasabah.

Tabel 2.2 Indikator Pengukuran *Service Excellence*

No.	Dimensi	Indikator
1.	Sikap ²¹	
	a. Bersikap ramah dan sopan	1. Seberapa sering petugas BSI KC Palopo menyapa anda dengan ramah saat berkunjung ke BSI.
	b. Berpikir positif	2. Apakah anda merasa petugas BSI KC Palopo menggunakan bahasa yang sopan dalam berkomunikasi dengan anda.
	c. Bersikap menghargai kepada pelanggan	3. Seberapa baik petugas BSI KC Palopo dalam memberikan solusi ketika anda menghadapi masalah terkait layanan perbankan.
	d. Menerima saran dan kritikan	4. Apakah anda merasa petugas BSI KC Palopo optimis dan proaktif dalam membantu kebutuhan perbankan anda.
		5. Seberapa sering petugas BSI KC Palopo mendengarkan dengan seksama saat anda menyampaikan pertanyaan atau keluhan.
		6. Apakah anda merasa dihargai sebagai nasabah ketika berinteraksi dengan petugas bank BSI KC Palopo.
		7. Seberapa terbuka petugas BSI KC Palopoterdapat saran yang anda

²¹ Siti Nurhaliza, 2021, Implementasi Service Excellence oleh Customer Service dalam Meningkatkan Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Ambon, *Journal of Islamic Economics and Business Studies*, Vol. 3, No. 1, 2021, <https://journal.iain-ternate.ac.id/index.php/al-qashdu/article/download/585/480>.

-
- berikan mengenai peningkatan layanan.
8. Apakah anda merasa petugas BSI KC Palopo menanggapi kritik anda dengan sikap positif dan konstruktif.
 1. Bank BSI KC Palopo memahami kebutuhan nasabah dan memberikan solusi yang sesuai.
 2. Layanan yang diberikan oleh Bank BSI KC Palopo membantu saya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan saya.
 3. Petugas BSI KC Palopo selalu memberikan perhatian penuh saat saya membutuhkan bantuan.
 4. Saya merasa mendapatkan pelayanan yang ramah dan responsif dari petugas BSI KC Palopo.
 5. Petugas BSI KC Palopo mampu memahami kebiasaan transaksi saya sebagai nasabah.
 6. BSI KC Palopo menawarkan layanan atau produk berdasarkan pola transaksi dan kebutuhan saya.
 1. Pegawai BSI KC Palopi selalu menanyakan kebutuhan saya sebelum memberikan layanan.
 2. Saya merasa informasi yang saya berikan kepada BSI KC Palopo dicatat dan digunakan untuk meningkatkan pelayanan.
 3. BSI KC Palopo memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan saya tanpa harus saya jelaskan berulang kali.
 4. Saya merasa layanan yang
2. **Perhatian**²²
- a. Memenuhi dan memahami kebutuhan pelanggan
 - b. Mencurahkan perhatian penuh kepada pelanggan
 - c. Mengamati perilaku pelanggan
3. **Tindakan**²³
- a. Mencatat kebutuhan pelanggan
 - b. Mewujudkan kebutuhan pelanggan
 - c. Menyatakan terima kasih dengan harapan pelanggan Kembali
-

²² Rina Agustina, 2022, Pelayanan Prima Customer Service dalam Meningkatkan Kepuasan Calon Mahasiswa Baru di Universitas Islam Syekh-Yusuf, *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol. 10, No. 1, 2022, <https://ejournal.unis.ac.id/index.php/DK/article/view/4473/2240>.

²³ Ghina Alhanani, 2022, Dampak Service Excellent Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Strawberry, *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, Vol. 6, No. 3, 2022, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JPPSH/article/view/55025>.

-
- diberikan BSI KC Palopo sudah sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan saya sebagai nasabah.
5. Pegawai BSI KC Palopo selalu memberikan pelayanan yang ramah dan mengucapkan terima kasih setelah transaksi.
 6. Cara BSI KC Palopo dalam mengapresiasi nasabah membuat saya ingin terus menggunakan layanan mereka.
 1. Seragam dan atribut pegawai BSI KC Palopo mencerminkan profesionalisme dalam pelayanan kepada nasabah.
 2. Tata ruangan dan desain interior kantor BSI KC Palopo memberikan kenyamanan saat saya bertransaksi.
 3. Pegawai BSI KC Palopo selalu menunjukkan sikap percaya diri dan antusias dalam melayani nasabah
 4. Saya merasa pegawai BSI KC Palopo selalu bersikap sopan dan menghargai setiap pelanggan tanpa membedakan status.
4. **Penampilan**²⁴
- a. Penampilan fisik
 - b. Penampilan non fisik
5. **Tanggung Jawab**²⁵
- a. Menghindari kerugian perusahaan
 - b. Keberpihakan terhadap organisasi yang dikelola
1. Pegawai BSI KC Palopo selalu bekerja dengan teliti dan hati-hati untuk menghindari kesalahan dalam pelayanan.
 2. Saya merasa pegawai BSI KC Palopo menjalankan prosedur dengan baik untuk mencegah potensi kerugian bagi perusahaan dan nasabah.
 3. Pegawai BSI KC Palopo
-

²⁴ Khusnul Rizka, 2021, Pengaruh Dimensi Service Excellence Karyawan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Lampriet Banda Aceh, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 1, 2021, <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/31168/1/Khusnul%20Rizka,%20160603074,%20FEBI,%20PS>.

²⁵ Ika Nurmalasari, 2022, Pengaruh Service Ultimate dan Operational Excellent terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Jember, *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol.9,1,2022,https://digilib.uinkhas.ac.id/35169/1/VEVIA%20IKA%20NURMALASARI_E20191149.

menunjukkan loyalitas tinggi terhadap perusahaan dengan memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah.

4. Saya melihat pegawai BSI KC Palopo selalu mendukung kebijakan dan nilai-nilai perusahaan dalam setiap interaksi dengan nasabah.
-

7. *Service Excellence* dalam Perbankan Syariah

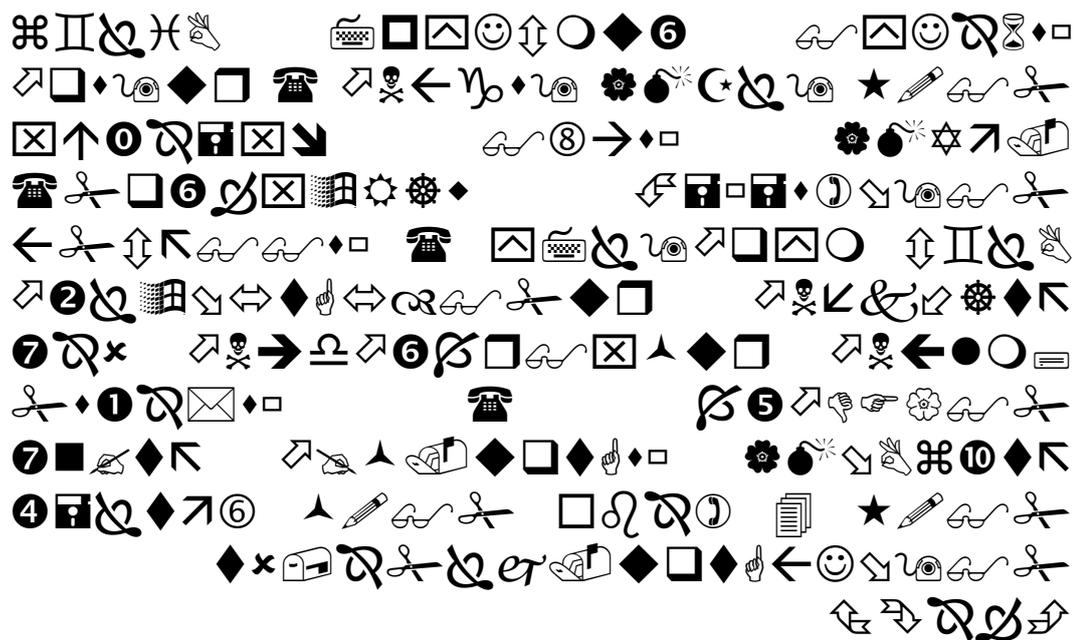
Pada perbankan syariah *Service Excellence* atau kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang paling penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selama ini. Kepuasan nasabah sangat penting bagi industri perbankan syariah karena nasabah akan dengan mudah berpindah ke bank lain jika tidak mendapatkan yang diharapkan.²⁶ *Service Excellence* dalam perbankan syariah telah mengacu pada konsep kerja pada level kewajiban religious, yang digandengkan dengan iman, hubungan antara iman dan amal (kerja) seperti halnya dengan hubungan antara akar dan pohon yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Islam mengajarkan kepada umat manusia agar memberikan pelayanan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah.²⁷ Adapun prinsip-prinsip pelayanan prima dapat dilihat sebagai berikut:

²⁶ M Fadhil Adli, Andi Wijayanto, and Naili Farida, 'Pendahuluan Seiring Perkembangan Zaman Di Era Globalisasi Ini Dengan Teknologi Yang Semakin Maju Memberikan Pengaruh Terhadap Keadaan Dunia Bisnis Dan Upaya Untuk Menjaga Pangsa Pasar , Untuk Membeli Produk Yang Ditawarkan Oleh Perusahaan . Oleh Karena I', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12.1 (2023), 321–31, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/37357/28751>.

²⁷ Adek Nuriya, Saiful Bakhri, M.M, H. Yusuf, SE," Implementasi *Service Excellence* Dunia Perbankan Syariah Dalam Perspektif Al-Qur'an", (2023), *jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, <https://ejournal.staidu.ac.id/index.php/economic/article/view/105>.

- 1) Bersikap *professional* dalam artian bagi seseorang yang bekerja harus melaksanakan pekerjaannya dengan baik dengan baik dengan penuh tanggung jawab.
- 2) Bersikap Amanah, dalam artian seorang muslim harus dapat dipercaya serta mengerjakan pekerjaannya dengan sungguh-sungguh.
- 3) Memelihara etos kerja, dalam artian seseorang yang bekerja wajib hukumnya untuk tetap bertanggung jawab atas pekerjaannya serta bersemangat dalam menjalankan pekerjaannya.

Islam mengajarkan kepada umatnya agar senantiasa memberikan layanan dari usaha yang dijalankannya. Hal tersebut terkandung dalam firman Allah SWT Pada (Q.S Ali-Imran/3:159) dibawah ini:



Terjemhannya:

“Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati

kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekutaranmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun untuk mereka, dan bermusyawaralah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal”²⁸

Berdasarkan tafsir diatas memiliki makna yang berhubungan tentang perusahaan diwajibkan agar senantiasa menerapkan sikap lemah lembut kepada nasabah. Selain itu dalam operasional perbankan syariah juga senantiasa memerhatikan kualitas produknya, yang dimana secara teori produk adalah segala bentuk usaha yang perusahaan tawarkan ke pasar untuk digunakan atau dikonsumsi dengan tujuan untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi. Hal tersebut dapat menarik perhatian nasabah untuk menggunakan produk maupun layanan jasa yang ada di perbankan syariah. oleh karena itu bank syariah sangat memperhatikan kualitas produk yang ada di perbankan syariah.²⁹

Kualitas produk adalah keadaan fisik, fungsi dan sifat produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang dikeluarkan.³⁰ Kualitas produk (*product quality*) merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan,

²⁸Kementerian Agama, *Al-Qur'an dan terjemahannya Edisi Penyempurnaan*. (Jakarta:Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019).

²⁹Ibnu Katsir, 'Tafsir Surat Ali 'Imran Ayat 130 133'<http://www.ibnukatsironline.com/2015/04/tafsir-surat-ali-imran-ayat-159-164>.

³⁰ Ajjiah Jumani M. Kamil hafidzi, Fathia Rizqi, "Literature Review Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian", *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1.1 (2022), 203–14, <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1>.

keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya kualitas merupakan salah satu alat utama untuk menetapkan posisi bagi pemasar kualitas produk mempunyai dua dimensi yaitu tingkat dan konsistensi.

Kualitas produk yang baik menurut nasabah adalah apabila produk yang dihasilkan oleh bank syariah telah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan oleh perusahaan. Sedangkan kualitas yang jelek adalah apabila produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan spesifikasi standar yang telah ditentukan serta menghasilkan produk rusak. Mendefinisikan kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut.³¹

Dalam perbankan syariah terciptanya kepuasan nasabah menjadi konsep utama, karena pada dasarnya nasabah mengharapkan produk perbankan dalam bentuk pelayanan jasa yang baik dan memuaskan. Kepuasan dapat membentuk persepsi bagi nasabah dan selanjutnya dapat memposisikan produk perbankan tersebut di benaknya. Sehingga membuat bank syariah mampu mempertahankan nasabah yang telah dimilikinya, bahkan dapat menambah nasabah baru sehingga dapat mempengaruhi *loyalitas* nasabah yang perilaku yang berkaitan dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbarui kontrak di masa yang akan datang, berapa kemungkinan konsumen mengubah dukungannya terhadap merek, berapa kemungkinan keinginan nasabah untuk meningkatkan citra positif suatu produk.

³¹ M. Kamil hafidzi, Fathia Rizqi, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia, Jurnal Islamic Banking and Finance, (2022), 421-434 <https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/articel> .

1. Teori Loyalitas Nasabah

a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah adalah nasabah yang sangat puas atas produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan kepada siapa saja yang dikenal. Loyalitas nasabah ini dapat berupa merekomendasikan jasa bank syariah kepada orang lain, mempromosikan produk bank syariah kepada orang-orang terdekat, dan tidak mau beralih ke bank non-syariah.³²

Loyalitas dapat dikatakan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu hal yang bukan hanya berupa kesetiaan fisik semata, namun lebih pada kesetiaan non fisik seperti pikiran dan perhatian. Seorang pelanggan yang loyal akan menjadi asset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Dipertahankannya pelanggan yang loyal dapat mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik positif kepada organisasi, dan loyalitas mempunyai hubungan positif dengan profitabilitas pelanggan yang loyal merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Oleh karena itu perilaku nasabah yang loyal memiliki kecenderungan membeli lebih banyak atau rutin dalam menggunakan produk maupun jasa dan mau membayar dengan harga lebih mahal.

Loyalitas nasabah dapat dibangun melalui berbagai strategi, termasuk memberikan layanan berkualitas tinggi, menciptakan pengalaman pelanggan

³² Dessy Kurnia Sari, Roni Andespa, Yulia Hendri Yeni, 'Citra Merek, Nilai Persepsi, Kesadaran Merek, Kepercayaan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah pada Perbankan Syariah, Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah, 2023, 6,2, <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1266>.

yang positif, dan memberikan insentif seperti program loyalitas atau reward. Dalam konteks perbankan, loyalitas nasabah dapat diwujudkan melalui layanan perbankan yang andal, aman, dan mudah diakses. Bank yang berhasil menciptakan hubungan yang kuat dan positif dengan nasabahnya cenderung memiliki nasabah yang lebih loyal, yang tidak hanya terus menggunakan layanan mereka tetapi juga merekomendasikannya kepada orang lain.³³

Dalam konsep islam mengemukakan loyalitas dalam Q.S Al-Hujurat;15 dengan firman Allah yang berbunyi:



Terjemahannya:

“Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu hanyalah orang-orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah. mereka Itulah orang-orang yang benar.”³⁴

³³ Saryadi Asep Sumarsana, Iis Trisnawati, Imas Mufti, ‘Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Kabupaten Cirebon’, Jurnal Riset Manajemen, Bisnis, Akuntansi Dan Ekonomi, <https://portal.xjurnal.com/index.php/jambak>, 2.1 (2023), 51–82.

³⁴ Kementerian Agama, *Al-Qur’an dan terjemahannya Edisi Penyempurnaan*. (Jakarta:Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2019).

Ayat di atas menjelaskan mengenai orang-orang mukmin di dunia ini ada tiga macam, yaitu orang-orang yang beriman kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjihad dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah dan orang (mukmin) yang dipercayai oleh orang lain terhadap harta dan jiwa mereka dan orang (mukmin) yang dipercayai oleh orang lain terhadap harta dan jiwa mereka dan orang (mukmin) yang apabila mempunyai rasa tamak (terhadap sesuatu), maka ia meninggalkan karena Allah swt.

Berdasarkan tafsir di atas dapat disimpulkan bahwa siapa saja yang benar-benar beriman kepada Allah dan Rasul-nya maka jiwanya tidak tersentuh oleh keraguan ketika sedang di uji. Mereka membuktikan kebenaran iman dengan jalan jihadnya. Tafsir diatas memiliki makna yang dikaitkan dengan loyalitas nasabah, yang mana jika nasabah sudah setia dan percaya pada suatu perusahaan atau merek maka ia akan menjadi loyal tak peduli dengan harga produk tersebut. Loyalitas nasabah dapat dibangun dengan adanya usaha dari pihak bank syariah untuk tetap memberikan kualitas terbaik dari jasa dan layanan yang dimiliki oleh pihak bank sehingga terbentuk persepsi kualitas yang kuat dibenak nasabah.³⁵

Loyalitas nasabah ini termasuk dalam retensi para nasabah dimana pelanggan melakukan pembelian berulang pada produk sebuah merek tertentu saat ini, daripada memilih produk dari merek pesaing sebagai gantinya atau memilih menggunakan jasa mereka saat ini daripada jasa yang lain. Loyalitas kemudian muncul karena adanya rasa puas yang didapat oleh nasabah. Akan tetapi Jika

³⁵ Ibnu Katsir 'Tafsir Surat Al-Hujurat, Ayat 14-18' <http://www.ibnukatsironline.com/10tafsir-surat-al-hujurat-ayat-14-18.html>, Oktober 19, 2015.

kinerja bank gagal dalam menjawab keinginan nasabah, maka hasilnya adalah pelanggan tidak puas juga tidak akan loyal.

Adapun faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah antara lain:

1) Kepuasan nasabah

Kepuasan nasabah adalah perasaan puas yang dirasakan setelah menggunakan layanan atau produk bank, terutama layanan tersebut sesuai atau melebihi harapan mereka. Kepuasan ini penting karena memengaruhi komitmen dan loyalitas nasabah. Jika nasabah puas mereka cenderung lebih setia dan terus menggunakan layanan bank tersebut, serta merekomendasikannya kepada orang lain. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat mendorong nasabah mencari *alternative* lain. Jadi, menjaga kepuasan nasabah melalui layanan yang konsisten dan *responsife* adalah kunci dalam mempertahankan loyalitas jangka panjang.

2) Kepercayaan nasabah

Kepercayaan nasabah adalah keyakinan bahwa bank akan bertindak dengan jujur, transparan, dan sesuai dengan kepentingan nasabah. Kepercayaan ini penting karena membentuk dasar dari hubungan jangka panjang antara nasabah dan bank. Ketika nasabah percaya bahwa bank akan menjaga keamanan dana mereka, memberikan informasi yang akurat, dan memenuhi janji-janji yang dibuat, mereka cenderung lebih loyal dan berkomitmen. Kepercayaan juga membantu mengurangi ketidakpastian dan risiko yang dirasakan nasabah dalam bertransaksi, sehingga memperkuat hubungan mereka dengan bank. Jika kepercayaan ini terganggu maka nasabah akan mencari bank lain yang dianggap lebih dapat diandalkan.

3) Komitmen nasabah

Komitmen nasabah adalah bentuk keterikatan atau hubungan jangka panjang yang dibangun antara nasabah dan bank. Komitmen ini tercermin dari keinginan nasabah untuk tetap menggunakan layanan dan produk dari bank tertentu, meskipun ada banyak pilihan bank lain.

4) Persepsi kualitas layanan

Persepsi kualitas layanan adalah pandangan atau penilaian nasabah terhadap seberapa baik layanan yang mereka terima dari bank dibanding dengan harapan mereka. Dalam konteks hubungan antara bank dan nasabah, persepsi kualitas layanan sangat penting karena secara langsung mempengaruhi kepuasan, komitmen, dan pada akhirnya loyalitas nasabah.³⁶

b. Indikator Loyalitas Nasabah

Untuk melihat apakah seorang nasabah yang loyal atau tidak dapat dilihat dari indikator loyalitas nasabah sebagai berikut:

1) Melakukan pembelian secara berulang (*makes regular repeatpurchaves*).

Melakukan pembelian secara berulang menunjukkan kecenderungan seorang nasabah untuk terus menggunakan produk atau jasa yang disediakan oleh bank secara konsisten dari waktu ke waktu. Loyalitas nasabah diwujudkan dari keinginan nasabah untuk kembali menggunakan layanan tanpa perlu diingatkan atau ditawarkan berulang kali. Dalam konteks perbankan, pembelian ulang dapat berupa transaksi yang terus berulang.

³⁶ Dani Agung Wicaksono, Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis), Jurnal Ilmiah Multidisiplin, (2022), <https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/view/135,504-509>.

Pembelian secara berulang menjadi indikator penting karena menunjukkan pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang telah diterima. Rasa kepuasan inilah yang akhirnya mendorong mereka untuk terus menggunakan produk atau layanan yang sama. Nasabah yang merasa puas cenderung tidak akan berpindah ke bank lain meskipun terdapat berbagai pilihan. Nasabah melihat nilai atau manfaat yang konsisten dari layanan yang di berikan sehingga pembelian secara berulang tidak hanya didorong oleh kebiasaan, tetapi juga oleh pengalaman positif dan nilai yang dirasakan.

2) Membeli produk atau jasa (*purchases across product and service line*)

Indikator ini menunjukkan adanya keyakinan dan kepercayaan nasabah yang tinggi terhadap bank, sehingga mereka tidak hanya melakukan transaksi, tetapi juga tertarik untuk menggunakan produk atau layanan lainnya.

Nasabah yang membeli produk atau jasa tambahan umumnya merasakan manfaat nyata dari produk atau layanan sebelumnya yang mereka gunakan. Pengalaman *positif* inilah yang kemudian mendorong mereka untuk mencoba produk lain karena menganggap bank mampu memberikan solusi yang berkualitas dan relevan dengan pelayanan tabungan kemungkinan besar akan tertarik untuk mencoba produk deposito atau produk investasi lainnya, terutama jika mereka merasa bahwa bank memberikan keuntungan kompetitif atau layanan yang menarik.

3) Merekomendasikan produk (*refers other*).

Dalam mengukur tingkat kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh bank, ketika seorang nasabah merekomendasikan

produk atau layanan bank kepada teman, keluarga, atau rekan kerja, mereka tidak hanya menunjukkan bahwa mereka merasa puas dengan layanan tersebut, tetapi juga bahwa mereka mempercayai bank sebagai lembaga keuangan yang dapat diandalkan. Rekomendasi ini umumnya diberikan secara sukarela dan tanpa insentif khusus, yang menandakan bahwa kepuasan dan kepercayaan yang dirasakan nasabah sudah cukup kuat.

Nasabah yang memberikan rekomendasi menunjukkan bahwa mereka telah mencapai tingkat loyalitas yang tinggi, dimana mereka tidak hanya kembali untuk menggunakan produk atau layanan, tetapi juga secara aktif mendukung dan memperluas jaringan bank. Nasabah yang merekomendasikan produk umumnya merasa bahwa bank memberikan layanan yang konsisten, dapat diandalkan, dan memiliki nilai tambah yang nyata. Misalnya, jika seorang nasabah sangat puas dengan kemudahan dan kenyamanan layanan dalam mobile banking. Kemungkinan besar mereka akan merekomendasikan layanan ini kepada orang lain.

4) Menunjukkan kekebalan dan daya tarik produk sejenis dari pesaing.

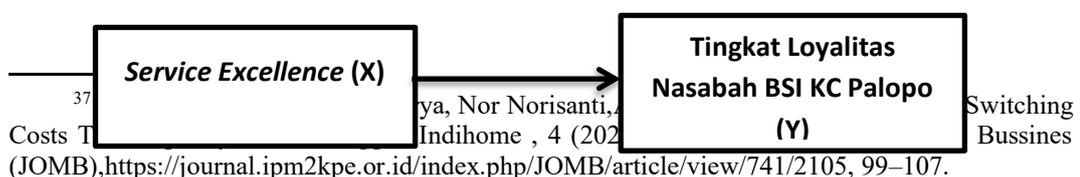
Menunjukkan kekebalan dan daya tarik terhadap produk sejenis dari pesaing, mencerminkan tingkat komitmen dan ketergantungan nasabah yang tinggi terhadap bank tertentu. Indikator ini terlihat sejauh mana nasabah merasa terkait dengan layanan dan produk yang diberikan oleh bank, sehingga mereka cenderung tidak terkait atau bahkan menolak tawaran dari bank pesaing, meskipun mungkin terdapat berbagai promosi menarik atau keunggulan kompetitif.

Ketika nasabah menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik produk pesaing, ini menandakan bahwa bank telah berhasil membangun hubungan yang erat dan kepercayaan jangka panjang. Pelanggan setia nasabah merasa nyaman dan aman dengan layanan yang diberikan oleh bank merasa saat ini, sehingga adanya produk serupa dengan fitur yang mungkin lebih unggul dari bank lain tidak cukup kuat untuk mengubah preferensi mereka. Faktor ini sering kali disebabkan oleh kepuasan yang konsisten pengalaman positif, serta keyakinan bahwa bank tersebut dapat memenuhi kebutuhan finansial mereka secara optimal. Loyalitas ini dapat terbangun dari berbagai aspek, seperti kualitas pelayanan yang memadai, hubungan emosional dengan bank, atau nilai tambahan khusus yang tidak ditemukan di tempat lain.³⁷

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah kumpulan pola konseptual dan penjelasan antara ide yang dinyatakan oleh peneliti berdasarkan tinjauan pustaka dengan melihat bagaimana teori yang disusun berkaitan dengan bermacam-macam faktor yang sudah ditetapkan sebagai masalah penting. Penulis ini akan mengungkapkan pengaruh *service excellence* terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Adapun kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 kerangka pikir

Penelitian ini menganalisis mengenai *service excellence* pada BSI KC Palopo yang disimbolkan dengan (X) yang ditetapkan sebagai variabel bebas (independen) dan pengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo yang disimbolkan dengan (Y) sebagai variabel terikat (dependen). Penelitian ini berupaya mengetahui terdapat atau tidaknya pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang mengenai perilaku, fenomena atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis merupakan suatu pernyataan maupun dugaan sementara yang berasal dari perumusan masalah, dimana kebenarannya masih diragukan dan perlu adanya pengujian. Kemudian para ahli juga mengumumkan arti dari hipotesis adalah dugaan terhadap hubungan antara dua variabel atau lebih.³⁸ Berdasarkan pokok permasalahan yang telah diuraikan, tujuan penelitian dan kajian teori yang relevan maka, penulis menggunakan hipotesis dugaan sementara sebagai berikut:

Adapun hipotesis dalam penelitian ini dideskripsikan sebagai berikut:

H1 = Faktor sikap berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo

H2 = Faktor perhatian berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo

³⁸ Marinu Waruwu, 'Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)', *Jurnal Pendidikan Tambusai* , 7.1 (2023), <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/6187,2896-2910>,.

H3 = Faktor tindakan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo

H4 = Faktor penampilan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo

H5 = Faktor tanggung jawab berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo

H6 = Faktor sikap, perhatian, tindakan, penampilan, dan tanggung jawab berpengaruh bersama-sama terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian dengan populasi dan sampel tertentu, menggunakan instrument, serta analisis data berupa angka untuk pengujian hipotesis penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan meneliti mengenai pengaruh *service excellence* terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada nasabah bank syariah Indonesia (BSI) KC Palopo, yang berada di jalan Andi Djemma kota palopo, Adapun waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juni-Agustus 2024.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan segala sesuatu yang ditetapkan penulis untuk dipelajari, agar dapat memperoleh informasi tentang data penelitian tersebut. Karena pada dasarnya penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mencari hubungan antara variabel independent dan dependent. Dalam penelitian terdapat dua jenis variabel yakni independent dan dependent. Adapun penjelasannya dibawah ini:

1. Variabel Independen

Variabel independent ini sering disebut juga sebagai variabel bebas. Variabel independent atau variabel bebas ini adalah suatu variabel yang sifatnya bisa mempengaruhi variabel dependen. baik secara positif maupun negatif. Adapun variabel bebas pada penelitian ini adalah: *Service Excellence (X)*. *Service Excellence* adalah sebuah bentuk pelayanan prima atau terbaik yang di berikan kepada nasabah dalam bentuk perilaku, sikap dan tindakan, agar nasabah dapat merasakan adanya kepuasan dari pelayanan prima yang diberikan sehingga menciptakan keloyalatan dari nasabah bank tersebut. Jadi pelayanan prima dapat dikatakan hal terpenting yang harus diterapkan oleh pihak pemberi layanan jasa kepada nasabahnya agar dapat menjaga serta meningkatkan pangsa pasarnya.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun variabel independent dalam penelitian ini adalah *Loyalitas Nasabah (Y)*. *Loyalitas nasabah* adalah sikap atau tindakan nasabah bertahan pada sebuah perusahaan dengan melakukan transaksi secara berulang pada perusahaan tersebut. Jadi sikap

loyalitas dari nasabah ini merupakan hal terpenting bagi perusahaan, loyalitas nasabah ini dapat tercipta dengan kualitas pelayanan yang baik yang diberikan ke nasabah sehingga memunculkan rasa nyaman dari bank syariah itu sendiri.³⁹

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1.	<i>Service excellence</i> pada BSI KC Palopo (X)	<i>Service excellence</i> adalah pelayanan terbaik yang diwujudkan sebagaimana dari upaya untuk menunjukkan kepedulian terhadap keluhan pelanggan, memberikan kemudahan kepada pelanggan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.	1. Sikap Sikap yaitu perilaku yang wajib ditunjukkan oleh pegawai bank pada saat melayani nasabah. 2. Perhatian Kepedulian terhadap nasabah yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan nasabah ataupun pemahaman atas saran dan kritik. 3. Tindakan Pegawai bank dituntut untuk mampu memberikan pelayanan prima atas nasabah. 4. Penampilan Penampilan pegawai bank baik yang bersifat fisik maupun non fisik harus mencerminkan rasa percaya diri yang tinggi. 5. Tanggung Jawab Sikap keberpihakan pada nasabah sebagai bentuk kepedulian dan meminimalisir ketidakpuasan nasabah.
2.	Pengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo (Y)	Loyalitas nasabah adalah nasabah yang sangat puas atas produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk	1. Pembelian secara berulang nasabah akan datang kembali karena pelayanan yang baik dibandingkan instansi lain. 2. Membeli diluar lini produk maupun jasa keputusan pelanggan untuk memilih produk atau

³⁹ Sigit Hermawan and Wiwit Hariyanto, *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif Dan Kualitatif)*, *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif Dan Kualitatif)*, 2022 <<https://doi.org/10.21070/2022/978-623-464-047-2>>.

<p>memperkenalkan kepada siapa saja yang dikenal. Loyalitas nasabah ini dapat berupa merekomendasikan jasa bank syariah kepada orang lain, mempromosikan produk bank syariah kepada orang-orang terdekat.</p>	<p>layanan di luar kategori utama yang biasa mereka gunakan ini bisa berarti nasabah beralih dari tabungan syariah ke investasi syariah atau ke bank konvensional karena berbagai alasan.</p> <p>3. Merekomendasikan produk dan jasa kepada teman dan keluarga dan menyampaikan hal positif ke orang lain.</p> <p>4. Menunjukkan kekebalan dan daya tarik produk sejenis dari pesaing nasabah akan terus bertahan dan melakukan transaksi kembali.</p>
---	--

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan satu daerah yang umum didalamnya terdapat objek dan subjek, memiliki kriteria tertentu yang ditentukan peneliti untuk dipelajari dan mendapatkan kesimpulan.⁴⁰

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BSI KC Palopo yang berjumlah sebanyak 23.818 nasabah.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari anggota populasi yang diambil berdasarkan jumlah serta karakteristik tertentu dengan prosedur tertentu, Sampel adalah sub

⁴⁰ Safaruddin Muthe, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan", *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, volume 9. No. 1(26 april 2020), <https://jurnalakuntansi.petra.ac.id>.

kelompok dari suatu populasi yang akan diteliti, oleh karena itu sampel harus mewakili dan juga memberikan gambaran yang benar tentang populasi.⁴¹

Adapun teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Kemudian teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja nasabah BSI KC Palopo yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel serta dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Agar sampel yang diambil dalam penelitian ini dapat mewakili populasi, maka dapat ditentukan jumlah sampel yang dihitung dengan menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

Rumus:

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

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Jumlah populasi

⁴¹ Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, and Kamaluddin Abunawas, 'Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian', *Jurnal Pilar*, (2023), <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/view/10624>.

e^2 : Batas toleransi kesalahan pengambilan sampel sebesar 10% atau jumlah populasi dalam batas penelitian ini adalah 23.818 orang, maka untuk mengetahui jumlah sampel.

Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\n &= \frac{23.818}{1 + 23.818 (0,1)^2} \\n &= \frac{23.818}{1 + 23.818 (0,01)} \\n &= \frac{23.818}{1 + 238,18} \\n &= \frac{23.818}{239,18} \\n &= 99,6\end{aligned}$$

Atas dasar perhitungan diatas, maka sampel yang diambil di bulatkan berjumlah 100 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Perlu dijelaskan bahwa pengumpulan data dapat dikerjakan berdasarkan pengamatan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada penelitian. Teknik observasi ini dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung.

2. Kuesioner/Penyebaran Angket

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pernyataan dalam bentuk tertulis yang diberikan kepada sampel untuk di jawab.

Sampelnya adalah nasabah BSI KC Palopo. Jenis kuesioner yang diadarkan pada sampel merupakan kuesioner tertutup, dimana setiap pernyataan memiliki alternatif jawaban dan sampel harus memilihnya. Jawaban yang diajukan ada dua jenis yaitu pernyataan positif dan negatif.

F. Instrumen Penelitian

instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran kuesioner/angket kepada para sampel. Angket (kuesioner) yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada sampel untuk jawabannya. Penulis dalam penelitian ini menggunakan kuesioner secara tertutup yaitu bentuk pernyataan dalam kuesioner dimana sampel tinggal memilih jawaban alternative jawaban yang telah disediakan. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data nasabah BSI KC Palopo. Pernyataan dalam angket disajikan dalam bentuk skala likert yang disesuaikan dengan kriteria alternative jawaban berikut:

Tabel 3.2 Skala Linkert

Simbol	Alternative Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	4
S	Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan *degree of freedom* (df) = n-2 dengan alpha 0,05. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir pertanyaan atau indikator

tersebut dinyatakan valid. Berikut kriteria penilaian uji validitas yang digunakan tersebut yaitu:

- a. Jika r_{hitung} positif atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan tersebut valid.
- b. Jika r_{hitung} negatif atau $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan tersebut tidak valid.

1. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dimaksud untuk mengukur apakah alat ukur yang digunakan cukup akurat, stabil atau konsisten dalam mengukur apa yang ingin diukur. Koefisien reliabilitas berkisar antara 0,0 samapai 1,0 semakin kecil reabilitas maka semakin besar eror, koefisien reliabilitas tidak mungkin diatas 1,0 namun tetap dimungkinkan koefisien negatif.

Namun dalam hal ini, tingkat kepercayaan yang dilihat yaitu pada butir kuesioner sehingga uji reliabilitas ini diolah dengan menggunakan SPSS yaitu dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* yang merupakan sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu. Pada penelitian ini, instrument dikatakan reliable apabila semua variabel memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, reliabilitas 0,7 dapat diterima dan reliabilitas 0,8 dikatakan baik.

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan untuk menguji asumsi-asumsi yang ada pada penelitian dengan model regresi. Model regresi harus terbebas dari asumsi klasik yang terdiri dari normalitas dan heteroskedastisitas.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variable terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah jika distribusi datanya normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah jika distribusi datanya normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat grafik normal *p-plot* dan *Kolmogorov Smirnov*. Grafik histogram membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

b) Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas ini yaitu untuk melihat apakah terjadi interkorelasi (hubungan yang kuat antar variabel independen atau variabel bebas yang di teliti). Uji multikolinearitas ini seharusnya menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas.

a) Jika nilai tolerance lebih besar dari $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas

b) Jika nilai VIF lebih kecil dari $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.⁴²

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Liniar Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan apabila di ketahui akan terjadi perubahan nilai dependen naik dua atau lebih variabel independen sebagai asumsi di naikan atau diturunkan (manipulasi data).

Rumus matematika dari regresi linear berganda dalam penelitian ini yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo

a = konstanta

b = Koefisien Regresi dari Variabel Independen

X1 = Sikap

⁴² Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviansyah Rizal, and Riza Bahtiar Sulistian, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jawa Timur: Widiya Gama Press, 2021), p. 85.

X2 = Perhatian

X3 = Tindakan

X4 = Penampilan

X5 = Tanggung Jawab

e = Standar error

3. Uji Hipotesis

Uji ini digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini agar dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan diantara kedua variabel.

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji T digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai masing-masing koefisien regresi dengan (nilai kritis) sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Ketentuan menilai hasil hipotesis uji t adalah menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $df = n-1$:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ $\alpha = 0,005$, maka hipotesis di tolak, berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ $\alpha = 0,005$, maka hipotesis diterima berarti variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. $\alpha=5\%$ H_0 ditolak H_1 diterima.

b. Uji F (Simultan)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Independent (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). Uji signifikansi menyatakan bahwa uji F atau ANOVA digunakan untuk menguji apakah secara bersama-sama seluruh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.⁴³

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah mulai dari 0 sampai dengan 1. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen cukup terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya.

⁴³ La Ode Hasiara, Sudarlan, and Ahyar Muhammad Diah, *Metode Penelitian Terapan Kualitatif Dan Kuantitatif* (CV IRDH, 2019), p. 152.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Bank Syariah Indonesia

a. Definisi Bank Syariah Indonesia

Perbankan merupakan bagian penting dari sistem keuangan guna kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara. Oleh karena itu dalam memenuhi kebutuhan calon nasabah serta untuk mengembangkan dan memberikan pelayanan kepada masyarakat, maka beberapa bank telah memperluas daerah operasinya dengan membuka kantor-kantor cabang pembantu, sehingga bank dapat meningkatkan pelayanannya.

Undang-undang dalam nomor 21 tahun 2008 membahas tentang perbankan syariah yang telah disebutkan bahwasanya Bank Syariah adalah suatu bank yang menjalankan kegiatan-kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah agam islam. Yang kemudian menurut jenisnya Bank Syariah ini telah terdiri atas beberapa yakni Bank umum syariah yaitu Bank syariah yakni Bank BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan Bank BRI Syariah.

Bank syariah juga merupakan sebuah lembaga keuangan yang fungsinya sebagai suatu perantara untuk pihak-pihak yang memiliki berlebihan dana dan pihak yang telah kekurangan dana dan sedang menjalankan kegiatan usaha dan kegiatan yang lainnya dan sesuai dengan hukum islam. Bank syariah juga lahir

dan memiliki fungsi sebagai manajer investasi dan investor. Gambaran lokasi penelitian

b. Sejarah BSI KC Palopo

BSI KC Palopo awalnya merupakan BRI Syariah KC Palopo yang didirikan pada bulan Januari tahun 2014. Jauh sebelum didirikannya, sudah terdapat pengamatan yang diamati secara langsung pada BRI Syariah pusat diberbagai daerah yang terdapat di Indonesia, di antaranya yakni daerah Kota Palopo. Memandang perkembangan ekonomi yang signifikan di Kota Palopo, dengan hal itu pimpinan BRI Syariah ingin mewujudkan peningkatan usaha serta dapat memenuhi kebutuhan warga Kota Palopo dalam hal keuangan, dengan itu BRI Syariah pusat lewat cabang yang ada di Makassar, menetapkan agar membuka Kantor Cabang di Kota Palopo.

Beberapa tahun terakhir bank syariah mengalami peningkatan dalam hal produk dan layanan yang berbasis syariah. Hal inilah yang membuat pemerintah menggabungkan tiga bank syariah menjadi satu bank yaitu BRI Syariah, BNI Syariah dan Bank Mandiri Syariah yang diberi nama menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Pada tanggal 1 Februari tahun 2021 diresmikan BSI oleh bapak presiden Joko Widodo, dengan harapan pembauran ketiga bank syariah tersebut sebagai jalan buat mewujudkan bank syariah sebagai kebanggaan umat, dengan keinginan jadi tenaga baru pembangunan ekonomi nasional dan berkontribusi terhadap keselamatan masyarakat luas. Sehingga saat ini BRI Syariah KC Palopo sudah resmi jadi BSI KC Palopo.

c. Adapun Visi dan Misi BSI KC Palopo

1) Visi

Visi BSI KC Palopo yaitu menjadi bank yang dapat mendominasi dibidang industry perbankan, miniature UKM, bisnis dan area perusahaan dan menjadi bank syariah yang memiliki inovasi dalam menyimpan uang serta administrasi yang terunggul bagi klien.

2) Misi

- a) Memberi perhatian terhadap masyarakat dan daerah.
- b) Melakukan penambahan di Industri yang berkaitan dengan profit.
- c) Meningkatkan usaha ke tingkat syariah universal.
- d) Menyalurkan pembiayaan kepada segmen ritel dan memprioritaskan penghimpunan dana murah.
- e) Mengembangkan nilai layanan berbasis teknologi sesuai nasabah.
- f) Mengembangkan nilai layanan atau barang berlandaskan teknologi.

2. Logo Bank Syariah Indonesia



Gambar 4.1 Logo BSI

Logo Bank BSI diatas secara keseluruhan berwarna hijau dan putih dengan tulisan BSI di iringi dengan bintang berwarna kuning di ujung sebelah kanan dari tulisan BSI. Kemudian dibawah tulisan BSI juga disematkan kata “Bank Syariah Indonesia”. adapun filosofi atau makna yang terkandung dalam bintang kuning

bersudut 5 telah mempresentasikan 5 sila Pancasila dan 5 rukun dalam Islam. Sehingga tulisan BSI telah menjadi representasi di tingkat nasional juga di tingkat dunia.

3. Produk dan Layanan Jasa Bank BSI

a. Tabungan

Adapun produk dan layanan yang ada di bank syariah adalah sebagai berikut : Adapun jenis-jenis tabungan yang ada di Bank BSI adalah sebagai berikut: BSI tabungan valas, BSI tabungan Haji Indonesia, BSI tabungan Easy Mudharabah, BSI tabungan Pendidikan, BSI tabungan bisnis, BSI tabunganku, BSI tabungan pension, BSI tabungan efek syariah, BSI tabungan smart, BSI tabungan prima, BSI tabungan tepenas kolektif, BSI tabungan payroll, BSI tabungan mahasiswa, BSI tabungan junior, BSI tabungan simpanan pelajar, BSI tabungan easy wadiah, BSI tabungan rencana, BSI tabungan rekening autosave dan qurban.

b. Haji dan Umroh

Haji dan Umroh terdiri dari BSI tabungan Haji Indonesia, BSI tabungan Haji muda Indonesia.

c. Pembiayaan

Ada beragam macam pembiayaan yang ada di bank syariah Indonesia antara lain: BSI griya, BSI griya special milad, BSI multiguna berkah, BSI OTO, BSI pensiunan berkah, Mitraguna online, BSI mitra barugan emas (Non Qardh), BSI distributor financing, BSI KPR sejahtera, BSI cash collateral, BSI Umrah, BSI KUR kecil, BSI KUR mikro, Bilateral financing.

d. Investasi dan Transaksi

Investasi terdiri dari jenis BSI deposito valas, Deposito Rupiah, BSI reksa dana syariah, Bancassurance, SBSN Ritel, Sukuk wakaf ritel, Referensi retail brokerage, Sukuk negara ritel seri SR016. Kemudian Transaksi terdiri dari BSI giro valas dan BSI giro rupiah.

e. Emas

Adapun produk unggulan dari Bank BSI adalah BSI gadai emas dan BSI cicil emas.

f. Bisnis/Wirausaha

Bisnis/wirausaha ini merupakan layanan bagi para pelaku usaha kecil dan mikro. Yang terdiri dari BSI giro optimal, BSI cash management, BSI pembiayaan investasi, BSI bank garansi, BSI giro pemerintah, BSI giro ekspor SDA, BSI deposito ekspor, bank guaranteed under counter guarantee, giro vostro, jasa penagihan transaksi trade finance, PYD, SIF BPJS Kesehatan, talenta wirausaha BSI.

g. Prioritas

Prioritas adalah salah satu layanan yang istimewa bagi pribadi atau nasabah yang istimewa, terdiri dari: BSI private, save deposito box (SDB), BSI priority.⁴⁴

4. Karakteristik Data Sampel

a. Karakteristik Sampel

⁴⁴ Wilantika, Karyawan BSI KC Palopo

Pada penelitian ini sampelnya ialah nasabah BSI KC Palopo. Penelitian ini dilakukan kepada nasabah yang ditemui peneliti pada saat penelitian dilangsungkan yang berjumlah 100 nasabah.

b. Berdasarkan Usia

Tabel 4. 1 Klasifikasi Sampel Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17 – 25	100	100%
26 – 35	-	-
36 – 45	-	-
> 45	-	-
Total	100	100%

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa sampel penelitian yang umurnya 17-25 tahun sebanyak 100 orang atau 100%, Jadi dapat disimpulkan bahwa usia 17-25 tahun lebih banyak.

c. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 2 Klasifikasi Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	18	18%
Perempuan	82	82%
Total	100	100%

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa sampel penelitian berjenis kelamin laki-laki sebanyak 18 orang atau 18%, dan perempuan sebanyak 82 orang atau 82%. Jadi dapat disimpulkan bahwa sampel perempuan lebih banyak dari pada sampel laki-laki.

d. Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4. 3 Klasifikasi Sampel Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	-	-
SMP	-	-
SMA	88	88%
Sarjana	12	12%
Total	100	100%

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sampel penelitian yang berpendidikan SMA sebanyak 88 orang atau 88%, Sarjana sebanyak 12 orang atau 12%. Jadi dapat disimpulkan sampel penelitian terbanyak adalah berpendidikan SMA.

e. Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan BSI

Tabel 4. 4 Klasifikasi Sampel Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan BSI

Berapa Lama Menggunakan BSI	Jumlah	Persentase
< 1 Tahun	-	-
1 – 2 Tahun	22	22%
3- 4 Tahun	51	51%
5-6 Tahun	27	27%
> 6 Tahun	-	-
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa sampel berdasarkan berapa lama menggunakan BSI, 1-2 tahun sebanyak 22 orang atau 22%, 3-4 tahun

sebanyak 51 orang atau 51%, 5-6 sebanyak 27 atau 27%. Jadi dapat disimpulkan sampel berdasarkan berapa lama menggunakan BSI yaitu 3-4 tahun.

1. Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan *degree of freedom* (df) = $n-2$ dengan alpha 0,05. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Berikut kriteria penilaian uji validitas yang digunakan tersebut yaitu:

- c. Jika r_{hitung} positif atau $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan tersebut valid.
- d. Jika r_{hitung} negatif atau $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan tersebut tidak valid.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas pada Variabel Service Excellence (X)

No	Service excellence	Item	Rhitung	Rtabel	Ket.
1.	Sikap (X1)	1	0,474	0,198	Valid
		2	0,393	0,198	Valid
		3	0,806	0,198	Valid
		4	0,679	0,198	Valid
		5	0,814	0,198	Valid
		6	0,203	0,198	Valid
		7	0,806	0,198	Valid
		8	0,430	0,198	Valid
2.	Perhatian (X2)	9	0,388	0,198	Valid
		10	0,501	0,198	Valid
		11	0,778	0,198	Valid
		12	0,704	0,198	Valid
		13	0,789	0,198	Valid
		14	0,291	0,198	Valid
3.	Tindakan (X3)	15	0,306	0,198	Valid
		16	0,302	0,198	Valid
		17	0,889	0,198	Valid
		18	0,822	0,198	Valid

		19	0,843	0,198	Valid
		20	0,897	0,198	Valid
4.	Penampilan(X4)	21	0,724	0,198	Valid
		22	0,774	0,198	Valid
		23	0,792	0,198	Valid
		24	0,723	0,198	Valid
5.	Tanggung Jawab(X5)	25	0,816	0,198	Valid
		26	0,826	0,198	Valid
		27	0,575	0,198	Valid
		28	0,482	0,198	Valid

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas pada Variabel Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo (Y)

Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo (Y)	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y1	0,756	0,198	Valid
Y2	0,598	0,198	Valid
Y3	0,605	0,198	Valid
Y4	0,675	0,198	Valid
Y5	0,473	0,198	Valid
Y6	0,757	0,198	Valid
Y7	0,613	0,198	Valid
Y8	0,708	0,198	Valid

Berdasarkan data pada kedua tabel di atas, variabel *Service Excellence* (X) dan variabel Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo (Y). Maka dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan atau pernyataan yang digunakan dalam kuesioner ini telah valid secara statistik, dengan nilai r hitung yang ditunjukkan dari setiap item pertanyaan menunjukkan lebih besar dari r tabel > 0,198. Adapun rumus mencari r tabel yakni sebagai berikut:

Df: n-6

0,05: 100-6

0,05: 94

r tabel: 0,198

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dimaksud untuk mengukur apakah alat ukur yang digunakan cukup akurat, stabil atau konsisten dalam mengukur apa yang ingin diukur. Koefisien reliabilitas berkisar antara 0,0 sampai 1,0 semakin kecil reabilitas maka semakin besar eror, koefisien reliabilitas tidak mungkin diatas 1,0 namun tetap dimungkinkan koefisien negatif.

Namun dalam hal ini, tingkat kepercayaan yang dilihat yaitu pada butir kuesioner sehingga uji reliabilitas ini diolah dengan menggunakan SPSS yaitu dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* yang merupakan sebuah ukuran keandalan yang memiliki nilai berkisar dari nol sampai satu. Pada penelitian ini, instrument dikatakan reliable apabila semua variabel memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, reliabilitas 0,7 dapat diterima dan reliabilitas 0,8 dikatakan baik.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas pada Variabel Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo (Y)

Variabel	Minimal <i>Cronbach Alpha</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Sikap (X1)		0,714	Reliabel
Perhatian (X2)		0,702	Reliabel
Tindakan (X3)	0,60	0,772	Reliabel
Penampilan (X4)		0,744	Reliabel
Tanggung jawab (X5)		0,606	Reliabel
Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo (Y)		0,800	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.7 data hasil pengujian reliabilitas variabel *service excellence* pada BSI KC Palopo (X) dan Pengaruh loyalitas nasabah BSI KC

Palopo (Y) diatas, Semua indikator memiliki cronbach's alpha 0,60 yaitu lebih besar dari 0,60. Berdasarkan ketentuan diatas, maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliable.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah jika distribusi datanya normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat grafik normal P-PPlot dan Kolmogorov Smirnov.⁴⁵ Grafik histogram membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

- a) Jika $Sign. > 0,05$ maka H_a diterima (data berdistribusi normal).
- b) Jika $Sign. < 0,05$ maka H_0 ditolak (data tidak berdistribusi normal).

⁴⁵ Nia Agustin, 'Pengaruh Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Di Kota Sampit', *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6.4 (2024), 4513–20 <<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.990>>.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas

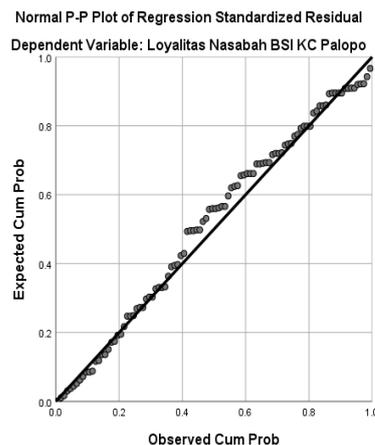
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.3591791
		6
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.057
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

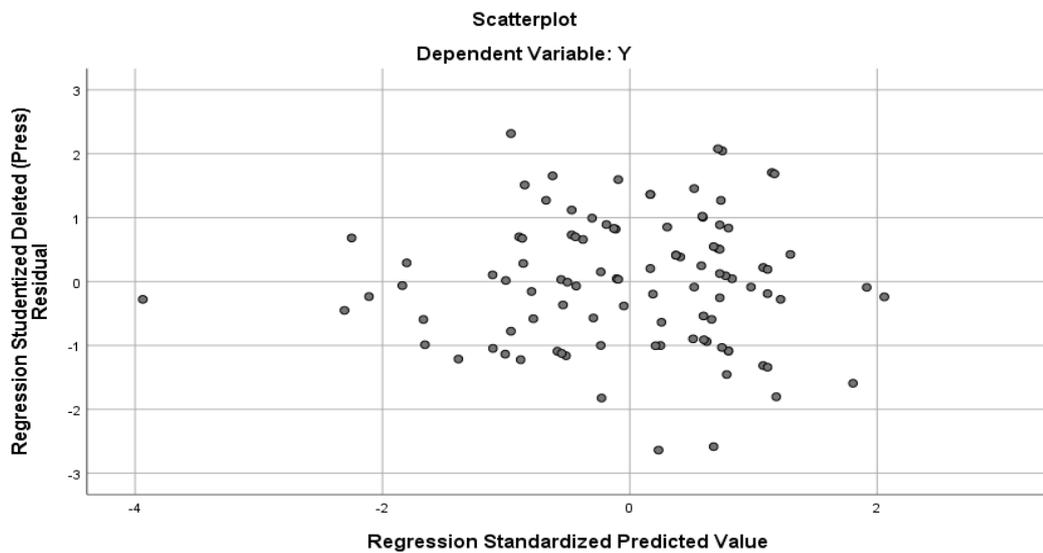
Sumber: *Data Penelitian diolah 2025, Output SPSS 26*



Sumber: *Data Penelitian diolah 2025, Output SPSS 26*

Pada tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas residual dari data yang digunakan dalam penelitian ini, dimana jika nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* lebih besar dari 0,05 (>0.05) berarti data berdistribusi normal. Maka setelah dilakukan uji normalitas di peroleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0.083 maka menunjukkan angka yang lebih besar dari 0.05 (>0.05), sehingga data berdistribusi

normal. Kemudian pada Grafik Histogram diatas, diketahui membentuk satu garis lurus diagonal dengan titik penyebaran mengikuti garis diagonal tersebut, maka hal tersebut dikatakan normal.



Sumber: Hasil olah data SPSS 26

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan hasil hasil bahwa titik-titik dari data penyebaran berada dibawah dan diatas angka 0 atau disekitar angka 0 pada sumbu Y dan juga tidak terdapat Gambaran pola yang jelas pada penyebaran data diatas. Untuk itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada data penelitian ini, sehingga model regresi layak untuk digunakan.

2) Uji Multikolonieritas

Tujuan dari uji multikolonieritas ini yaitu untuk melihat apakah terjadi interkorelasi (hubungan yang kuat antar variabel independen atau variabel bebas yang di teliti). Uji multikolonieritas ini seharusnya menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolonieritas.

c) Jika nilai tolerance lebih besar dari $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas

d) Jika nilai VIF lebih kecil dari $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.⁴⁶

Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	9.728	3.976		2.446	.016		
<i>Service Excellence</i>	.198	.041	.443	4.889	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah Bsi Kc Palopo

Diketahui besarnya nilai *Service Excellence* (X) 1,000 $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan nilai *variance inflation factor* (VIF) sebesar 1.000 < 10.00 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.⁴⁷ Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Metode uji yang digunakan adalah metode Glejser. Metode

⁴⁶ Paramita, Rizal, and Sulistian.

⁴⁷ Laisya N. Cornelisz, iLucky iO. iH. iDotulong, Greis M. Sendow, "Pengaruh Budaya Organisasi, Self Efficacy, dan Kondisi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja di Sutan Raja Hotel Manado" (2024) *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen Bisnis dan Akuntansi* <https://doi.org/10.35794/emba.v12i03.56628>.

tersebut dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya (e) jika nilai probabilitas signifikansi < 0,05, maka terjadi gejala heteroskedastisitas dan jika nilai probabilitas signifikansi > 0,05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.459	1.566		-.293	.770
Sikap	-.310	.277	-.667	-1.119	.266
Perhatian	.433	.353	.701	1.225	.224
Tindakan	.221	.154	.448	1.435	.155
Penampilan	.102	.063	.164	1.603	.112
Tanggung Jawab	-.302	.281	-.373	-1.076	.285

a. Dependent Variable: ABS RES

Sumber: *Data Penelitian diolah 2025, Output SPSS 26*

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser menunjukkan:

- 1) Nilai variabel sikap (X1) sebesar 0,266 diatas dari nilai standar signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
- 2) Nilai variabel perhatian (X2) sebesar 0,224 diatas dari nilai standar signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
- 3) Nilai variabel tindakan (X3) sebesar 0,155 diatas dari nilai standar signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4) Nilai variabel penampilan (X4) sebesar 0,112 diatas dari nilai standar signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

5) Nilai variabel tanggung jawab (X5) sebesar 0,285 diatas dari nilai standar signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh *service excellence* terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.

Adapun analisis regresi linear berganda yaitu:

Tabel 4. 11 Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.302	2.790		4.050	.000
Sikap	-2.143	.494	-1.890	-4.338	.000
Perhatian	3.066	.630	2.035	4.871	.000
Tindakan	1.357	.275	1.126	4.939	.000
Penampilan	-.098	.113	-.064	-.864	.390
Tanggung Jawab	-1.047	.501	-.529	-2.090	.039

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo

Sumber: *Data Penelitian diolah 2025, Output SPSS 26*

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 11,302 + -2,143X_1 + 3,066X_2 + 1,357X_3 + -0,098X_4 + -1,047X_5 + e$$

Penjelasan dari persamaan tersebut adalah:

- 1) Konstanta (a) = sebesar 11,302 mempunyai arti jika variabel sikap (X1), perhatian (X2), tindakan (X3), penampilan (X4), tanggung jawab (X5) memiliki nilai 0 maka nilai loyalitas nasabah BSI KC Palopo sebesar 11,302.
- 2) Koefisien X1 sikap bernilai -2,143 artinya bahwa setiap kenaikan skor variabel sikap satu satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan maka skor variabel loyalitas nasabah BSI KC Palopo naik sebesar -2,143.
- 3) Koefisien X2 perhatian memiliki nilai 3,066 artinya bahwa setiap kenaikan skor variabel perhatian satu satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan maka skor variabel loyalitas nasabah BSI KC Palopo naik sebesar 3,066.
- 4) Koefisien X3 tindakan memiliki nilai 1,357 artinya bahwa setiap kenaikan skor variabel tindakan satu satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan maka skor variabel loyalitas nasabah BSI KC Palopo naik sebesar 1,357.
- 5) Koefisien X4 penampilan memiliki nilai -0,098 artinya bahwa setiap kenaikan skor variabel penampilan satu satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan maka skor variabel loyalitas nasabah BSI KC Palopo naik sebesar -0,098.
- 6) Koefisien X5 tanggung jawab memiliki nilai -1,047 artinya bahwa setiap kenaikan skor variabel tanggung jawab satu satuan dengan asumsi variabel lain dianggap konstan maka skor variabel loyalitas nasabah BSI KC Palopo naik sebesar -1,047.

e. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji-T)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) yang diteliti berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Kriteria uji parsial (uji t) jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk derajat bebas (df) = $n-k$ adalah $100-6=94$. Berdasarkan tabel distribusi “t” diperoleh 1,985. Selain t_{hitung} , dapat menggunakan signifikansi penelitian $> 0,05$. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.

Dasar analisis yang digunakan untuk penentuan besarnya tingkat pengaruh yakni Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dikatakan variabel x mempengaruhi variabel y dan jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka dikatakan variabel x tidak mempengaruhi variabel y.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Parsial (Uji T)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.302	2.790		4.050	.000
	Sikap	-2.143	.494	-1.890	-4.338	.000
	Perhatian	3.066	.630	2.035	4.871	.000
	Tindakan	1.357	.275	1.126	4.939	.000
	Penampilan	-.098	.113	-.064	-.864	.390
	Tanggung Jawab	-1.047	.501	-.529	-2.090	.039

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo

Sumber: *Data Penelitian diolah 2025, Output SPSS 26*

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.12 diatas untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

- a) Variabel sikap (X1) memperoleh nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung -4,338 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985. Maka dapat dikatakan H_0 ditolak H_1 diterima, sehingga dapat dijelaskan bahwa faktor sikap secara parsial mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.
- b) Variabel perhatian (X2) memperoleh nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung 4,871 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985. Maka dapat dikatakan H_0 ditolak H_2 diterima, sehingga dapat dijelaskan bahwa faktor perhatian secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.
- c) Variabel tindakan (X3) memperoleh nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung 4,939 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985. Maka dapat dikatakan H_0 ditolak H_3 diterima, sehingga dapat dijelaskan bahwa faktor tindakan secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.
- d) Variabel penampilan (X4) memperoleh nilai sig. 0,390 lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung -0,864 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,985. Maka dapat dikatakan H_0 diterima H_4 ditolak, sehingga dapat dijelaskan bahwa faktor penampilan tidak signifikan dan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.
- e) Variabel tanggung jawab (X5) memperoleh nilai sig. 0,039 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung -2,090 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985. Maka dapat dikatakan H_0 ditolak H_5 diterima, sehingga dapat dijelaskan bahwa faktor

tanggung jawab secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.

2) Uji F (Simultan)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel sikap (X1), perhatian (X2), tindakan (X3), penampilan (X4), tanggung jawab (X5) terhadap loyalitas nasabah (Y).⁴⁸

Tabel 4. 13 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	455.759	5	91.152	12.826	.000 ^b
	Residual	668.031	94	7.107		
	Total	1123.790	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah Bsi Kc Palopo
b. Predictors: (Constant), Tanggung Jawab, Penampilan , Perhatian, Tindakan, Sikap

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai f hitung sebesar 12,826 > f tabel 2,29 dan nilai sig. 0,000 < 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa H6 diterima dan H0 ditolak, dengan artian variabel sikap, perhatian, tindakan, penampilan, tanggung jawab secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.

3) Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Koefisien determinasi dilakukan agar dapat mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) dapat dilihat dari tabel R-Square berikut.⁴⁹

⁴⁸ Hasiara, Sudarlan, and Diah.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.705 ^a	.497	.470	2.031

a. Predictors: (Constant), Tanggung Jawab, Tindakan, Perhatian, Sikap, Penampilan
b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo

Sumber: *Data Penelitian diolah 2025, Output SPSS 26*

Dari hasil uji R^2 pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,497 yang berarti bahwa 49,7% dari variabel sikap, perhatian, tindakan, penampilan, tanggung jawab berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo, sedangkan sisanya sebesar 0,503 yang artinya 50,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Sikap (X1) terhadap Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan nilai sig.0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung -4,338 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985. Maka dapat dikatakan H_0 ditolak H_1 diterima, sehingga dapat dijelaskan bahwa faktor sikap secara parsial mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.

Sikap sangat penting dalam mencapai loyalitas nasabah BSI KC Palopo karena mencerminkan kualitas pelayanan dan nilai-nilai yang dijunjung oleh bank. Sikap karyawan yang ramah, sopan, dan responsif dapat membuat nasabah merasa

⁴⁹ Saryadi Asep Sumarsana, Iis Trisnawati, Imas Mufti, 'Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Kabupaten Cirebon', *Jurnal Riset Manajemen, Bisnis, Akuntansi Dan Ekonomi*, <https://Portal.Xjurnal.Com/Index.Php/Jambak>, 2.1 (2023), 51–82.

dihargai dan nyaman saat bertransaksi. Sebaliknya, sikap yang cuek, kurang peduli, atau tidak profesional bisa membuat nasabah kecewa dan mencari layanan di bank lain. Misalnya, jika seorang nasabah bertanya mengenai suatu produk dan karyawan menjawab dengan ramah dan jelas, nasabah akan merasa lebih percaya dan puas. Namun, jika karyawan terlihat tidak peduli atau kurang sabar, nasabah bisa merasa diabaikan. Dengan sikap yang baik, nasabah akan lebih percaya dan nyaman menggunakan layanan BSI dalam jangka panjang. Sikap positif juga mendukung service excellence, yang menjadi faktor utama dalam membangun loyalitas nasabah.

2. Pengaruh Perhatian (X2) terhadap Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung 4,871 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985. Maka dapat dikatakan H_0 ditolak H_2 diterima, sehingga dapat dijelaskan bahwa faktor perhatian secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.

Perhatian sangat penting dalam mencapai loyalitas nasabah BSI KC Palopo karena mencerminkan kepedulian dan penghargaan terhadap kebutuhan mereka. Banyak nasabah sering merasa diabaikan, misalnya saat menghadapi antrean panjang tanpa kejelasan atau ketika keluhan mereka tidak ditanggapi dengan baik. Hal ini bisa menyebabkan ketidakpuasan dan mendorong mereka untuk mencari layanan di bank lain. Sebaliknya, perhatian yang baik seperti pelayanan yang ramah, komunikasi yang jelas, dan solusi cepat terhadap masalah nasabah dapat meningkatkan kepuasan dan membangun kepercayaan. Ketika nasabah merasa

diperhatikan, mereka cenderung lebih nyaman, puas, dan setia menggunakan layanan BSI. Perhatian yang konsisten juga memperkuat citra positif bank, membedakannya dari pesaing, dan mendorong promosi dari mulut ke mulut yang efektif.

3. Pengaruh Tindakan (X3) terhadap Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung 4,939 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985. Maka dapat dikatakan H_0 ditolak H_3 diterima, sehingga dapat dijelaskan bahwa faktor tindakan secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.

Tindakan sangat penting dalam mencapai loyalitas nasabah BSI KC Palopo karena menunjukkan komitmen bank dalam memberikan pelayanan terbaik. Banyak nasabah kecewa bukan hanya karena masalah yang mereka hadapi, tetapi karena tidak adanya tindakan nyata dari pihak bank untuk menyelesaikannya. Misalnya, keluhan yang hanya dijanjikan akan diproses tanpa ada penyelesaian konkret dapat menurunkan kepercayaan nasabah. Sebaliknya, tindakan cepat, solusi yang tepat, serta kepedulian dalam menangani masalah nasabah akan meningkatkan kepuasan dan membangun loyalitas. Ketika BSI merespons dengan sigap seperti memberikan informasi yang jelas, menyelesaikan kendala transaksi dengan cepat, dan memberikan layanan proaktif nasabah merasa dihargai dan lebih percaya untuk tetap menggunakan layanan bank. Konsistensi dalam tindakan juga memperkuat citra profesionalisme dan keandalan BSI di mata nasabah.

4. Pengaruh Penampilan (X4) terhadap Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan nilai sig. 0,390 lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung -0,864 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,985. Maka dapat dikatakan H_0 diterima H_4 ditolak, sehingga dapat dijelaskan bahwa faktor penampilan tidak signifikan dan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.

Penampilan sangat penting dalam mencapai loyalitas nasabah BSI KC Palopo karena mencerminkan profesionalisme dan kredibilitas bank. Penampilan yang dimaksud tidak hanya terkait dengan tampilan fisik karyawan, seperti berpakaian rapi dan bersih, tetapi juga kondisi lingkungan kerja, seperti kebersihan dan kenyamanan kantor cabang. Sering terjadi, nasabah merasa kurang nyaman jika melihat karyawan yang kurang rapi atau lingkungan bank yang tidak tertata dengan baik. Hal ini bisa menimbulkan kesan kurang profesional dan mengurangi kepercayaan mereka terhadap layanan bank. Sebaliknya, penampilan yang baik, rapi, dan profesional dapat meningkatkan kepercayaan nasabah serta menciptakan pengalaman yang lebih positif. Nasabah akan lebih nyaman bertransaksi ketika karyawan terlihat sopan, ramah, dan kantor dalam kondisi bersih serta tertata rapi. Dengan demikian, penampilan yang baik dapat memperkuat citra BSI dan meningkatkan loyalitas nasabah dalam jangka panjang.

5. Pengaruh Tanggung jawab (X5) terhadap Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan nilai sig. 0,039 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung -2,090 lebih besar dari t tabel sebesar 1,985. Maka dapat dikatakan H_0 ditolak H_5 diterima, sehingga dapat dijelaskan bahwa faktor tanggung jawab secara parsial mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap

loyalitas nasabah BSI KC Palopo.

Tanggung jawab sangat penting dalam mencapai loyalitas nasabah BSI KC Palopo karena menunjukkan komitmen bank dalam memberikan pelayanan terbaik. Nasabah sering merasa kecewa ketika masalah mereka tidak segera ditindaklanjuti atau ketika janji pelayanan tidak ditepati. Misalnya, jika ada kesalahan transaksi dan bank lambat menanganinya, nasabah bisa kehilangan kepercayaan dan beralih ke bank lain. Sebaliknya, ketika karyawan BSI menunjukkan tanggung jawab dengan menangani keluhan secara cepat, memberikan solusi yang jelas, serta tidak lepas tangan dalam menyelesaikan masalah, nasabah akan merasa lebih aman dan percaya. Sikap tanggung jawab ini menciptakan kepuasan dan membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah.

Dengan selalu bertindak profesional, jujur, dan berkomitmen dalam memberikan layanan terbaik, BSI dapat mempertahankan loyalitas nasabah serta memperkuat citranya sebagai bank syariah yang dapat diandalkan.

6. Pengaruh Sikap, Perhatian, Tindakan, Penampilan dan Tanggung jawab (X5) terhadap Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo

Berdasarkan hasil Uji F (Simultan) hasilnya sebesar $12,826 > F$ tabel $2,29$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Maka dapat dikatakan hipotesis H6 diterima dan H0 ditolak, dengan artian variabel sikap, perhatian, tindakan, penampilan dan tanggung jawab secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya dan hasil pengolahan data tentang pengaruh sikap, perhatian, tindakan, penampilan, dan tanggung jawab terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo. Selanjutnya penulis menyimpulkan:

1. Sikap (X1) secara parsial berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo (Y). yang berarti semakin buruk sikap yang ditunjukkan karyawan BSI tingkat loyalitas nasabah mereka terhadap perusahaan juga cenderung menurun.
2. Perhatian (X2) secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo (Y). yang berarti bahwa semakin tinggi perhatian yang diberikan kepada nasabah, maka loyalitas nasabah terhadap BSI KC Palopo akan semakin meningkat.
3. Tindakan (X3) secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo (Y). yang berarti dapat disimpulkan bahwa semakin baik tindakan yang dilakukan oleh pihak bank, maka semakin tinggi loyalitas nasabah terhadap BSI KC Palopo.
4. Penampilan (X4) secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo (Y). Yang berarti bahwa penampilan tidak memberikan kontribusi yang nyata terhadap peningkatan loyalitas nasabah BSI KC Palopo.

5. Tanggung jawab (X5) secara parsial berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo (Y). Yang berarti bahwa semakin rendah tingkat tanggung jawab pihak bank dapat menurunkan loyalitas nasabah BSI KC Palopo.
6. Sikap, perilaku, tindakan, penampilan dan tanggung jawab secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo sebesar 49,7% sedangkan sisanya 50,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dari kesimpulan dan data diatas maka berikut ini adalah saran yang diajukan oleh peneliti dan bank dapat menjaga pangsa pasarnya.

1. Bagi Bank BSI KC Palopo agar tetap menjaga konsistensi atau mempertahankan penerapan *Service excellence* terhadap para nasabahnya. Karena loyalitas nasabah dapat tercipta dari *service excellence* yang diberikan pihak bank kepada nasabah. Sehingga jika nasabah merasa puas dengan pelayanan bank maka nasabah juga akan loyal. Hal tersebut akan meningkatkan profit dan bank dapat menjaga pangsa pasarnya.
2. Peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan menjadi dasar penelitian selanjutnya dan peneliti selanjutnya dapat menambah variabel-variabel terkait dengan pengaruh *service excellence* terhadap loyalitas nasabah dan lebih banyak menambah referensi serta dapat menggunakan metode baru selain kuesioner agar biasa mendapatkan hasil yang lebih objektif, misalnya dengan

cara wawancara, hal ini perlu dilakukan agar penelitian ini berkembang bagi dunia akademik selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adek Nuriya, Saiful Bakhri, M.M, H. Yusuf, SE, M.M, 'Implementasi Service Excellence Dunia Perbankan Syariah Dalam Perspektif Al-Qur'an, *Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*', 14.2 (2023), 102–13
- Agustin, Nia, 'Pengaruh Kepuasan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Di Kota Sampit', *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6.4 (2024), 4513–20
<<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.990>>
- Amin, Nur Fadilah, Sabaruddin Garancang, and Kamaluddin Abunawas, 'Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian', *Jurnal Pilar*, 14.1 (2023), 15–31
- Asep Sumarsana, Iis Trisnawati, Imas Mufti, Saryadi, 'Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Koperasi Dan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Kabupaten Cirebon', *Jurnal Riset Manajemen, Bisnis, Akuntansi Dan Ekonomi*, <https://Portal.Xjurnal.Com/Index.Php/Jambak>, 2.1 (2023), 51–82
- Dessy Kurnia Sari, dkk Roni Andespa Yulia Hendri Yeni Yudi Fernando, 'Citra Merek, Nilai Persepsi, Kesadaran Merek, Kepercayaan Nasabah, Dan Loyalitas Nasabah Pada Perbankan Syariah, *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*', 6.2 (2023), 2301–16
- Dwi Sri Wahyuni, Erry Sunarya, Nor Norisanti, Analisis Retensi Pelanggan Dan Switching Costs Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome, 'No Title', 4 (2022), 99–107
- Fadhil Adli, M, Andi Wijayanto, and Naili Farida, 'Pendahuluan Seiring Perkembangan Zaman Di Era Globalisasi Ini Dengan Teknologi Yang Semakin Maju Memberikan Pengaruh Terhadap Keadaan Dunia Bisnis Dan Upaya Untuk Menjaga Pangsa Pasar , Untuk Membeli Produk Yang Ditawarkan Oleh Perusahaan . Oleh Karena I', *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12.1 (2023), 321–31
- Hasiara, La Ode, Sudarlan, and Ahyar Muhammad Diah, *Metode Penelitian Terapan Kualitatif Dan Kuantitatif* (CV IRDH, 2019)
- Helena Sihotang, Nawary Saragih, Evelin Roma Riauli Silalahi, 'Pentingnya Penerapan Service Excellence Di Perguruan Tinggi', *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2.1 (2023), 26–33
- Hermawan, Sigit, and Wiwit Hariyanto, *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif Dan Kualitatif)*, *Buku Ajar Metode Penelitian Bisnis (Kuantitatif*

Dan Kualitatif), 2022 <<https://doi.org/10.21070/2022/978-623-464-047-2>>

ibnu Katsir, 'Tafsir Surat Al-Ahzab, Ayat 21-22'

Jesika Melina Simamora, Yusmalinda, 'Pengaruh Service Excellence Dan Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cv Bersinar, Pematangsiantar <Http://Jurnal.Stiesultanagung.Ac.Id/Index.Php/StrategicPengaruh>', 1 (2021)

Journal, Finance, Roviatul Hasanah, Dwiyani Sudaryanti, Ahsani Taqwiem, and Universitas Islam Malang, 'Pengaruh Service Excellent , Price Fairness Dan Product Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah', 4.1 (2023), 392–408

Junaedi, Deddy, 'Profit : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan 4 (1) 2020 . P : 24-32 Profit : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan', 4.1 (2020), 24–32

Kartikasari, Dwi, and Dea Ariesta Syafitri, 'Efektivitas Pelayanan Prima (Service Excellence) Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Pada Toko Obat Dewi Farma', *Jurnal Manajemen*, 1.1 (2016), 1–5

Katsir, Ibnu, 'Tafsir Surat Al-Hujurat, Ayat 14-18'

Khusnul Istiqomah, Ahsan Putra Hafiz, Abdul Hakim Saputra, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Customer Service Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas IAIN Sulthan Thaha Saifuddin Kota Jambi Khusnul, *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, <Https://Doi.Org/10.59059/Maslahah.V2>', 2.1 (2024)

M. Kamil hafidzi, Fathia Rizqi, Ajijah Jumani, 'Literature Review Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian, *Jurnal Ilmu Multidisiplin*', 1.1 (2022), 203–14

Muhammad Asyari Syahab, Aprilda Yanti, 'Sosialisasi Pentingnya Pelayanan Prima Pada Komsumen Untuk Pertumbuhan Perusahaan, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*', 2.2, 63–72

Nurohmah, Anggi Nadia, and Agung Guritno, 'Analisis Determinan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kendal Weleri', *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 3.1 (2023), 34 <<https://doi.org/10.31958/ab.v3i1.7786>>

Oktariyani, Ni Putu, and Dewa Nyoman Benni Kusyana, "Meningkatkan Loyalitas Nasabah Dengan Service Excellent Dan Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah", *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 4.2 (2024), 331–43

- Paramita, Ratna Wijayanti Daniar, Noviansyah Rizal, and Riza Bahtiar Sulistian, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jawa Timur: Widiya Gama Press, 2021)
- Perkembangan, Analisis, and Perbankan Syariah, 'Ari Susanto, Adiana Novita, Deni Alatas, Agung Apriana, "Analisis Perkembangan Perbankan Syariah Di Kabupaten Subang", *Jurnal Perbankan Syariah Indonesia*, 2.1 (2023), 11–12
- Pingkan Fitria Redati, Penerapan pelayanan prima pada frontliners guna meningkatkan dan mempertahankan jumlah nasabah bank syariah indonesia kcp masaran pasca pandemi covid 19, 'No Title', 2023
- Redaksi, 'Tafsir Surat Ali 'Imran Ayat 130-133', *Tafsiralquran.Id*, 2020
- Shadri, Muh, Kahar Muang, and Jibria Ratna Yasir, 'Does Service Quality, Customer Satisfaction and Company Image Affect Customer Loyalty?', *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 24.4 (2022), 74–80
<<https://doi.org/10.32424/1.jame.2022.24.4.7197>>
- Sitti Fatimah, Salma Abdullah, Nurul Hifdziyah Amniar, 'Service Excellence Dan Kualitas Produk : Sebuah Kajian Tentang Loyalitas Nasabah, *Journal of Research in Management*', 5 (2022), 1–10
- Sri Eka Wulandari, Flora silalahi, 'Penerapan Pelayanan Prima Pada Brandan Donuts Cabang Pangkalan Brandan, *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Manajemen (JASMIEN)*', 04 (2024), 119–26
- Waruwu, Marinu, 'Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.1 (2023), 2896–2910
- Wicaksono, Dani Agung, 'Faktor-Faktor Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Suatu Kajian Teoritis), *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, <https://Journal-Nusantara.Com/Index.Php/JIM/Article/View/135>', 1.3 (2022), 504–9
- Zulfi Zakiyah Eliza, Syamsuddin, Versiandika Yudha Pratama, 'Pengaruh Pelayanan Prima Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah BSI KCP Pekalongan), *Journal of Sharia Finance and Banking*', 3.1 (2023), 75–86

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1: Surat Keterangan Izin Penelitian



PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. K. H. M. Hasyim, No. 5, Kota Palopo, Kode Pos: 91921
Telp/Fax. : (0471) 326048, Email : dpmpstpp@palopokota.go.id, Website : <http://dpmpstsp.palopokota.go.id>

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
NOMOR : 500.16.70.2/2024.0893/IP/DPMPSTSP

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Mendagri Nomor 3 Tahun 2008 tentang Penarikan Surat Keterangan Penelitian;
4. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
5. Peraturan Wali Kota Palopo Nomor 31 Tahun 2023 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Diberikan Wali Kota Palopo Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama	: ALIKA MUSTAHIR
Jenis Kelamin	: P
Alamat	: Jl. Andi Tenriadjeng Kota Palopo
Pekerjaan	: Mahasiswa
NIM	: 2004020047

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

PENGARUH SERVICE EXCELLENCE TERHADAP LOYALITAS NASABAH BSI KC PALOPO

Lokasi Penelitian	: Bank Syariah Indonesia Kc. Palopo
Lamanya Penelitian	: 4 September 2024 s.d. 4 Desember 2024

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor kepada Wali Kota Palopo cq. **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo**.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal : 5 September 2024



Ditandatangani secara elektronik oleh :
Kepala DPMPSTSP Kota Palopo
SYAMSURIADI NUR, S.STP
Pangkat : Pembina IV/a
NIP : 19850211 200312 1 002

Tambahan Kepada Yth.:

1. Wali Kota Palopo;
2. Dandim 1403 SWG;
3. Kapoires Palopo;
4. Kepala Badan Kesbang Prov. Sul-Sel;
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo;
6. Kepala Badan Kesbang Kota Palopo;
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian.



Dokumen ini ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan oleh Balai Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN)

Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN



PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH BSI KC PALOPO

Dengan hormat,

Sehubungan dengan kegiatan penelitian yang saya lakukan dengan judul **“PENGARUH *SERVICE EXCELLENCE* TERHADAP LOYALITAS NASABAH BSI KC PALOPO”**. Saya bermaksud mengajukan permohonan pengisian kuesioner. Adapun tujuan dari kuesioner ini adalah sebagai bahan masukan untuk memperoleh data yang akurat dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan mengisi kuesioner dengan sebenarnya. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan dalam kuesioner akan saya jamin kerahasiaannya karena kuesioner ini hanya digunakan untuk kegiatan penelitian. Demikian surat permohonan ini saya ajukan, atas partisipasi dan kesediaan Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

PETUNJUK PENGISIAN

1. Angket ini terdiri dari beberapa bagian yaitu: (I) Identitas sampel dan (II) daftar pernyataan.
2. Setiap butir pernyataan disertai *alternative* jawaban dibaca teliti dan mohon dijawab tanpa ada yang terlewatkan.
3. Daftar pernyataan diisi dengan cara memberikan tanda *check list* (\surd) pada salah satu *alternative* jawaban sesuai dengan pendapat Bapak/ibu. Jika jawaban yang tersedia ada yang tidak sesuai dimohon untuk memilih yang paling mendekati sesuai dengan pendapat Bapak/ibu.

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia :Tahun
4. Pendidikan Terakhir:
 SD
 SMP
 SMA
 Perguruan Tinggi
5. Berapa Lama Menggunakan BSI :

II. DAFTAR PERNYATAAN

Berikan tanda Checklist (√) pada alternative jawaban menurut Bapak/Ibu paling tepat.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Pernyataan untuk Responden:

1. Pernyataan *Service Excellence* pada BSI KC Palopo (X)

NO.	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
Sikap (X1)					
1.	Seberapa sering petugas BSI KC Palopo menyapa anda dengan ramah saat berkunjung ke bank BSI				
2.	Karyawan BSI KC Palopo saat melayani nasabah selalu ceria dan memberikan senyum sebelum melakukan transaksi.				
3.	Seberapa baik petugas BSI KC Palopo dalam memberikan solusi ketika anda menghadapi masalah terkait layanan perbankan				
4.	Apakah anda merasa petugas BSI KC Palopo optimis dan proaktif dalam membantu kebutuhan perbankan anda				
5.	Seberapa sering petugas BSI KC Palopo mendengarkan dengan				

	seksama saat anda menyampaikan pertanyaan atau keluhan.				
6.	Apakah anda merasa dihargai sebagai nasabah ketika berinteraksi dengan petugas bank BSI KC Palopo				
7.	Seberapa terbuka petugas BSI KC Palopoterdhadap saran yang anda berikan mengenai peningkatan layanan				
8.	Apakah anda merasa petugas BSI KC Palopo menanggapi kritik anda dengan sikap positif dan konstruktif.				
Perhatian (X2)					
9.	Bank BSI KC Palopo memahami kebutuhan nasabah dan memberikan solusi yang sesuai				
10.	Layanan yang diberikan oleh Bank BSI KC Palopo membantu saya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan saya				
11.	Petugas BSI KC Palopo selalu memberikan perhatian penuh saat saya membutuhkan bantuan				
12.	Saya merasa mendapatkan pelayanan yang ramah dan responsif dari petugas BSI KC Palopo				
13.	Petugas BSI KC Palopo mampu memahami kebiasaan transaksi saya sebagai nasabah				
14.	BSI KC Palopo menawarkan layanan atau produk berdasarkan pola transaksi dan kebutuhan saya.				
Tindakan (X3)					
15.	Pegawai BSI KC Palopi selalu menanyakan kebutuhan saya sebelum memberikan layanan				
16.	Saya merasa informasi yang saya berikan kepada BSI KC Palopo dicatat				

	dan digunakan untuk meningkatkan pelayanan.				
17.	BSI KC Palopo memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan saya tanpa harus saya jelaskan berulang kali				
18.	Saya merasa layanan yang diberikan BSI KC Palopo sudah sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan saya sebagai nasabah.				
19.	Pegawai BSI KC Palopo selalu memberikan pelayanan yang ramah dan mengucapkan terima kasih setelah transaksi				
20.	Cara BSI KC Palopo dalam mengapresiasi nasabah membuat saya ingin terus menggunakan layanan mereka.				
Penampilan (X4)					
21.	Seragam dan atribut pegawai BSI KC Palopo mencerminkan profesionalisme dalam pelayanan kepada nasabah				
22.	Tata ruangan dan desain interior kantor BSI KC Palopo memberikan kenyamanan saat saya bertransaksi				
23.	Pegawai BSI KC Palopo selalu menunjukkan sikap percaya diri dan antusias dalam melayani nasabah				
24.	Saya merasa pegawai BSI KC Palopo selalu bersikap sopan dan menghargai setiap pelanggan tanpa membedakan status				
Tanggung Jawab (X5)					
25.	Pegawai BSI KC Palopo selalu bekerja dengan teliti dan hati-hati untuk menghindari kesalahan dalam pelayanan				
26.	Saya merasa pegawai BSI KC Palopo menjalankan prosedur dengan baik				

	untuk mencegah potensi kerugian bagi perusahaan dan nasabah				
27.	Pegawai BSI KC Palopo menunjukkan loyalitas tinggi terhadap perusahaan dengan memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah				
28.	Saya melihat pegawai BSI KC Palopo selalu mendukung kebijakan dan nilai-nilai perusahaan dalam setiap interaksi dengan nasabah				

2. Pernyataan Loyalitas Nasabah BSI KC Palopo (Y)

NO.	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
Pembelian secara berulang					
1.	Saya akan Menggunakan Jasa dan Produk Di BSI KC Palopo Lagi				
2.	Saya akan Melakukan Transaksi Kembali di BSI KC Palopo				
Membeli Diluar Lini Produk Maupun Jasa					
3.	Saya Senang Berkonsultasi Dengan Pelaku Pelayanan yang Ada di BSI KC Palopo				
4.	Bank BSI KC Palopo Memiliki Fasilitas yang Berkualitas dan Pelayanan yang Baik				
Merekomendasikan Produk					
5.	Saya Akan Mengajak Keluarga Saya untuk Bertransaksi di BSI KC Palopo				

6.	Saya Merekomendasikan Produk Atau Jasa di BSI KC Palopo kepada Teman dan Keluarga				
Menunjukkan Kekebalan Dan Daya Tarik Produk Sejenis Dari Pesaing					
7.	Biaya Sewa BSI KC Palopo Relatife Murah				
8.	Bank BSI KC Palopo Memiliki SDM Yang Berkualitas				

Lampiran 3: Data Kuesioner Penelitian

**TABULASI JAWABAN SAMPEL
DATA KUESIONER PENELITIAN**

1. Tabulasi Sikap (X1)

1	2	3	4	5	6	7	8	TOTAL
4	3	4	3	4	3	4	4	29
4	3	3	3	3	3	3	4	26
4	3	3	3	3	4	3	4	27
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	4	3	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	3	30
3	4	4	3	4	3	4	3	28
3	4	4	3	4	4	4	3	29
3	4	3	3	3	4	3	3	26
4	4	4	4	4	3	4	4	31
3	3	4	4	4	3	4	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	3	3	3	3	4	3	4	27
3	4	4	3	4	3	4	3	28
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	4	3	3	25
3	4	3	3	3	4	3	3	26
3	4	3	3	3	3	3	3	25
3	4	4	4	4	4	4	3	30
3	4	4	4	4	4	4	3	30
2	4	3	3	3	4	3	3	25
2	3	4	4	4	2	4	3	26
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	3	4	4	4	2	4	4	29
4	3	3	3	3	4	3	4	27
4	4	3	3	3	4	3	4	28
3	4	4	4	4	4	4	3	30
3	4	4	4	4	4	4	3	30
4	4	3	3	3	4	3	4	28

3	4	3	3	3	3	3	3	25
4	4	4	4	4	3	4	4	31
4	3	3	3	3	3	3	4	26
3	3	4	4	4	3	4	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	4	4	4	4	4	4	3	30
3	4	3	3	3	4	3	3	26
4	3	4	4	4	4	4	4	31
3	3	4	4	4	3	4	4	29
4	3	4	4	4	3	4	4	30
4	3	4	4	4	4	4	4	31
3	3	4	4	4	3	4	4	29
3	3	3	3	3	4	3	4	26
3	3	3	3	3	4	3	3	25
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	3	4	3	4	3	4	4	29
4	3	2	2	2	3	2	4	22
3	3	4	4	4	3	4	3	28
2	3	4	4	4	3	4	3	27
3	4	4	4	4	3	4	3	29
3	3	3	3	3	4	3	3	25
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	3	3	4	3	4	28
3	3	3	3	3	4	3	3	25
3	4	3	3	3	4	3	3	26
3	4	3	3	3	4	3	3	26
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	3	4	3	4	4	29
3	3	4	3	4	3	4	3	27
4	4	4	4	4	3	4	4	31
3	4	4	4	4	3	4	3	29
3	4	3	3	3	4	3	3	26
4	4	4	4	5	3	4	4	32
4	4	4	3	4	3	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	4	3	3	3	3	26
3	4	3	4	3	4	3	3	27
3	3	3	3	3	4	3	4	26
4	4	3	4	3	4	3	4	29
4	4	3	3	3	4	3	4	28

3	4	3	4	3	4	3	4	28
4	3	2	2	2	3	2	4	22
4	4	4	4	4	3	4	4	31
4	4	4	4	4	3	4	4	31
3	4	4	4	4	3	4	3	29
3	4	4	4	4	4	4	3	30
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	3	4	4	4	4	31
3	4	4	4	4	4	4	3	30
3	3	3	3	3	4	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	3	30
4	3	3	4	3	4	3	4	28
3	3	4	3	4	4	4	3	28
4	4	4	3	4	4	4	4	31
3	4	4	4	4	4	4	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	3	4	4	3	4	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	3	3	4	3	4	28
4	4	4	3	4	3	4	3	29
4	4	3	4	4	3	3	4	29
3	4	4	4	4	4	4	3	30
3	3	4	4	4	3	4	3	28
2	3	4	4	4	3	4	3	27

2. Tabulasi Perhatian (X2)

9	10	11	12	13	14	TOTAL
4	3	4	3	4	3	21
4	3	3	3	3	3	19
4	3	3	3	3	4	20
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	23
3	4	4	3	4	3	21
3	4	4	3	4	4	22
3	4	3	3	3	4	20

4	4	4	4	4	3	23
3	3	4	4	4	3	21
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	4	4	4	23
4	3	3	3	3	4	20
3	4	4	3	4	3	21
4	3	4	4	4	4	23
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	4	19
3	4	3	3	3	4	20
3	4	3	3	3	3	19
3	4	4	4	4	4	23
3	4	4	4	4	4	23
2	4	3	3	3	4	19
2	3	4	4	4	2	19
4	3	4	4	4	4	23
4	3	4	4	4	2	21
4	3	3	3	3	4	20
4	4	3	3	3	4	21
3	4	4	4	4	4	23
3	4	4	4	4	4	23
4	4	3	3	3	4	21
3	4	3	3	3	3	19
4	4	4	4	4	3	23
4	3	3	3	3	3	19
3	3	4	4	4	3	21
3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	4	4	4	23
3	4	3	3	3	4	20
4	3	4	4	4	4	23
3	3	4	4	4	3	21
4	3	4	4	4	3	22
4	3	4	4	4	4	23
3	3	4	4	4	3	21
3	3	3	3	3	4	19
3	3	3	3	3	4	19
4	4	4	3	4	4	23
4	3	4	3	4	3	21
4	3	2	2	2	3	16
3	3	4	4	4	3	21

2	3	4	4	4	3	20
3	4	4	4	4	3	22
3	3	3	3	3	4	19
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	3	4	21
3	3	3	3	3	4	19
3	4	3	3	3	4	20
3	4	3	3	3	4	20
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	3	4	3	21
3	3	4	3	4	3	20
4	4	4	4	4	3	23
3	4	4	4	4	3	22
3	4	3	3	3	4	20
4	4	4	4	5	3	24
4	4	4	3	4	3	22
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	4	3	3	20
3	4	3	4	3	4	21
3	3	3	3	3	4	19
4	4	3	4	3	4	22
4	4	3	3	3	4	21
3	4	3	4	3	4	21
4	3	2	2	2	3	16
4	4	4	4	4	3	23
4	4	4	4	4	3	23
3	4	4	4	4	3	22
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	3	4	4	23
3	4	4	4	4	4	23
3	3	3	3	3	4	19
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	23
4	3	3	4	3	4	21
3	3	4	3	4	4	21
4	4	4	3	4	4	23
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	4	4	21

4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	3	4	21
4	4	4	3	4	3	22
4	4	3	4	4	3	22
3	4	4	4	4	4	23
3	3	4	4	4	3	21
2	3	4	4	4	3	20

3. Tabulasi Tindakan (X3)

15	16	17	18	19	20	TOTAL
4	3	4	4	4	4	23
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	3	3	19
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	3	3	21
4	3	4	3	3	4	21
4	4	3	3	3	3	20
3	4	3	3	3	3	19
4	3	4	4	4	4	23
4	4	3	4	3	3	21
3	3	3	3	4	3	19
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	23
4	3	3	3	3	4	20
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	3	3	3	19
3	4	3	3	3	3	19
3	3	3	4	3	3	19
4	4	3	3	3	3	20
4	4	3	3	3	3	20
3	5	2	4	2	2	18
4	2	2	2	2	2	14
4	4	4	4	4	4	24
4	2	4	4	4	4	22

3	4	4	4	4	4	23
3	4	4	4	4	4	23
4	4	3	4	3	3	21
4	4	3	3	3	4	21
3	4	4	4	4	4	23
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	4	4	4	23
3	3	4	4	4	4	22
4	3	3	3	3	3	19
3	3	3	3	4	3	19
4	4	3	3	4	3	21
3	4	3	3	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	3	3	19
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	3	3	19
3	4	3	3	3	3	19
3	4	3	3	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	23
2	3	4	4	4	4	21
4	3	2	4	3	2	18
4	3	2	3	3	2	17
4	3	2	3	3	3	18
3	3	2	3	3	3	17
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	23
3	4	3	3	3	3	19
3	4	3	3	3	3	19
3	4	3	3	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	23
4	3	3	4	3	3	20
4	3	4	4	4	4	23
4	3	3	3	3	3	19
3	4	3	3	3	3	19
4	3	4	4	4	4	23
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24

3	3	3	3	3	3	18
3	4	3	3	3	3	19
3	4	3	3	3	3	19
3	4	4	4	4	4	23
3	4	4	4	4	4	23
3	4	3	3	3	3	19
2	3	4	4	4	4	21
4	3	4	4	4	4	23
4	3	4	4	4	4	23
4	3	3	3	3	3	19
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	3	4	21
3	4	3	3	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	3	3	19
3	3	4	4	4	4	22
4	3	3	3	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	3	21
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	3	3	4	22
3	3	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	23
4	3	2	3	4	3	19

4. Tabulasi Penampilan (X4) dan Tanggung Jawab (X5)

21	22	23	24	TOTAL	25	26	27	28	TOTAL
3	3	3	3	12	4	4	4	3	15
3	2	2	3	10	4	4	3	3	14
3	3	3	3	12	4	4	3	4	15
4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
2	3	3	3	11	4	4	4	3	15

3	3	4	4	14	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
3	3	3	3	12	3	4	4	3	14
3	3	2	2	10	3	3	4	4	14
2	3	3	3	11	3	3	3	4	13
3	4	3	3	13	3	3	3	3	12
3	3	3	2	11	3	2	2	3	10
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
2	3	3	2	10	2	3	3	3	11
3	4	4	3	14	3	3	4	4	14
3	3	2	2	10	4	4	4	4	16
2	2	2	3	9	3	3	3	3	12
3	3	3	2	11	3	3	2	2	10
3	3	3	3	12	2	3	3	3	11
4	4	4	4	16	3	3	3	4	13
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
4	4	3	3	14	3	3	4	4	14
3	3	4	4	14	3	3	4	4	14
3	3	3	3	12	2	2	3	4	11
4	4	3	3	14	2	2	4	2	10
4	2	2	2	10	4	4	4	4	16
4	4	3	3	14	4	4	4	2	14
4	4	3	3	14	4	4	3	4	15
3	3	3	3	12	4	4	3	4	15
3	3	3	3	12	3	3	4	4	14
4	4	3	3	14	3	4	4	4	15
3	3	3	4	13	4	4	3	4	15
3	2	3	2	10	3	3	3	3	12
4	3	3	4	14	4	4	4	3	15
4	4	4	3	15	4	4	3	3	14
3	3	3	3	12	3	3	4	3	13
3	3	3	3	12	4	3	3	3	13
3	3	3	3	12	4	3	4	4	15
3	2	2	3	10	3	3	3	4	13
2	3	3	2	10	4	4	4	4	16
3	2	3	2	10	3	3	4	3	13
4	2	3	3	12	4	4	4	3	15
3	3	2	4	12	4	4	4	4	16
4	4	4	2	14	3	3	4	3	13
3	3	3	3	12	3	3	3	4	13

2	3	3	2	10	3	3	3	4	13
3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
3	3	3	3	12	4	4	4	3	15
3	3	3	3	12	4	4	2	3	13
4	4	3	3	14	3	2	4	3	12
3	3	4	4	14	3	2	4	3	12
3	4	3	4	14	3	3	4	3	13
4	3	4	3	14	3	3	3	4	13
3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
4	3	3	3	13	4	4	4	4	16
3	4	4	3	14	4	4	3	4	15
3	3	3	3	12	3	3	3	4	13
3	4	4	3	14	3	3	3	4	13
3	2	3	2	10	3	3	3	4	13
4	3	3	4	14	4	4	4	4	16
4	3	4	3	14	4	4	4	3	15
3	3	3	3	12	3	3	4	3	13
3	3	3	3	12	4	4	4	3	15
2	2	2	3	9	3	3	4	3	13
3	4	3	4	14	3	3	3	4	13
4	4	3	3	14	4	4	5	3	16
4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
4	3	4	4	15	3	3	3	3	12
4	3	4	3	14	3	3	3	4	13
4	3	3	3	13	3	3	3	4	13
3	3	3	3	12	4	4	3	4	15
4	3	3	3	13	4	4	3	4	15
3	3	3	3	12	3	3	3	4	13
3	2	2	3	10	4	4	2	3	13
3	3	3	3	12	4	4	4	3	15
4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
2	3	3	3	11	3	3	4	3	13
3	3	4	4	14	3	3	4	4	14
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
3	3	2	2	10	3	4	4	4	15
2	3	3	3	11	3	3	3	4	13
3	4	3	3	13	4	4	4	4	16
3	3	3	2	11	3	3	4	4	14
3	3	3	3	12	4	4	3	4	15

4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	2	2	4	4	4	2	4	26
3	2	2	3	2	3	2	3	20
3	4	4	3	4	3	4	3	28
3	4	4	3	2	3	4	3	26
3	4	4	3	4	3	4	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	4	4	3	4	30
4	3	4	4	4	4	3	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	4	4	4	3	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	3	4	3	4	3	28
3	3	3	3	4	3	3	3	25
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	3	4	4	4	3	4	29
4	3	3	4	4	4	3	4	29
3	4	4	3	4	3	4	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	4	4	4	3	3	4	3	28
3	4	4	4	4	4	4	3	30
3	3	3	4	3	4	3	3	26
3	3	3	4	4	3	3	3	26
3	3	3	3	4	3	3	3	25
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	3	3	4	4	3	28
3	4	4	3	3	4	4	3	28
3	3	3	3	3	3	2	3	23
3	3	3	3	3	3	2	3	23
4	3	3	4	3	4	2	4	27
3	3	3	3	3	3	2	3	23
3	4	4	3	4	3	4	3	28
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	4	3	3	3	25
4	3	3	4	4	4	3	4	29
4	3	3	4	4	4	3	4	29
3	4	4	3	4	3	4	3	28
3	4	4	3	3	3	4	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	4	4	4	3	4	4	4	31

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas

HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

1. Service Excellence pada BSI KC Palopo (X)

1. Sikap (X1)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL X1
X1.1	Pearson	1	.047	.046	-.030	.097	.109	.046	.846**	.474**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		.645	.648	.768	.335	.281	.648	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson	.047	1	.161	.182	.167	.242	.161	-	.393**
	Correlation						*		.094	
	Sig. (2-tailed)	.645		.110	.070	.097	.015	.110	.351	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson	.046	.161	1	.660**	.949	-	1.00	.023	.806**
	Correlation					**	.135	0**		
	Sig. (2-tailed)	.648	.110		.000	.000	.181	.000	.822	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson	-.030	.182	.660	1	.660	-	.660	.034	.679**
	Correlation			**		**	.040	**		
	Sig. (2-tailed)	.768	.070	.000		.000	.689	.000	.735	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson	.097	.167	.949	.660**	1	-	.949	.073	.814**
	Correlation			**			.157	**		
	Sig. (2-tailed)	.335	.097	.000	.000		.118	.000	.468	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson	.109	.242	-	-.040	-	1	-	.063	.203*
	Correlation		*	.135		.157		.135		
	Sig. (2-tailed)	.281	.015	.181	.689	.118		.181	.532	.043
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson	.046	.161	1.00	.660**	.949	-	1	.023	.806**
	Correlation			0**		**	.135			
	Sig. (2-tailed)	.648	.110	.000	.000	.000	.181		.822	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson	.846**	-	.023	.034	.073	0.63	.023	1	.430**

	Correlation		.094						
	Sig. (2-tailed)	.000	.351	.822	.735	.468	.532	.822	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTA	Pearson	.474**	.393	.806	.679**	.814	.203	.806	.430
LX1	Correlation		**	**		**	*	**	**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.043	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	8

2. Perhatian (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTALX2
X2.1	Pearson	1	.047	.046	-.030	.097	.109	.388**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.645	.648	.768	.335	.281	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson	.047	1	.161	.182	.167	.242*	.501**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.645		.110	.070	.097	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson	.046	.161	1	.660**	.949	-.135	.778**
	Correlation					**		
	Sig. (2-tailed)	.648	.110		.000	.000	.181	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson	-	.182	.660	1	.660	-.040	.704**
	Correlation	.030		**		**		
	Sig. (2-tailed)	.768	.070	.000		.000	.689	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson	.097	.167	.949	.660**	1	-.157	.789**
	Correlation			**				

	Sig. (2-tailed)	.335	.097	.000	.000		.118	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson	.109	.242	-	-.040	-	1	.291**
	Correlation		*	.135		.157		
	Sig. (2-tailed)	.281	.015	.181	.689	.118		.003
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTA	Pearson	.388	.501	.778	.704**	.789	.291**	1
LX2	Correlation	**	**	**		**		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.003	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.702	6

3. Tindakan (X3)

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTALX3
X3.1	Pearson	1	-	.076	.084	.089	.142	.306**
	Correlation		.081					
	Sig. (2-tailed)		.425	.454	.405	.376	.159	.002
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson	-	1	.110	.108	.007	.096	.302**
	Correlation		.081					
	Sig. (2-tailed)		.425	.277	.285	.942	.342	.002
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson	.076	.110	1	.722	.782	.877	.889**
	Correlation				**	**	**	
	Sig. (2-tailed)	.454	.277		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson	.084	.108	.722**	1	.749	.695	.822**
	Correlation					**	**	
	Sig. (2-tailed)	.405	.285	.000		.000	.000	.000

	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson	.089	.007	.782**	.749	1	.793	.843**
	Correlation				**		**	
	Sig. (2-tailed)	.376	.942	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson	.142	.096	.877**	.695	.793	1	.897**
	Correlation				**	**		
	Sig. (2-tailed)	.159	.342	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTA	Pearson	.306	.302	.889**	.822	.843	.897	1
LX3	Correlation	**	**		**	**	**	
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
Alpha	
.772	6

4. Penampilan (X4)

		Correlations				
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTALX4
X4.1	Pearson	1	.418	.381	.360	.724**
	Correlation		**	**	**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson	.418	1	.576	.352	.774**
	Correlation	**		**	**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson	.381	.576	1	.455	.792**
	Correlation	**	**		**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson	.360	.352	.455	1	.723**

	Correlation	**	**	**		
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTA	Pearson	.724	.774	.792	.723	1
LX4	Correlation	**	**	**	**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	4

5. Tanggung Jawab (X5)

		Correlations				
		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	TOTALX5
X5.1	Pearson Correlation	1	.809**	.244*	.145	.816**
	Sig. (2-tailed)		.000	.015	.150	.000
	N	100	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.809**	1	.253*	.157	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000		.011	.118	.000
	N	100	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.244*	.253*	1	.037	.575**
	Sig. (2-tailed)	.015	.011		.712	.000
	N	100	100	100	100	100
X5.4	Pearson Correlation	.145	.157	.037	1	.482**
	Sig. (2-tailed)	.150	.118	.712		.000
	N	100	100	100	100	100
TOT	Pearson Correlation	.816**	.826**	.575**	.482**	1
ALX	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
5	N	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.606	4

2. Pengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI KC Palopo

		Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTALY
Y1	Pearson	1	.028	.073	.819	.337	.894	.046	.839	.759**
	Correlation				**	**	**		**	
	Sig. (2-tailed)		.786	.472	.000	.001	.000	.648	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson	.028	1	.880	-	.134	.061	.902	.014	.598**
	Correlation			**	.044			**		
	Sig. (2-tailed)	.786		.000	.666	.185	.546	.000	.893	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson	.073	.880	1	.003	.077	.104	.829	.063	.605**
	Correlation		**					**		
	Sig. (2-tailed)	.472	.000		.977	.448	.301	.000	.530	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson	.819	-	.003	1	.241	.812	-	.796	.675**
	Correlation	**	.044			*	**	.016	**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.666	.977		.016	.000	.875	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson	.337	.134	.077	.241	1	.274	.169	.227	.473**
	Correlation	**			*		**		*	
	Sig. (2-tailed)	.001	.185	.448	.016		.006	.094	.023	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson	.894	.061	.104	.812	.274	1	.081	.800	.757**
	Correlation	**			**	**			**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.546	.301	.000	.006		.423	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson	.046	.902	.829	-	.169	.081	1	.032	.613**
	Correlation		**	**	.016					
	Sig. (2-tailed)	.648	.000	.000	.875	.094	.423		.754	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	<u>Pearson</u>	<u>.839</u>	<u>.014</u>	<u>.063</u>	<u>.796</u>	<u>.227</u>	<u>.800</u>	<u>.032</u>	<u>1</u>	<u>.708*</u>

	Correlation	**			**	*	**		
	Sig. (2-tailed)	.00	.89	.53	.00	.02	.00	.75	.00
	N	10	10	10	10	10	10	100	10
TOT	Pearson	.75	.59	.60	.67	.47	.75	.61	.708
LY	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	8

Lampiran 5: Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Alika Mustahir, lahir di Palopo pada tanggal 2 Agustus 2001. Penulis merupakan anak pertama dari 5 bersaudara dari pasangan seorang ayah yang bernama Mustahir dan ibu bernama Samsinar. Saat ini penulis bertempat tinggal di Jln. Andi Tenriadjeng, Kel. Pontap, Kec. Wara Timur, Kota Palopo. Pendidikan Sekolah Dasar penulis diselesaikan pada tahun 2014 di SDN 12 Langkanae, kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMPN 4 Palopo hingga tahun 2017. Pada tahun 2017 melanjutkan pendidikan di SMKN 1 Palopo, dan setelah lulus di SMKN 1 Palopo tahun 2020, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni yaitu Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.