

**SKRIPSI**

**PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS PELAYANAN  
BANK : BANK SYARIAH VS BANK KONVENSIONAL  
(Studi Kasus Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN  
Metro Provinsi Lampung)**

Oleh :  
**Nabila Nailul Muna**  
**NPM. 1502100281**



**JURUSAN : S1 PERBANKAN SYARIAH**  
**FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**

**1440 H / 2019 M**

**PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS PELAYANAN  
BANK : BANK SYARIAH VS BANK KONVENSIONAL  
(Studi Kasus Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN  
Metro Provinsi Lampung)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar S1  
Perbankan Syariah (S.E)

Oleh :  
Nabila Nailul Muna  
NPM. 1502100281

Pembimbing I : Suci Hayati, S.Ag, M.S.I

Pembimbing II : Selvia Nuriasari, M.E.I

**Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1440 H / 2019 M**

## NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqosyahkan**  
**Saudara Nabila Nailul Muna**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di \_  
Tempat

*Assalammu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara:

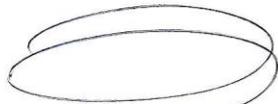
Nama : **NABILA NAILUL MUNA**  
NPM : 1502100281  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : **PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS  
PELAYANAN BANK: BANK SYARIAH VS BANK  
KONVENSIONAL (Studi Kasus Dosen dan Karyawan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung)**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalammu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I,



**Suci Hayati, S.Ag. M.S.I**  
NIP. 19770309 200312 2 003

Metro, Juli 2019

Pembimbing II,



**Selvia Nuriasari, M.E.I**  
NIP. 19810828 200912 2 003

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS PELAYANAN BANK: BANK SYARIAH VS BANK KONVENSIONAL (Studi Kasus Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung)**

Nama : **NABILA NAILUL MUNA**

NPM : 1502100281

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

## MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I,

  
**Suci Hayati, S.Ag. M.S.I**  
NIP. 19770309 200312 2 003

Metro, Juli 2019

Pembimbing II,

  
**Selvia Nuriasari, M.E.I**  
NIP. 19810828 200912 2 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

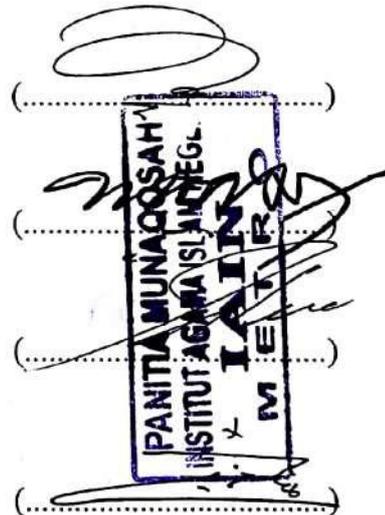
**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor: 1884 /n. 28-3 / D / PP. 00.9 / 07 / 2019

Skripsi dengan Judul: PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS PELAYANAN BANK : BANK SYARIAH VS BANK KONVENSIONAL (Studi Kasus Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Provinsi Lampung), disusun Oleh: NABILA NAILUL MUNA, NPM: 1502100281, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan S1 Perbankan Syariah. Telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Jurusan S1 Perbankan Syariah pada Hari/Tanggal: Selasa/9 Juli 2019.

**TIM PENGUJI**

Ketua/Moderator : Suci Hayati, S.Ag, M.S.I  
Penguji I : Drs. H. M. Saleh, M.A  
Penguji II : Selvia Nuriasari, M.E.I  
Sekretaris : Muqtashidin Fahrusy Syakirin  
Al Hazmi, M.E.Sy



Mengetahui,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Idhiya Ninsiana, M.Hum  
19720923 200003 2 002

## **ABSTRAK**

### **PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS PELAYANAN BANK : BANK SYARIAH VS BANK KONVENSIONAL (Studi Kasus Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Provinsi Lampung)**

**Oleh :  
NABILA NAILUL MUNA  
1502100281**

Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Metro merupakan bagian masyarakat akademik yang mengkaji ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi termasuk dalam bidang perbankan selain itu memiliki rekening Bank Konvensional dan rekening Bank Syariah yang digunakan untuk transaksi yang berkaitan dengan keuangan. Persepsi dosen dan karyawan fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Metro tentang pelayanan di bank konvensional dan bank syariah menarik untuk diteliti sebagai gambaran tentang pengetahuan dalam menyikapi pelayanan di bank syariah maupun bank konvensional. Tinggi rendahnya penilaian kualitas pelayanan dari suatu badan usaha dipengaruhi oleh persepsi konsumen pada kualitas layanan tersebut, dimana persepsi nasabah pada kualitas layanan yang diberikan baik, nasabah akan berpersepsi positif, demikian juga sebaliknya apabila kualitas pelayanan yang diberikan buruk, nasabah akan berpersepsi negatif. Persepsi konsumen terhadap sesuatu yang diterimanya dipengaruhi oleh faktor faktor tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi dosen dan karyawan tentang kualitas pelayanan di bank syariah dan bank konvensional. Selain itu untuk mengetahui apa saja faktor faktor yang mempengaruhi persepsi dosen dan karyawan tentang kualitas pelayanan di bank syariah dan bank konvensional. Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), sifat penelitian yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan metode *insidental sampling*. Semua data data tersebut dianalisis secara induktif.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai persepsi dosen dan karyawan fakultas ekonomi dan bisnis islam tentang kualitas pelayanan di bank syariah dan bank konvensional disimpulkan terdapat persepsi positif tentang kualitas pelayanan di bank syariah pada indikator Bukti fisik, Keandalan, Ketanggapan, dan Empati. Persepsi negatif pada indikator bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan. Selain itu juga terdapat persepsi negatif pada indikator bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan. Persepsi kualitas pelayanan di bank konvensional terdapat persepsi positif pada semua indikator 5 dimensi kualitas pelayanan dan ada persepsi negatif pada indikator bukti fisik, keandalan, ketanggapan, dan empati. Faktor faktor yang mempengaruhi persepsi tersebut yaitu faktor stimulus ; faktor stimulus pemasaran, dan faktor individu; sikap, minat, harapan, dan pengalaman masa lalu.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nabila Nailul Muna  
NPM : 1502100281  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian – bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juli 2019  
Yang Menyatakan



**Nabila Nailul Muna**  
NPM. 1502100281

## MOTTO

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

Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.” (Q.S Al Imran (3):159)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan hidayah-Nya, sehingga dapat kuwujudkan sebuah karya dalam lembaran putih yang penuh makna ini, sehingga saya bisa menuliskan lembar persembahan skripsi ini kepada orang-orang yang terkasih, khususnya sujud syukurku pada ALLAH SWT. Maka akan saya persembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, tersayang, tersegalanya, Ibunda Hullailah dan Ayahanda Suyatno, yang senantiasa memberikan doa restu untuk kesuksesan anak-anaknya, yang telah mengajarkan arti penting kerja keras, serta cinta dan kasih sayang yang tak terhingga.
2. Adikku tersayang Rifqi Akhdan Afif, terima kasih untuk doa serta kasih sayang yang diberikan.
3. Keluarga di kota dengan sebutan kota pendidikan ini yang senantiasa mensupport dan senantiasa perhatian kepada saya. Mbah Markum dan Mbah Kartini, Mas Sofwan dan Mbak Nurul, Mas Amar dan Pasukannya.
4. Sahabat yang senantiasa membantu dan memberikan support kepada saya, Endang Retno Asih, Lisa Maharani, Jazilatus Sa'adah, Ayun Yana, Ahmad Fawzi Ridwan, Aan Fergian.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan karunia dan hidayahnya kepada umatnya agar dapat menyelesaikan tugas ini, shalawat serta salam saya haturkan kepada teladan umat islam nabi Muhammad SAW yang membawa kita dari zaman kegelapan ke jalan yang terang benderang ini. Dan tak lupa saya mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini dan teman teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mengalami kesulitan. Namun dengan adanya dukungan dari berbagai pihak, peneliti dapat menyelesaikannya. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua Orang tua, bapak Suyatno dan Ibu Hullailah yang senantiasa mendoakan dan memberi semangat.
2. Ibu Prof. Dr. Enizar, M.Ag selaku rektor IAIN Metro
3. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Ibu Reonika Puspita Sari, M.E.Sy selaku ketua jurusan S1 Perbankan Syariah
5. Ibu Suci Hayati, S.Ag, M.S.I dan Ibu Selvia Nuriasari, M.E.I, selaku pembimbing dalam penyelesaian skripsi.
6. Bapak dan Ibu dosen/karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang telah memberikan data mengenai penelitian.

7. Bapak dan Ibu dosen/karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
8. Teman teman seperjuangan yang senantiasa membantu dan memberi semangat.
9. Almamater IAIN Metro

Peneliti sadari bahwasannya masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti menerima kritik dan saran dari pembaca, yang dapat dijadikan perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Metro, Juli 2019

Peneliti



**Nabila Nailul Muna**  
NPM. 1502100281

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	7
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	7
1. Tujuan Penelitian .....	7
2. Manfaat Penelitian .....	7
D. Penelitian Relevan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>11</b>
A. Persepsi Konsumen .....	11
1. Pengertian Persepsi Konsumen .....	11
2. Proses Persepsi Konsumen .....	12
3. Prinsip Prinsip dalam Persepsi Konsumen .....	14
4. Faktor Faktor yang Memengaruhi Persepsi .....	17
5. Macam – macam persepsi konsumen .....	19
B. Bank .....	19
1. Definisi Bank .....	19
2. Macam – Macam Bank .....	21
3. Perbedaan bank konvensional dan bank syariah .....	22

C. Kualitas Pelayanan .....	23
1. Definisi Pelayanan .....	23
2. Kualitas Pelayanan .....	26
3. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	30
1. Jenis Penelitian .....	30
2. Sifat Penelitian .....	30
B. Sumber Data .....	31
1. Sumber Data Primer .....	31
2. Sumber Data Sekunder .....	31
C. Teknik Pengumpulan Data.....	32
1. Interview (wawancara) .....	32
2. Dokumentasi .....	33
D. Teknis Analisis Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
A. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro .....	35
1. Sejarah berdirinya FEBI IAIN Metro .....	35
2. Visi dan Misi FEBI IAIN Metro .....	36
3. Struktur Organisasi FEBI IAIN Metro .....	37
4. Profil Dosen dan Karyawan FEBI IAIN Metro .....	38
B. Persepsi Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro tentang kualitas Pelayanan Bank : Bank Syariah vs Bank Konvensional .....	39
C. Pembahasan .....	46
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>56</b>
A. Kesimpulan .....	56
B. Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
2.1 Perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional .....	22
4.1 Keterangan struktur organisasi .....	38
4.2 Data rekening dosen dan karyawan .....	40

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
4.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.....	37

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data (APD)
4. Surat Tugas
5. Surat Izin Research
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Dokumentasi
8. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Peranan perbankan penting bagi kegiatan ekonomi di suatu negara karena semakin dibutuhkan oleh pemerintah dan masyarakatnya. Bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan misalnya melakukan transfer uang, menitipkan uang, berinvestasi, melakukan pembayaran dan transaksi lainnya.

Di Indonesia, sistem perbankan menganut *dual banking system*, yaitu Bank Konvensional dan Bank Syariah. Dalam beberapa hal, Bank Konvensional dan Bank Syariah memiliki persamaan terutama dalam sisi teknis. Akan tetapi terdapat banyak perbedaan yang mendasar diantara keduanya yang menyangkut akad dan aspek legalitas, lembaga penyelesaian sengketa, usaha yang dibiayai dan lingkungan kerja.<sup>1</sup> Karakteristik dari kedua tipe bank tersebut dapat mempengaruhi perilaku calon nasabah dalam menentukan preferensi mereka terhadap pemilihan antara kedua tipe bank tersebut. Sehingga nasabah masih dapat melakukan pilihan antara Bank Konvensional dengan Bank Syariah.<sup>2</sup>

Perkembangan dalam sektor perbankan semakin hari semakin berkembang dan mengalami kemajuan yang cukup signifikan. Hal ini terjadi

---

<sup>1</sup> Hikmah, "Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional", Dalam Jurnal Akrab Juara, Vol. 3, No. 1, (Batam: Yayasan Akrab Pekanbaru, 2018) Februari 2018, h. 35

<sup>2</sup> *Ibid.*, h. 30

karena persaingan dalam sektor perbankan semakin kuat. Setiap bank berlomba lomba untuk menarik perhatian masyarakat agar menjadi nasabah di instansi mereka. Pihak bank memberikan rangsangan berupa balas jasa berupa bunga, bagi hasil, hadiah, pelayanan dan balas jasa lainnya.<sup>3</sup>

Agar mampu bersaing, bertahan hidup dan berkembang maka pihak perbankan dituntut untuk memberikan pelayanan jasa yang berkualitas dan dapat memenuhi kebutuhan ataupun keinginan nasabah. Dengan memiliki produk perbankan yang tidak memenuhi kualitas pelayanan, mengakibatkan sebuah bank dengan mudah ditinggalkan oleh nasabahnya, dan pada akhirnya nasabah tersebut akan beralih ke bank lain.<sup>4</sup>

Kualitas pelayanan industri perbankan ditentukan oleh penilaian nasabah, sehingga kepuasan nasabah dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat diterima oleh nasabah. Memiliki nasabah yang puas merupakan suatu hal yang sangat penting bagi industri perbankan karena akan mendorong terciptanya publisitas *public* kepada calon calon nasabah potensial dan pada akhirnya akan menciptakan nasabah nasabah yang setia.<sup>5</sup>

Hal tersebut akan menjadikan pelayanan merupakan faktor yang harus diperhatikan bagi pihak bank. Pelayanan menjadi penting bagi bank dalam upaya memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga nasabah tetap percaya pada bank dan meminimumkan nasabah pindah ke bank lain. Untuk kemajuan

---

<sup>3</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, cet. ke 16 (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 25

<sup>4</sup> Roni Andespa, “*Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional*”, Dalam *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol. 1, No. 1 (Padang: Institut Agama Islam Negeri Imam Bonjol Padang) Januari – Juni 2006, h. 79

<sup>5</sup> *Ibid.*,

bank maka perlu mencermati permintaan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan, salah satunya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan.<sup>6</sup>

Kualitas pelayanan ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani, tapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani (konsumen), karena konsumen yang menikmati pelayanan dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Setidaknya ada lima kriteria pokok kualitas pelayanan, yaitu; Bentuk fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empaty (*Empathy*).<sup>7</sup>

Tinggi rendahnya penilaian kualitas pelayanan dari suatu badan usaha dipengaruhi oleh persepsi konsumen pada kualitas layanan tersebut, dimana persepsi nasabah pada kualitas layanan yang diberikan baik, nasabah akan berpersepsi positif, demikian juga sebaliknya kualitas pelayanan yang diberikan buruk, nasabah akan berpersepsi negatif.<sup>8</sup>

Persepsi konsumen diperoleh dari hasil yang didapatkan setelah selesai memakai layanan yang telah diberikan, setelah membandingkan dengan harapan konsumen.<sup>9</sup> Persepsi adalah proses dimana seseorang mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensorik untuk memberi arti

---

<sup>6</sup> Tri Astuti dan Indah Mustikawati, “Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah”, Dalam Jurnal Nominal, Vol. II, No. I (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013) , h. 185

<sup>7</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 220-221

<sup>8</sup> Ikfi Akmalia, “Analisis Kepuasan Nasabah atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang”, Dalam Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 2, No. 01 (Malang: Bank Mandiri, 2012) April 201, h. 69

<sup>9</sup> *Ibid.*

pada lingkungannya.<sup>10</sup> Persepsi sangat membutuhkan bantuan indra sebagai alat bantu manusia memahami dunianya. Proses pengindraan akan berlangsung setiap saat, pada waktu individu menerima stimulus dari alat indra, yaitu melalui mata sebagai penglihatan, telinga sebagai alat pendengar, hidung sebagai alat pembauan, lidah sebagai alat pengecap, kulit dan telapak tangan sebagai alat perabaan.<sup>11</sup>

Timbulnya persepsi dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu faktor stimulus; stimulus pemasaran serta stimulus lingkungan. dan faktor individu; sikap, motivasi, minat, pengalaman masa lalu, harapan, sasaran, dan keadaan sekitar.<sup>12</sup> Dari faktor faktor tersebut persepsi individu satu dengan yang lain pasti berbeda. Oleh karena itu, konsep pelayanan adalah faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan suatu instansi. Karena persepsi nasabah terhadap suatu produk maupun pelayanan yang diberikan bank konvensional dan bank syariah dapat menentukan citra dari bank tersebut di masyarakat. Baik buruknya persepsi masyarakat didapatkan dari perlakuan seseorang terhadap objek atau informasi yang diterima melalui pengamatan dengan menggunakan indra yang dimiliki.

Dalam penelitian ini peneliti memilih Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Metro karena Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Metro memiliki rekening Bank Konvensional dan rekening Bank Syariah yang digunakan untuk transaksi yang

---

<sup>10</sup>Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016) h. 302

<sup>11</sup>Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: Andi Offset, 2004) h. 88

<sup>12</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 112 - 113

berkaitan dengan keuangan. Selain itu juga dipercaya mengetahui lebih dalam mengenai bidang perbankan dan lebih mengkaji ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi. Jumlah Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Provinsi Lampung berjumlah 37 orang.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan mengenai persepsi dosen dan karyawan tentang pelayanan di Bank Konvensional dan Bank Syariah dikemukakan oleh beberapa dosen sebagai berikut :

Dosen SN berpersepsi berawal dari pengalaman selama menjadi nasabah. pelayanan di Bank Konvensional baik, tanggap dalam menangani nasabah yang mengalami masalah dan memberikan informasi yang harus dilengkapi dengan jelas. Pelayanan di Bank Syariah kurang tanggap dalam menangani nasabah yang mengalami masalah.<sup>13</sup>

Dosen RA berpersepsi bahwa Bank Konvensional kurang memuaskan karena dalam melayani nasabah perhatian yang diberikan belum baik, selain itu ada suatu Bank Konvensional yang mengurangi fasilitas tempat duduk tunggu nasabah. Pelayanan di Bank Syariah baik, karyawan sangat ramah, memberi perhatian kepada nasabah, namun kehandalan dalam menangani nasabah belum gesit.<sup>14</sup>

Dosen LY berpersepsi bahwa Bank Konvensional dan Bank Syariah mempunyai kekurangan dan kelebihan masing masing dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Namun Bank Konvensional lebih berani memberikan modal yang lebih besar daripada Bank Syariah karena

---

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan Dosen SN pada 11 Maret 2019, pukul 09.30 WIB

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan Dosen RA pada 11 Maret 2019, pukul 14. 30 WIB

kemunculan Bank Konvensional lebih lama daripada Bank Syariah. Selain itu, ada Bank Konvensional belum mempunyai layanan ebanking dan itu menyulitkan nasabah jika ingin bertransaksi, dan ada Bank Syariah yang sudah mempunyai layanan ebanking dan itu memudahkan nasabah.<sup>15</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan bahwa persepsi dosen mengenai pelayanan Bank Syariah dan Konvensional memiliki sudut pandang masing masing terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Bank Konvensional maupun Bank Syariah. Selain itu juga, kualitas pelayanan Bank Konvensional dan Bank Syariah masih dirasakan nasabah kurang maksimal. Hal ini dilihat pada beberapa bank ketika calon nasabah akan melakukan pembukaan rekening harus menunggu berjam jam karena kurangnya fasilitas dan kurangnya *customer service*, kurang tersedianya kursi untuk nasabah dalam menunggu antrian jadi nasabah harus berdiri, kurang profesionalnya bagian front office saat nasabah mengalami masalah.

Dengan demikian peneliti merasa tertarik untuk membahas permasalahan tersebut, dari uraian diatas untuk pembahasan yang lebih jelas akan dibahas dalam uraian berikut dan hasil dari penelitian ini akan peneliti susun dalam bentuk skripsi yang berjudul **“PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS PELAYANAN BANK : BANK SYARIAH VS BANK KONVENSIONAL (Studi Kasus Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Provinsi Lampung)”**

---

<sup>15</sup> Hasil wawancara dengan Dosen LY pada 13 Maret 2019, pukul 12.10 WIB

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi pertanyaan penelitian yaitu:

1. Bagaimana persepsi dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro tentang kualitas pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional ?
2. Apa saja faktor faktor yang mempengaruhi persepsi dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro tentang kualitas pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui :

- a. Persepsi dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro tentang kualitas pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional.
- b. Faktor faktor yang mempengaruhi persepsi dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro tentang kualitas pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional.

### **2. Manfaat Penelitian**

Hasil Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktik .

**a. Secara teoritis**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan dan dapat dijadikan bahan rujukan untuk penelitian dan bahan informasi bagi penelitian selanjutnya tentang persepsi tentang kualitas pelayanan Bank Konvensional dan Bank Syariah.

**b. Secara praktik**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan dapat memberikan masukan bagi pihak-pihak yang terkait yang berwenang dalam memberikan pelayanan yang optimal untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

**D. Penelitian Relevan**

Penelitian Relevan ini menjadi penting karena memperjelas posisi, perbedaan atau memperkuat hasil penelitian tersebut dengan penelitian yang telah ada. Terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan atau topik penelitian ini. Oleh karena itu, dalam kajian pustaka lapangan ini, peneliti memaparkan perkembangan beberapa karya ilmiah terkait dengan pembahasan penelitian diantaranya adalah :

1. Jurnal yang ditulis oleh Roni Andespa “Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional”, Didalam jurnal ini membahas mengenai apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas antara nasabah bank konvensional dengan bank syariah. Dan mendapat kesimpulan yaitu ada perbedaan antara kualitas

pelayanan Bank Konvensional dengan Bank Syariah, namun perbedaan itu tidak signifikan (nyata). Penelitian itu juga menemukan adanya perbedaan antara kepuasan nasabah Bank Konvensional dengan Bank Syariah, namun perbedaan itu cukup signifikan (nyata). Selain itu penelitian juga menemukan adanya perbedaan antara loyalitas nasabah Bank Konvensional dengan Bank Syariah, namun perbedaan itu tidak cukup signifikan.<sup>16</sup>

2. Jurnal yang ditulis oleh Lailatul Iffah, M. Faisal Abdullah dan Yulis Nurul Aini. Yang berjudul Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang, penelitian ini mengungkap fenomena dibalik persepsi nasabah terhadap tingkat kualitas pelayanan Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. dengan kesimpulan bahwa secara umum Bank Syariah Mandiri Cabang Malang sudah menjalankan kinerja operasionalnya dengan sangat baik. Hal ini terbukti pada banyaknya nasabah yang memiliki persepsi mengenai kualitas pelayanan bank pada kategori sangat puas. Namun kategori tersebut belum sepenuhnya dapat memenuhi harapan nasabah karena masih ada kinerja pelayanan yang masih kurang memuaskan nasabah. Hal ini dikarenakan masih ada sebagian penilaian negatif dari nasabah pada penggunaan peralatan dan teknologi dalam operasional Bank Syariah Mandiri bahwa kinerjanya masih kurang optimal, sehingga menyebabkan nasabah terlalu lama mengantri karena lamanya proses pelayanan. Dimensi jaminan memiliki pengaruh persepsi yang sangat besar, namun pada poin ketiga sistem bagi hasil

---

<sup>16</sup> Roni Andespa, "*Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional*", Dalam Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol. 1, No. 1 (Padang: Institut Agama Islam Negeri Imam Bonjol Padang) Januari – Juni 2006

menyatakan cukup puas.<sup>17</sup>

3. Jurnal yang ditulis oleh Qomarul Huda dan Rokhmat Subagiyo yang berjudul Analisis Kesesuaian Harapan dan Persepsi atas Kualitas Layanan (*Service Quality*) Pada Bank Umum Syariah di Tulungagung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesenjangan antara persepsi dan harapan nasabah atas kualitas pelayanan berupa bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan dan kepastian (*assurance*), empati (*empathy*). Dengan kesimpulan bahwa persepsi nasabah pada Bank Umum Syariah di Tulungagung secara keseluruhan mengenai variabel – variabel yang melekat pada kualitas pelayanan (*service quality*) seperti bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan dan kepastian (*assurance*), empati (*empathy*) masih terdapat kesenjangan (nasabah belum puas).<sup>18</sup>

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dikemukakan diatas, dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki kajian yang berbeda. Penelitian yang akan dikaji oleh peneliti lebih ditekankan pada Bagaimana persepsi masyarakat tentang pelayanan di bank: Bank Syariah vs Bank Konvensional dan faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional .

---

<sup>17</sup> Lailatul Iffah, dkk. “Persepsi Nasabah terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang”, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 3, No. 1 (Malang: Falah), Agustus 2018.

<sup>18</sup> Qomarul Huda dan Rokhmat Subagiyo, “ Analisis Kesesuaian Harapan dan Persepsi atas Kualitas Layanan (*Service Quality*) Pada Bank Umum Syariah di Tulungagung”, Dalam Jurnal Modernisasi, Vol. 11, No. 1, (Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2015).

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Persepsi Konsumen**

##### **1. Pengertian Persepsi Konsumen**

Persepsi berasal dari bahasa latin, *perceptio* yang berarti menerima atau mengambil. Persepsi adalah proses pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian berbagai stimulus menjadi informasi yang bermakna.<sup>1</sup>

Berikut beberapa definisi persepsi:

- a. Schiffmann dan Kanuk menyebutkan bahwa persepsi adalah cara orang memandang dunia ini. Dari definisi yang umum ini dapat dilihat bahwa persepsi seseorang akan berbeda dari yang lain. Cara memandang dunia sudah pasti dipengaruhi oleh sesuatu dari dalam maupun luar orang itu. Media massa dengan segala bentuknya dapat membentuk persepsi yang serupa antar warga kelompok masyarakat tertentu.<sup>2</sup>
- b. Solomon mendefinisikan persepsi sebagai proses di mana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilah dan dipilih., kemudian diatur dan akhirnya diinterpretasikan. Sensasi datang dan diterima oleh manusia melalui panca indera, yaitu mata, telinga, hidung, mulut dan kulit yang disebut sistem sensorik.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 110

<sup>2</sup> Ristiyanti Prasetyi dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2005) h. 67

<sup>3</sup> *Ibid.*

- c. Alex Sobur mengartikan persepsi dalam arti sempit adalah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu. Sedangkan dalam arti luas, persepsi adalah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu.<sup>4</sup>
- d. Menurut rachmat bahwa persepsi adalah pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan
- e. Atkinson menyimpulkan persepsi adalah proses saat kita mengorganisasikan dan menfsirkan pola stimulus dalam lingkungan.<sup>5</sup>

Berdasarkan berbagai pengertian tersebut, persepsi merupakan proses seseorang menyimpulkan suatu aktifitas yang ia terima melalui pengindraan menjadi suatu informasi yang bermakna. Oleh karena itu, penulis menggunakan teori persepsi untuk mengetahui bagaimana persepsi dosen dan karyawan FEBI tentang kualitas pelayanan bank syariah dan bank konvensional.

## 2. Proses Persepsi Konsumen

Proses pembentukan persepsi menurut Setiadi terdiri dari sejumlah tahap, yaitu <sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016) h. 301

<sup>5</sup> *Ibid.*, h. 302

<sup>6</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung:Alfabeta, 2017), h. 151 - 152

a. Seleksi Persepsi

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

b. Pengorganisasian Persepsi

Pengorganisasian persepsi berarti bahwa konsumen mengelompokkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Pengorganisasian ini akan memudahkan untuk memproses informasi dan memberikan pengertian yang terintegrasi serta evaluasi terhadap stimulus.

c. Interpretasi Persepsi

Proses terakhir dari persepsi adalah memberikan intepretasi atas stimulus yang diterima konsumen. Setiap stimulus yang diterima oleh konsumen baik disadari ataupun tidak disadari akan diintepretasikan oleh konsumen. Intrepetasi tersebut didasarkan pada pengalaman

penggunaan suatu produk masa lalu dan pengalaman itu tersimpan dalam memori panjang. Persepsi konsumen bisa berupa persepsi produk, persepsi merek, persepsi pelayanan, persepsi harga, persepsi kualitas produk, maupun persepsi terhadap produsen.

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

### **3. Prinsip Prinsip dalam Persepsi Konsumen**

Setiap konsumen memiliki konsep yang berbeda mengenai suatu keadaan yang ada disekelilingnya, untuk itu perlu dipahami prinsip – prinsip terkait dengan persepsi konsumen, yaitu<sup>7</sup> :

#### **a. Pengalaman**

Persepsi manusia terhadap hal hal itu berdasarkan pengalaman dan pembelajaran masa lalu berkaitan dengan orang, objek atau kejadian yang serupa. Ketiadaan pengalaman terdahulu dalam menghadapi suatu objek jelas akan membuat konsumen menafsirkan

---

<sup>7</sup> *Ibid.*, h. 149

objek tersebut berdasarkan dugaan semata atau pengalaman yang mirip.

b. Selektif

Ketika individu diserbu oleh jutaan rangsangan inderawi dan harus menafsirkan semuanya, pasti individu tidak mampu melakukannya, sebab adanya keterbatasan inderawi setiap individu dalam menangkap rangsangan tersebut. Faktor yang mempengaruhi selektivitas adalah atensi, atensi sendiri dipengaruhi oleh antara lain :

1. Faktor internal

Faktor ini berkenaan dengan faktor biologis yaitu rasa lapar dan haus, berhubungan dengan kebutuhan, faktor fisiologis yaitu bentuk fisik yang tampak, dan faktor sosial seperti gender, agama, tingkat pendidikan, pekerjaan, pengalaman, penghasilan, peranan, status sosial, masa lalu, maupun kebiasaan

2. Faktor Psikologis

Faktor ini berkenaan dengan kemauan, keinginan, motivasi, emosi dan harapan.

3. Faktor Eksternal

Faktor ini adalah atribut objek yang dipersepsikan seperti gerakan, kontras, kebaruan ataupun perulangan.

c. Dugaan

Dalam proses ini memungkinkan konsumen untuk menafsirkan suatu objek dengan makna yang lebih lengkap dari sudut pandang

manapun. Hal ini disebabkan karena keterbatasan informasi yang diperoleh melalui alat indra yang dimiliki manusia, menyebabkan terjadinya ruang kosong sehingga menciptakan persepsi yang bersifat dugaan agar dapat menyediakan informasi yang lengkap bagi ruang kosong tersebut.

d. Evaluatif

Konsumen harus melakukan evaluasi berdasarkan pengalaman terdahulu yang pernah dialaminya untuk mencocokkan apakah kejadiannya sama dengan keadaan sekarang. Dengan demikian persepsi bersifat pribadi dan subjektif.<sup>8</sup>

e. Kontekstual

Konteks merupakan salah satu pengaruh yang paling kuat. Setiap rangsangan dari luar harus diorganisasikan. Dalam mengorganisasikan suatu objek, konsumen pada umumnya meletakkan dalam suatu konteks tertentu dengan prinsip prinsip:

1. Struktur objek atau kejadian berdasarkan prinsip kemiripan atau kedekatan dan kelengkapan
2. Kecenderungan seseorang dalam mempersepsi suatu rangsangan atau kejadian berdasarkan latar belakangnya.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> *Ibid.*, h. 150

<sup>9</sup> *Ibid.*, h. 151

#### 4. Faktor Faktor yang Memengaruhi Persepsi

Persepsi seseorang tidak terjadi begitu saja, tetapi disebabkan oleh faktor faktor yang mempengaruhi. Menurut Shiffman dan Kanuk persepsi sesuatu berasal dari interaksi dua jenis faktor:

- a. Faktor stimulus, yaitu karakteristik secara fisik seperti, ukuran, berat, warna atau bentuk.<sup>10</sup> Stimulus menurut etta mamang merupakan bentuk fisik, visual, atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi individu. Stimulus terdiri dari dua bentuk yaitu :
  - 1) Stimulus pemasaran adalah setiap komunikasi atau stimuli fisik yang didesain untuk mempengaruhi konsumen.
  - 2) Stimulus lingkungan (sosial dan budaya) adalah stimuli fisik yang didesain untuk memengaruhi keadaan lingkungan.<sup>11</sup>
- b. Faktor individu merupakan sifat sifat individu yang tidak hanya meliputi proses sensorik saja, tetapi juga pengalaman di waktu lampau pada hal yang sama.<sup>12</sup> Sifat sifat yang dapat memengaruhi persepsi yaitu sebagai berikut:
  - 1) Sikap, yaitu memengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang<sup>13</sup>
  - 2) Motivasi, yaitu hak yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang dilakukannya.<sup>14</sup> Sumber motivasi berasal dari

---

<sup>10</sup> Esti Susanti, "Analisis Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Produk Keramik Merek Milan di Surabaya", Dalam Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi, Vol. 3 No. 2 (Surabaya: Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya, 2003), Agustus 2003, h. 145

<sup>11</sup> Etta Mamang Sangajdi dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), h. 65

<sup>12</sup> Esti Susanti, "Analisis Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Produk... h. 145

<sup>13</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, h. 112

motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Elemen motivasi intrinsik meliputi minat, sikap positif, dan kebutuhan. Sedangkan elemen motivasi ekstrinsik meliputi motivator dan stimulus.<sup>15</sup>

- 3) Minat, yaitu faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.
- 4) Pengalaman masa lalu, yaitu dapat memengaruhi persepsi seseorang karena akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang pernah dilihat dan didengar.
- 5) Harapan, yaitu memengaruhi persepsi seseorang dalam membuat keputusan, akan cenderung menolak gagasan, ajakan, atau tawaran yang tidak sesuai dengan yang kita harapkan.
- 6) Sasaran, yaitu memengaruhi penglihatan yang akhirnya akan memengaruhi persepsi.
- 7) Situasi atau keadaan sekitar kita atau sekitar sasaran yang turut memengaruhi persepsi. Sasaran atau benda sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula.<sup>16</sup>

Berdasarkan uraian diatas, dapat dipahami bahwa persepsi seseorang dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari stimulus dan berasal dari individu itu sendiri dengan sifat sifat yang memengaruhinya. Oleh

---

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, h. 161 -

<sup>16</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, h. 112 - 113

sebab itu, persepsi setiap individu dengan individu lainnya berbeda beda, tapi mungkin tidak mungkin persepsi individu satu dengan lainnya sama.

## 5. Macam – macam Persepsi konsumen

Menurut Slameto, menjelaskan bahwa ada dua macam bentuk persepsi yaitu bersifat positif dan negatif<sup>17</sup>;

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

Berdasarkan uraian diatas, maka persepsi dosen dan karyawan fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Metro tentang kualitas pelayanan di bank konvensional dan di bank syariah sesuai pandangan masing masing akan menghasilkan persepsi positif ataupun persepsi negatif.

## B. Bank

### 1. Definisi Bank

Kata bank dari kata *banque* dalam bahasa Prancis dan dari *banco* dalam bahasa Italia, yang berarti peti/lemari atau bangku. Kata peti atau

---

<sup>17</sup> Asra Yurita, dkk. “Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Mati Di Dealer Prima Motor Pasir Pengraian”, Dalam Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Vol. 4, No. 1, (Riau, Fakultas Ekonomi Universitas Pangaraian, 2016), h. 4

lemari menyiratkan fungsi sebagai tempat menyimpan benda benda berharga seperti emas, peti berlian, peti uang dan sebagainya.<sup>18</sup>

Menurut Undang Undang RI Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang dimaksud Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.<sup>19</sup>

Rumusan mengenai pengertian bank yang lain, dapat ditemui dalam kamus istilah hukum Fockema Andreae yang mengatakan bahwa bank adalah suatu lembaga atau orang pribadi yang menjalankan perusahaan dalam menerima dan memberikan uang dari dan kepada pihak ketiga.<sup>20</sup>

Bank merupakan lembaga keuangan yang fungsi utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan karena masyarakat mempercayai bank untuk melakukan investasi dan menyimpan dana, menyalurkan dana kepada masyarakat yang memerlukan dana dengan persyaratan tertentu setelah itu bank akan mendapatkan pendapatan berupa bunga bagi bank Konvensional dan bagi hasil bagi bank syariah, dan juga

---

<sup>18</sup> Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003) h. 29

<sup>19</sup> Undang – Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Pasal 1 ayat 2

<sup>20</sup> Irham Fahmi, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 2

memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan berupa transfer uang, kliring dan jasa lainnya.<sup>21</sup>

Dapat disimpulkan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

## 2. Macam – macam Bank

### a. Bank Syariah

Bank Syariah adalah sebuah prinsip perbankan yang dilandaskan pada nilai nilai Islami, sehingga tidak hanya menghendaki keuntungan materiel, namun juga keuntungan spiritual.<sup>22</sup> Bank Syariah dapat melaksanakan semua kegiatan usaha yang biasa dilakukan oleh bank Konvensional seperti mengerahkan dana dari masyarakat, menyalurkan dana dan memberikan jasa seperti transfer uang, klirik dan lain lain. Namun tidak berdasarkan bunga tetapi berdasarkan prinsip syariah yaitu prinsip pembagian keuntungan dan kerugian (*profit and loss sharing priciple*).<sup>23</sup>

### b. Bank Konvensional

Bank Konvensional adalah sebuah institusi bisnis yang bernafaskan atas dasar prinsip ekonomi barat, sehingga keuntungan

---

<sup>21</sup> Ismail, *Manajemen Perbankan : Dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta: Kencana, 2010) h. 4

<sup>22</sup> Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012) h. 58

<sup>23</sup> Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*,(Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2007), h. 1

hanyalah diterjemahkan dalam tataran dan aspek material belaka.<sup>24</sup>

Bank Konvensional merupakan Bank yang dalam penentuan harga menggunakan bunga sebagai balas jasa. Balas jasa yang diterima oleh Bank atas penyaluran dana kepada masyarakat, maupun balas jasa yang dibayar oleh Bank kepada masyarakat atas penghimpunan dana. Disamping itu, untuk mendapatkan keuntungan dari pelayanan jasanya, Bank Konvensional akan membebankan *fee* kepada nasabahnya.<sup>25</sup>

### 3. Perbedaan Bank Konvensional dan Bank Syariah

Pada dasarnya Bank Syariah dan Bank Konvensional adalah sama sama lembaga keuangan yang menjalankan aktivitas bisnis dan mengedepankan keuntungan. Namun dalam tataran filosofis dan aplikasinya, sesungguhnya kedua bentuk system keuangan ini mempunyai perbedaan yang sangat signifikan. Beberapa aspek perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional.<sup>26</sup>

Tabel 2.1 Perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional<sup>27</sup>

<b>Karakteristik</b>	<b>Sistem Bank Syariah</b>	<b>Sistem Bank Konvensional</b>
Kerangka bisnis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Berlandaskan pada nilai nilai islami sebagai landasan filosofis</li> <li>- Menjadikan masalah sebagai tujuan untuk mencapai falah</li> <li>- Meninggalkan segala bentuk aktivitas yang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prinsip Ekonomi (barat) dijadikan sebagai landasan Filosofis</li> <li>- Kegiatan bisnis dilandaskan pada orientasi keuntungan Optimal</li> </ul>

<sup>24</sup> Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, h. 58

<sup>25</sup> Ismail, *Manajemen Perbankan : Dari Teori Menuju Aplikasi*, h. 20

<sup>26</sup> Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, h. 58

<sup>27</sup> *Ibid.*

	bertentangan dengan nilai agama	
Landasan Hukum	- Hukum Syariah - UU Perbankan	- UU Perbankan
Imbalan Hasil	- Prinsip Bagi Hasil dan Margin keuntungan yang jelas	- Sistem bunga - Fluktuatif dan sesuai dengan tingkat suku bunga
Bentuk Transaksi	- Akad yang jelas sesuai dengan kesepakatan bersama - Menjunjung tinggi hak dan kewajiban sesuai akad	- Uang boleh digunakan sesuai keinginan
Sektor Bisnis	- Optimalisasi Pembiayaan Sektor rill - Melihat Karakteristik usaha dan Perusahaan yang sesuai Syariah	- Sektor keuangan dan pasar derivatif - Semua perusahaan dan usaha yang dianggap menguntungkan
Denda	- Diambil sesuai ketentuan dengan prinsip pendidikan dan penegasan Dihitung sebagai bukan pendapatan (Pendapatan Non Halal)	- Diambil sesuai pelanggaran yang dilakukan - Dihitung sebagai bagian dari pendapatan bank
Penyelesaian Sengkete	- Pengadilan - Badan Arbitrase Syariah	- Pengadilan - Arbitrase
Hubungan Bisnis	- Kemitraan - Pedagang dan Penjual	- Kreditor dan debitor
Pelayanan	- Etika Bisnis Islam	- Etika Bisnis yang berorientasi keuntungan materiel
Pengawasan	- Manajemen Prudensial - Manajemen Syariah	- Manajemen Prudensial

### C. Kualitas Pelayanan

#### 1. Definisi Pelayanan

Kata pelayanan, secara etimologis dalam kamus besar bahasa Indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada

konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.<sup>28</sup>

Dalam bahasa Inggris istilah pelayanan adalah “Service”. Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan. Oleh karena itu, proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan organisasi dalam masyarakat. Proses dimaksudkan dilakukan sehubungan dengan saling memenuhi kebutuhan antara penerima dan pemberi pelayanan.<sup>29</sup>

Menurut Drs. H. Malayu S.P Hasibuan, pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan yang menerimanya.<sup>30</sup>

Menurut Philip Kotler, pelayanan atau service adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik.<sup>31</sup>

Berdasarkan pengertian diatas, pelayanan merupakan suatu kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi kepada kelompok ataupun individu untuk

---

<sup>28</sup> Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 75

<sup>29</sup> Zaenal Mukarom dan Muhibudin Wijaya Laksana, *Membangun Kinerja Pelayanan Publik: Menuju Clean Government and Good Governance*, (Bandung: Pustaka Setia, 2016). h. 15

<sup>30</sup> Malayu S.P Hasibuan, *Dasar – Dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), h. 152

<sup>31</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid 2*, (Indonesia: Macana Jaya Cemerlang, 2008), h. 42

memenuhi kebutuhannya dalam bentuk jasa, tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik. Karakteristik dari suatu pelayanan sebagai berikut :<sup>32</sup>

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi
- b. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang bersifat tindakan sosial
- c. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya terjadi dalam waktu dan tempat bersamaan.

Pelayanan penting bagi suatu penyedia jasa dalam upaya memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga pelanggan tetap percaya kepada instansi dan meminimumkan pelanggan pindah ke instansi lain. Pelayanan bermutu hanya bisa dipahami dari sudut pandang pelanggan sehingga instansi harus merumuskan pelayanan bermutu melalui sudut pandang pelanggan tersebut.<sup>33</sup>

Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pemasar khususnya pegawai di bidang perbankan. Sikap dan perilaku merupakan

---

<sup>32</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 211

<sup>33</sup> Tri Astuti dan Indah Mustikawati, “Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah”, Dalam *Jurnal Nominal*, Vol. II, No. I (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013), h. 185

bagian penting dalam etika perbankan. Adapun sikap dan perilaku yang harus dijalankan oleh setiap pegawai bank adalah jujur dalam bertindak dan bersikap, rajin, tepat waktu dan tidak pemalas, selalu hormat, simpatik, bertanggung jawab, selalu senyum, lemah lembut dan ramah tamah, sopan santun tutur kata dan suka menolong nasabah.<sup>34</sup>

## 2. Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas pelayanan/jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof, kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>35</sup>

Perusahaan jasa dapat bersaing dengan cara menjual jasa berupa pelayanan yang berkualitas dan bermutu. Menurut parasuraman dan Lupiyoadi mengemukakan bahwa kualitas layanan (*service quality*) adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan nasabah atas layanan yang mereka terima atau peroleh.<sup>36</sup>

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Kualitas pelayanan industri

---

<sup>34</sup> Qomarul Huda dan Rokhmat Subagiyo, “ Analisis Kesesuaian Harapan dan Persepsi atas Kualitas Layanan (*Service Quality*) Pada Bank Umum Syariah di Tulungagung”, Dalam Jurnal Modernisasi, Vol. 11, No. 1, (Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2015), h. 18

<sup>35</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: ANDI Offset, 2000), h. 59

<sup>36</sup> M. Azka Haris, dkk., “Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Menggunakan Dimensi Banking Service Quality dengan Metode Service Quality (Studi Kasus di Bank “X”)”, Dalam Jurnal Online Institut Teknologi Nasional, Vol. 2, No. 04 (Bandung: Intitut Teknologi Nasional Bandung) Oktober 2014, h. 123

perbankan ditentukan oleh penilaian nasabah, sehingga kepuasan nasabah dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat diterima nasabah.<sup>37</sup>

Jadi kualitas pelayanan adalah tinggi rendahnya penilaian nasabah terhadap pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan.

### 3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman, Zeithmal dan Berry, mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok yakni reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik. Namun pada penelitian berikutnya parasuraman dan kawan-kawan menyempurnakan dan merangkum sepuluh dimensi tersebut. Kompetensi kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan akses, komunikasi dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (*empathy*).<sup>38</sup>

Menurut Buchory dan Djaslim Saladin sebagaimana dikutip oleh M. Nur Arianto Arif, setidaknya ada lima kriteria pokok kualitas pelayanan yaitu sebagai berikut:

- a. Bentuk fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan perusahaan (bank) dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan. Bentuk bangunan,

---

<sup>37</sup> Roni Andespa, “*Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional*”, Dalam Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Vol. 1, No. 1 (Padang: Institut Agama Islam Negeri Imam Bonjol Padang) Januari – Juni 2006, h. 79

<sup>38</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), h. 282

tata ruang, desain interior merupakan bentuk fisik yang dapat meyakinkan nasabah.<sup>39</sup> Elemen *tangible* yaitu berupa hal hal berwujud yang tampak oleh konsumen termasuk letak kantor yang strategis, lokasi parkir, kebersihan dan kerapihan kantor, keindahan kantor, seragam karyawan, penampilan formulir, desain brosur, iklan, penampilan buku tabungan, giro, buku cek dsb.<sup>40</sup>

- b. Kehandalan (*reability*), yaitu kemampuan perusahaan (bank) untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.<sup>41</sup> Elemen *reliability* yaitu kemudahan prosedur membuka tabungan, giro, mengirim uang, mengambil tabungan, menyelesaikan keluhan dan jam layanan
- c. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemampuan bank untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik.<sup>42</sup> Elemen *responsiveness* yaitu kemampuan pegawai menangani keluhan nasabah dan kecepatan penangannya, ada marketing officer, customer service yang cekatan, segera menjawab telepon, dsb
- d. Jaminan dan kepastian (*Assurance*) yaitu kemampuan pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah pada bank.<sup>43</sup> Elemen *assurance* yaitu perilaku petugas yang ramah penuh senyum, kepercayaan terhadap perusahaan, jaminan perasaan aman di bank.<sup>44</sup>

---

<sup>39</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah* , h. 221

<sup>40</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 338

<sup>41</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah* , h. 221

<sup>42</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, h. 338

<sup>43</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah* , h. 221

<sup>44</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, h. 338

e. Empaty (*empathy*) yaitu memberikan perhatian tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah.<sup>45</sup> Elemen *empathy* yaitu kemudahan menghubungi kantor, adanya perhatian serius terhadap segala kegiatan dan terhadap pribadi nasabah tanpa membedakan status sosialnya.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah* , h. 221

<sup>46</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, h. 338

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan dilapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif di lokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah.<sup>1</sup>

Penelitian ini dilakukan di IAIN Metro Lampung dengan objek penelitian Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

##### **2. Sifat Penelitian**

Sifat Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian untuk menggambarkan keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan dan lain lain, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan.<sup>2</sup> Data yang dihasilkan adalah data kualitatif. Dimana data kualitatif adalah data yang diwujudkan dalam kata keadaan atau kata sifat.<sup>3</sup>

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menggambarkan suatu kondisi maupun peristiwa yang diwujudkan dalam bentuk kata.

---

<sup>1</sup> Abdurrahmat Fathoni , *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), h. 96

<sup>2</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*,(Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), h. 3

<sup>3</sup> *Ibid.*, h. 21

## B. Sumber Data

Sumber data adalah subjek darimana data dapat diperoleh.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini dalam pengumpulan datanya menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.<sup>5</sup> Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Metro berjumlah 37 orang. Sumber data primer pada penelitian ini yaitu 7 Dosen dan 1 Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Provinsi Lampung.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan responden yang digunakan oleh peneliti adalah *sampling insidental*. *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>6</sup>

### 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data atau oleh

---

<sup>4</sup> *Ibid.*, h. 172

<sup>5</sup> Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 1996), h. 42

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 122

pihak lain misalnya dalam bentuk tabel atau diagram.<sup>7</sup>

Sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku, dokumen-dokumen, dan jurnal-jurnal yang ditulis oleh orang lain.

Sumber data sekunder yang digunakan peneliti yaitu buku perilaku konsumen, dasar-dasar pemasaran perbankan, manajemen pemasaran dari Philip Kotler, Pemasaran Jasa, Manajemen Jasa, Perbankan Syariah serta jurnal-jurnal yang didapatkan dari website.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara bagaimana dapat diperolehnya data mengenai variabel-variabel tersebut.<sup>8</sup> Teknik pengumpulan data yang dipakai oleh peneliti yaitu:

#### 1. Interview (wawancara)

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara.<sup>9</sup> Wawancara yang dipakai peneliti yaitu wawancara semi terstruktur. Dimana interviewer menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu persatu diperdalam dengan mengorek keterangan lebih lanjut.<sup>10</sup> Interviewer dalam penelitian ini yaitu 7 dosen dan 1 karyawan IAIN Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dengan

---

<sup>7</sup> *Ibid.*

<sup>8</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, h. 192

<sup>9</sup> *Ibid.*, h. 198

<sup>10</sup> *Ibid.*, h. 270

inisial ibu ZH, ibu EYD, bapak MON, bapak DS, bapak MHZ, ibu SMC, ibu RPS, dan ibu SNS.

## 2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya.<sup>11</sup> Data yang didapatkan peneliti berupa, profil IAIN Metro, Daftar nama dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, serta buku buku dan jurnal yang menunjang penelitian ini.

## D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang dipeoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori , menjabarkan ke dalam unit unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>12</sup>

Dalam menganalisis data, peneliti harus menggunakan data yang diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif. Cara berfikir induktif yaitu suatu cara berfikir yang berangkat dari premi yang bersifat khusus, ditarik kesimpulan yang berupa generalisasi atau bersifat umum.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, h.274

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...* h. 428

<sup>13</sup> Abdurrahmat Fathoni , *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, h. 83

Berdasarkan uraian diatas peneliti dalam menganalisis data menggunakan data yang diperoleh dalam bentuk uraian uraian kemudian data tersebut dianalisis dengan cara berfikir induktif yaitu secara khusus memberikan serentetan pertanyaan dan menghasilkan suatu jawaban. Kemudian dari jawaban tersebut dapat ditarik kesimpulan mengenai bagaimana persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan bank dan mengenai faktor faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan bank.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro**

##### **1. Sejarah berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro**

Cikal bakal berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro tidak terlepas dari sejarah berdirinya IAIN Raden Intan di Bandar Lampung. Karena sebelum menjadi IAIN Metro, masyarakat mengenal dengan nama IAIN Raden Intan Lampung kemudian beralih menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro.<sup>1</sup>

Tahun 2010 adalah tahun persiapan alih status STAIN menjadi IAIN. Saat itu civitas akademika STAIN Jurai Siwo Metro dengan berbagai upaya berusaha menjadi perguruan tinggi unggulan dan terdepan dalam pengkajian dan pengembangan ilmu, seni dan budaya keislaman. Bahkan pihak STAIN Jurai Siwo Metro bersama Gubernur Provinsi Lampung telah bertemu Menteri Agama RI untuk membicarakan peluang pembangunan Kampus II dan alih status STAIN Jurai Siwo Metro menjadi IAIN Jurai Siwo Metro, Lampung.<sup>2</sup>

Tahun 2016 adalah tahun peralihan STAIN menjadi IAIN. Perubahan status ini tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016, Menurut Perpres tersebut, pendirian IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro. Terkait dengan perubahan itu, maka semua kekayaan, pegawai, hak

---

<sup>1</sup>Dokumentasi Sejarah , Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

<sup>2</sup>*Ibid.*

dan kewajiban dari masing-masing STAIN dialihkan menjadi kekayaan, pegawai, hak dan kewajiban IAIN masing-masing. Demikian pula, semua mahasiswa STAIN perguruan tinggi tersebut menjadi mahasiswa IAIN.<sup>3</sup>

Perubahan status dari STAIN Jurai Siwo Metro menjadi IAIN Metro pada tahun 2016 mendorong pembentukan fakultas-fakultas baru yang lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan, serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna mewujudkan IAIN Metro menjadi lebih baik. Di tahun 2017 berdirilah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang saat ini memiliki 4 jurusan yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Manajemen Haji dan Umroh serta Akuntansi Syariah.<sup>4</sup>

## **2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro<sup>5</sup>**

### a. Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Metro

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Metro adalah menjadi pusat studi Ekonomi dan Bisnis Islam yang unggul dalam sinergi *socio-eco-techno-preneurship* berlandaskan nilai – nilai keIslaman dan keIndonesiaan pada tahun 2034.

### b. Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Metro

Dalam rangka mewujudkan visi yang dimaksud, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro pun mengemban misi sebagai berikut.

- 1) Membentuk sarjana yang unggul dalam bidang ekonomi dan keuangan syariah

---

<sup>3</sup>*Ibid.*

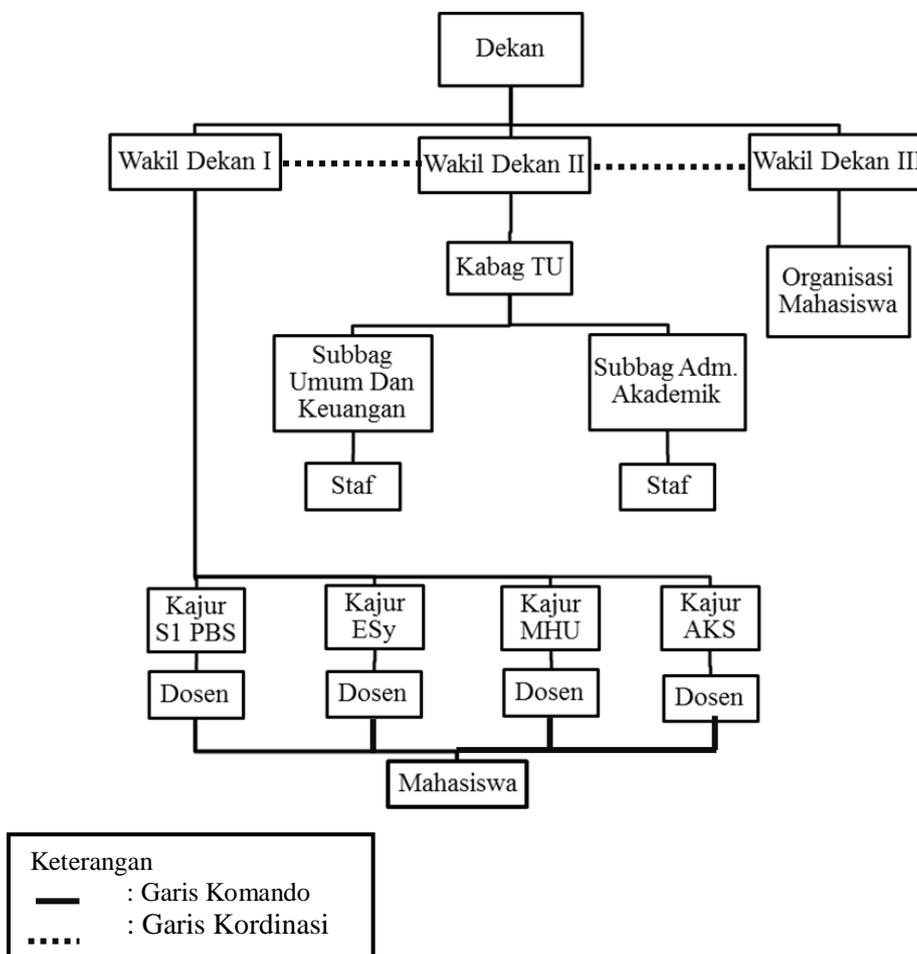
<sup>4</sup>*Ibid.*

<sup>5</sup>*Ibid.*

- 2) Membangun budaya akademik yang produktif dan inovatif dan responsis dalam pengelolaan sumberdaya melalui kajian keilmuan, model pembelajaran dan penelitian.
- 3) Menyelenggarakan pendidikan *socio-eco-techno-preneurship* dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi
- 4) Melaksanakan sistem manajemen kelembagaan yang profesional dan akuntabel berbasis teknologi informasi.

### 3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro<sup>6</sup>



<sup>6</sup>Dokumentasi struktur organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

**Tabel 4.1 Keterangan Struktur Organisasi**

	<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>
<b>1</b>	Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum	Dekan
<b>2</b>	Drs. M. Shaleh, MA	Wakil Dekan I
<b>3</b>	Drs. Dri Susanto, M.H	Wakil Dekan II
<b>4</b>	Nizaruddin, S.Ag, M.H	Wakil Dekan III
<b>5</b>	Dharma Setyawan, M.A	Ketua Jurusan Esy
<b>6</b>	Reonika Puspita Sari, M.ESy	Ketua Jurusan PBS
<b>7</b>	Era Yudistira, M.Ak	Ketua Jurusan AKS
<b>8</b>	Upia Rosmalinda, M.E.I	Ketua Jurusan MHU
<b>9</b>	Muhammad Makhrus Saadon, SE	Kabag TU
<b>10</b>	Rizka Fitriana, SE	Kabag Adm. Umum dan Keuangan bagian TU
<b>11</b>	Rofi'ah, S.Ag	Kabag Adm. Akademik, kemahasiswaan dan alumni
<b>12</b>	Indah Maskhoiriah, A.Md	Staff subag adm. Umum dan Keuangan bagian TU
<b>13</b>	Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy	Staff subag adm. Umum dan Keuangan bagian TU
<b>14</b>	Muhammad Irpan Nurhab, M.Si	Staff subag adm. Umum dan Keuangan bagian TU
<b>15</b>	Northa Idaman, M.M	Staff subag adm. Umum dan Keuangan bagian TU
<b>16.</b>	Alva Yenica Nandavita, M.Esy	Staff Subag adm. Akademik, kemahasiswaan dan alumni

#### **4. Profil Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro**

Berdasarkan Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Metro Nomor 522 tahun 2018 tentang Perubahan Kedua atas Keputusan Rektor nomor 601 tahun 2017 tentang perubahan Homepage Dosen Institut Agama Islam Negeri Metro tahun 2017. Dosen homepage yang terdapat pada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berjumlah 32 orang dosen, yang di tempatkan pada 4 jurusan, Jurusan perbankan Syariah sebanyak 6 orang, jurusan Ekonomi Syariah sebanyak 17 dosen, jurusan akuntansi syariah sebanyak 5 dosen dan jurusan manajemen haji dan umroh sebanyak 4 dosen. rincian berdasarkan jenis kelamin 24 perempuan dan 8 laki laki.

Dosen homebase pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang sudah PNS berjumlah 17 orang dosen dengan jenis kelamin 6 dosen laki laki dan 11 dosen perempuan. Yang belum menjadi PNS berjumlah 15 orang dengan jenis kelamin 13 dosen perempuan dan 2 dosen laki laki. Selain itu ada tenaga kependidikan berjumlah 20 orang termasuk dosen yang diperbantukan.

Berdasarkan latar belakang pendidikan, dosen dan karyawan fakultas ekonomi dan bisnis Islam rata – rata berstrata dua (S2) dan ada yang berstrata satu (S1). Jumlah yang berstrata dua yaitu 33 orang dan yang berstrata satu yaitu 3 orang dan 1 orang diploma tiga.

#### **B. Persepsi Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro tentang Kualitas Pelayanan Bank : Bank Syariah vs Bank Konvensional**

Persepsi merupakan cara pandang manusia dalam menyimpulkan suatu aktifitas yang diterima melalui penginderaan menjadi suatu informasi yang bermakna. Persepsi antara individu satu dengan yang lain berbeda beda terhadap suatu aktifitas atau objek yang ia terima melalui penginderaan tersebut. Persepsi dosen dan karyawan fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Metro tentang kualitas pelayanan bank dipahami sebagai cara pandang

atau penilaian yang dilakukan secara subjektif mengenai kualitas pelayanan bank syariah dan bank konvensional.

Pelayanan penting bagi suatu penyedia jasa, karena dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga tetap percaya kepada instansi dan meminimumkan pelanggan pindah ke instansi lainya. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan industri perbankan ditentukan oleh penilaian nasabah, sehingga kepuasan nasabah dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat diterima nasabah. Terdapat 5 kriteria pokok kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kepastian, empathy. Yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan suatu instansi kepada pelanggannya.

Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu Dosen dan karyawan homebase di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro. Selain itu, Dosen dan karyawan yang memiliki rekening atau telah menjadi nasabah di Bank Syariah dan di Bank Konvensional.

Tabel. 4.2 Data rekening dosen dan karyawan<sup>7</sup>

<b>NO</b>	<b>Nama Nasabah</b>	<b>Bank Konvensional</b>	<b>Bank Syariah</b>
1	Ibu ZH	BRI	BSM
2	Pak MHZ	BRI, BNI, BCA	BSM
3	Ibu EYD	BRI dan Bank Eka	BSM
4	Pak MON	BRI	BSM dan BRIS
5	Ibu SMC	BRI	BSM dan Muamalat
6	Pak DS	BRI	BSM
7	Ibu RPS	BRI	BSM
8	Ibu SNS	BRI	BSM

Berdasarkan tabel diatas, dosen dan karyawan fakultas ekonomi dan bisnis memiliki rekening di bank konvensional maupun bank syariah. Dosen dan karyawan FEBI terdaftar menjadi nasabah di bank syariah maupun bank konvensional dengan berbagai macam alasan. Ada yang mengatakan karena tuntutan kampus, ada yang mengatakan untuk jalan perniagaan, ada yang terlibat pembiayaan, dan ada yang digunakan untuk menabung.

Berdasarkan 8 dosen dan karyawan yang telah peneliti wawancarai mengenai persepsinya tentang kualitas pelayanan bank syariah dan bank konvensional, Ada yang menyatakan kualitas pelayanan yang terdapat pada bank syariah dengan bank konvensional itu berbeda. Namun ada juga yang berpersepsi bahwa kualitas pelayanan bank syariah dan bank konvensional sama saja.

Menurut Ibu ZH, selama beliau menjadi nasabah di bank konvensional. Pernah diabaikan oleh customer service dan customer service sibuk dengan urusan lainnya dan membuat beliau tidak nyaman selama mengurus keperluannya. Selain itu juga, dilihat dari fasilitas yang ada di

---

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan dosen dan karya FEBI

bank konvensional seperti tempat duduk nasabah untuk mengantri kurang memadai. Untuk kesopanan pegawai ketika melayani nasabah tidak murah senyum. Namun, selama beliau menjadi nasabah di bank syariah, beliau selalu dilayani dengan baik ketika mengurus keperluan beliau di bank tersebut. Informasi yang diberikan jelas, disambut dengan baik, pengurusannya lebih mudah, dan sesuai antrian. Menurut beliau yang membedakan kualitas pelayanan bank konvensional dan bank syariah adalah Sumber daya manusianya dan budayanya. Dan beliau mengharapkan kualitas pelayanan bank syariah dan bank konvensional lebih tersedia apapun yang nasabah perlukan, kualitas ditingkatkan dan informasi yang diberikan lebih jelas.<sup>8</sup>

Menurut ibu EYD, selama beliau menjadi nasabah bank konvensional dan bank syariah. Beliau lebih nyaman di bank syariah karena salah satu rekening bank syariah yang ia miliki ketika ingin mencetak buku tabungan, bisa langsung mencetak manual tanpa harus mengantri di teller. Selain itu, bank syariah tersebut menyampaikan informasi dengan tepat, memperhatikan nasabahnya ketika pertama kali datang. Beliau juga menjadi nasabah di beberapa bank konvensional, ketika beliau mendatangi salah satu bank konvensional, menurut beliau tempat duduk untuk nasabah yang mengantri kurang memadai dan ada nasabah yang berdiri. Beliau juga pernah merasakan dicuekin oleh pegawai bank. Yang membedakan kualitas pelayanan di bank syariah dan bank konvensional dalam sisi waktu

---

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan ibu ZH, dosen homebase FEBI, pada 17 Juni 2018

pelayanan, bank syariah lebih sedikit. Namun dalam segi fasilitas bank syariah lebih baik daripada bank konvensional. Beliau mengharapkan, pelayanan harus lebih mementingkan kebutuhan nasabah daripada kebutuhan bank, fasilitas lebih diperhatikan dan memperhitungkan nasabah yang datang dengan fasilitas yang ada.<sup>9</sup>

Pak MON menjadi nasabah di bank konvensional karena terkait dengan tabungan dan perniagaan. Menjadi nasabah di bank syariah karena kemunculannya membuat beliau ingin mencoba dengan kesyariahan. Menurut beliau selama menjadi nasabah di bank syariah, pelayanannya kurang memuaskan dan dalam meyakinkan nasabah belum menjelaskan secara detail bagaimana sistem yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional, padahal bank syariah diharapkan berkaitan dengan ukhrowi serta tata ruangnya terlihat tidak luas. Sama halnya selama menjadi nasabah di bank konvensional ketika beliau berkunjung ke bank, fasilitas tempat duduk yang tersedia kurang. Dan ketika beliau mengambil uang yang berjumlah 50-100 juta, teller mengeluh karena akan memakan waktu yang lama. Selain itu juga keamanan ketika mengambil uang sekitar 50 – 100 juta sudah tidak terjamin keamanannya karna transaksi dilakukan diteller umum bukan teller khusus. Dan di khawatirkan akan terjadi hal hal yang tidak diinginkan. Dalam hal kesopanan, bank syariah dan bank konvensional melayani nasabah dengan baik, karena penanaman attitude , jikalau kurang kembali kepada SDM yang ada tersebut. yang membedakan

---

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan ibu EYD, dosen homebase FEBI, pada 17 Juni 2019

kualitas pelayanan di Bank Syariah dengan Bank Konvensional menurut pak MON yaitu sikap pegawai, budaya yang ada, selain itu ketika waktu istirahat dan waktunya ibadah, bank syariah mengajak nasabah yang muslim yang berada di bank untuk menunaikan ibadah. Kalau bank konvensional pada waktu istirahat ya istirahat dan tutup. Beliau mengharapkan pelayanan di bank syariah maupun bank konvensional lebih mementingkan nasabah pada umumnya, menerapkan SOP yang telah ada dan tidak mementingkan ego.<sup>10</sup>

Menurut pak MHZ, selama menjadi nasabah di bank konvensional dan bank syariah. Keperluan beliau selama menjadi nasabah terpenuhi, informasi disampaikan dengan benar, cepat, kesopanan selalu dijaga dan merasa diperhatikan. Tidak ada yang membedakan kualitas pelayanan bank syariah dan bank konvensional. Namun beliau mengharapkan pelayanan prima, cepat tanggan dan fleksibel.<sup>11</sup> Hal yang sama juga diutarakan oleh pak DS, selama menjadi nasabah bank konvensional dan bank syariah semuanya baik baik aja, bagus, kesopanan terjaga, dan sesuai operasional prosedur. Untuk jaminan dan kepastian juga terjamin. Tidak ada yang membedakan pelayanan di bank konvensional dan bank syariah. Harapan beliau terus meningkatkan dan bertransformasi ke pelayanan digital.<sup>12</sup>

Menurut ibu SMC, setiap bank mempunyai keunggulan masing masing dalam pelayanan dan memberikan yang terbaik. Namun menurut beliau, pelayanan di bank syariah tidak secepat konvensional. Dan beliau

---

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan bapak MON, karyawan FEBI, pada 18 Juni 2019

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan bapak MHZ, dosen homebase FEBI, pada 17 Juni 2018

<sup>12</sup> Hasil wawancara dengan bapak DS, dosen homebase FEBI, pada 20 Juni 2018

pernah mengalami pelayanan kurang baik dari pihak bank syariah, dan beliau merasa itu kesalahan SDM bukan kesalahan bank. Yang bekerja di bank syariah, tidak seutuhnya berasal dari instansi berbasis syariah, tapi bukan berarti yang berasal dari instansi berbasis syariah tidak bisa seperti itu, intinya kembali kepada SDM itu sendiri. Harapan beliau terhadap pelayanan di bank syariah maupun bank konvensional adalah pelayanan optimal dan prima.<sup>13</sup>

Menurut ibu RPS, pelayanan Bank Konvensional kurang memuaskan karena dalam melayani nasabah perhatian yang diberikan belum baik, karena beliau pernah mengalami pelayanan dari customer service yang tidak sesuai pelayanan prima. Selain itu ada suatu bank konvensional yang mengurangi fasilitas tempat duduk tunggu nasabah. Pelayanan di Bank Syariah baik, karyawan sangat ramah, memberi perhatian kepada nasabah, namun kehandalan dalam menangani nasabah belum gesit serta tata ruang masih sempit. Harapan beliau terhadap kualitas bank syariah maupun bank konvensional adalah tanggap ketika nasabah bertanya, cepat ketika melayani, dan lebih menekankan pelayanan prima.<sup>14</sup>

Menurut ibu SNS, pengalaman selama menjadi nasabah. pelayanan di Bank Konvensional tanggap dalam menangani nasabah yang mengalami masalah dan memberikan informasi yang jelas, namun terdapat kekurangan pada jumlah tempat duduk nasabah untuk mengantri, AC pada ruangan tidak terasa oleh nasabah, karyawan ada yang cuek kepada nasabah saat siang

---

<sup>13</sup> Hasil wawancara dengan ibu SMC, dosen homebase FEBI, pada 20 Juni 2018

<sup>14</sup> Hasil wawancara dengan ibu RPS, dosen homebase FEBI, pada 21 Juni 2018

hari. Pelayanan di Bank Syariah kurang tanggap dalam menangani nasabah yang mengalami masalah, karena beliau pernah lupa password ATM dan pihak customer service tidak memberikan jawaban pasti bagaimana menangani masalah tersebut. Harapan beliau lebih ditingkatkan lagi kualitas pelayanan kepada nasabah.<sup>15</sup>

### **C. Pembahasan**

Pada bagian ini peneliti membahas hasil penelitian mengenai Persepsi dosen dan karyawan fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Metro tentang kualitas pelayanan bank : bank syariah vs bank konvensional, dengan mengacu pada pertanyaan penelitian yaitu bagaimana Persepsi dosen dan karyawan fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Metro tentang kualitas pelayanan bank : bank syariah vs bank konvensional. Serta faktor faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi dosen dan karyawan fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Metro tentang kualitas pelayanan bank : bank syariah vs bank konvensional. Penelitian dianalisis sebagai berikut:

Persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan bank dianggap cukup penting untuk kemajuan perindustrian dalam bidang perbankan. Karena bank dijadikan sebagai tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan. Selain itu, persepsi dapat mempengaruhi tinggi rendahnya penilaian kualitas pelayanan yang diberikan Bank Konvensional dan Bank Syariah dan dapat menentukan citra dari bank tersebut di masyarakat.

---

<sup>15</sup> Hasil wawancara dengan ibu SN, dosen homebase FEBI, pada 25 Juni 2018

Berdasarkan hasil wawancara dengan dosen dan karyawan fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Metro yang menjadi narasumber dalam penelitian ini. Narasumber yang peneliti wawancarai berjumlah 8 orang yang secara umum memiliki persepsi yang berbeda beda mengenai kualitas pelayanan di bank syariah dan bank konvensional. Dosen dan karyawan tersebut yakni ibu ZH, ibu EYD, bapak MON, bapak DS, bapak MHZ, ibu SMC, ibu RPS, ibu SNS. Hal ini dilakukan, agar peneliti dapat mengungkapkan dan mengetahui bagaimana persepsi dosen dan karyawan tentang kualitas pelayanan bank syariah dan bank konvensional. Serta mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan di bank syariah dan bank konvensional.

Berdasarkan hasil wawancara dapat dipahami oleh peneliti, persepsi dosen dan karyawan tentang kualitas pelayanan di bank konvensional dan bank syariah dengan mengelompokkannya berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu

1) Bukti fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik yaitu kemampuan bank dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Kemampuan dalam memenuhi sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan seperti jumlah tempat duduk, luasnya ruangan, tempat parkir, dan peralatan elektronik. Dimensi kualitas pelayanan dalam indikator bukti fisik di bank konvensional dilihat dari jumlah tempat duduk yang disediakan di bank kurang, sebagian nasabah harus berdiri ketika menunggu antrian. Hal itu di utarakan oleh 4 dosen dan 1 karyawan

fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Metro yaitu ibu ZH, ibu EYD, ibu RPS, ibu SNS dan pak MON. Lain hal yang diutarakan oleh pak DS dan pak MHZ, beliau mengutarakan bank konvensional sudah memenuhi apa yang ia harapkan. Dimensi kualitas pelayanan dalam indikator bukti fisik di bank syariah menurut ibu ZH, ibu EYD, pak DS, pak MHZ sesuai dengan yang seharusnya disediakan. Namun ibu RPS dan pak MON mengutarakan bahwa tata ruang di bank syariah dirasa belum seluas bank konvensional.

Dapat disimpulkan persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan bank syariah dan bank konvensional pada indikator bukti fisik, dosen dan karyawan yang peneliti wawancarai membuktikan adanya persepsi positif pada indikator bukti fisik pada bank syariah maupun bank konvensional, dan adanya persepsi negatif pada indikator bukti fisik pada bank syariah maupun bank konvensional.

Berdasarkan pemaparan persepsi pada dimensi kualitas pelayanan di bank syariah dan bank konvensional dalam indikator bentuk fisik yang telah diutarakan diatas, timbulnya persepsi karena dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor stimulus dan faktor individu. Faktor stimulus ini berasal dari bentuk stimulus pemasaran dimana dosen dan karyawan berpersepsi jumlah tempat duduk yang disediakan di bank konvensional kurang dan di tata ruang di bank syariah kurang luas dengan mengacu pada bauran pemasaran yaitu place. Dan faktor individu ini berasal dari sifat harapan karena nasabah menginginkan jumlah tempat duduk yang disediakan di bank konvensional terpenuhi.

## 2) Keandalan (*Reability*)

Kemudahan prosedur membuka tabungan, mengirim uang, mengambil uang, mencetak buku, serta jam layanan, harus dirasakan setiap nasabah ketika melakukan transaksi di bank konvensional maupun bank syariah. Dimensi kualitas pelayanan pada indikator keandalan ini menurut ibu EYD, beliau merasa dipermudah ketika akan mencetak buku rekening, karna di salah satu bank syariah sudah ada mesin pencetak buku dan bisa mencetak buku secara manual tanpa harus mengantri lagi. Lain hal yang diutarakan oleh ibu SNS bahwasanya beliau pernah lupa password ATM tapi customer service tidak memberi jawaban pasti untuk menangani masalah tersebut. Dimensi kualitas pelayanan dalam indikator keandalan di bank konvensional menurut pak MON tidak sesuai harapan, karena ketika beliau akan mengambil uang disalah satu bank konvensional sekitar 50 – 100 juta pihak teller mengeluh karna akan memakan waktu yang lama dan menurut beliau itu tidak patut dikatakan oleh pihak yang melayani nasabah. Lain hal yang dikatakan oleh bapak DS, bapak MHZ bahwa di bank konvensional ketika akan mengambil uang pelayanan sesuai dengan sebagaimana mestinya.

Dapat disimpulkan persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan bank syariah dan bank konvensional pada indikator keandalan, dosen dan karyawan yang peneliti wawancarai membuktikan adanya persepsi positif pada indikator keandalan pada bank syariah maupun bank konvensional,

dan adanya persepsi negatif pada indikator kehandalan pada bank syariah maupun bank konvensional.

Berdasarkan pemaparan persepsi pada dimensi kualitas pelayanan di bank syariah dan bank konvensional dalam indikator kehandalan yang telah diutarakan diatas, timbulnya persepsi karena dipengaruhi oleh faktor harapan. Karena semua nasabah pasti menginginkan pelayanan terbaik dari bank syariah maupun bank konvensional saat melakukan transaksi. Namun rupanya di lapangan ada yang sesuai dan ada yang tidak sesuai dengan yang diharapkan.

### 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Ketanggapan karyawan dalam kinerja perlu diperhatikan bagi pihak bank karena menyangkut kebutuhan nasabah, membantu menemukan solusi, bersedia melayani nasabah dengan baik dan cepat. Dimensi kualitas pelayanan pada indikator daya tanggap ini menurut bapak MHZ dan bapak DS, pihak bank konvensional maupun bank syariah melayani nasabah dengan baik dan cepat. Namun ibu ZH mengutarakan hal berbeda karenaketika beliau mengurus ganti ATM di bank konvensional, karyawan sibuk dengan berbagai hal, tidak fokus melayani apa yang beliau butuhkan saat itu. Sama halnya dengan yang diungkapkan oleh ibu SNS, ketika beliau lupa password ATM bank syariah yang ia miliki dan mengurusnya karyawan bank syariah tidak memberikan solusi yang tepat bahkan karyawan menyuruh ibu SNS untuk mengingat password

yang lupa tersebut. Hal yang sama diungkapkan oleh ibu RPS bahwa pelayanan di bank syariah belum cepat dalam menangani keluhan nasabah.

Dapat disimpulkan persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan bank syariah dan bank konvensional pada indikator daya tanggap, dosen dan karyawan yang peneliti wawancarai membuktikan adanya persepsi positif pada indikator daya tanggap pada bank syariah maupun bank konvensional, dan adanya persepsi negatif pada indikator daya tanggap pada bank syariah maupun bank konvensional

Berdasarkan pemaparan persepsi pada dimensi kualitas pelayanan di bank syariah dan bank konvensional dalam indikator daya tanggap yang telah diutarakan diatas, timbulnya persepsi karena dipengaruhi oleh faktor harapan, karena ketika nasabah berkunjung pada instansi perbankan untuk mengeluhkan masalah dan butuh penanganan. Pihak bank tidak melayani sesuai yang ia harapkan.

#### 4) Jaminan dan kepastian (*Assurance*)

Dalam industri perbankan, nasabah menginginkan adanya jaminan keamanan pada transaksi yang dilakukan. Kemampuan bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah bank. Dimensi kualitas pelayanan pada indikator jaminan dan kepastian pada bank konvensional menurut pak MON ketika mengambil uang sekitar 50 – 100 juta sudah tidak terjamin keamanannya karna transaksi dilakukan diteller umum bukan teller khusus. Dan di khawatirkan terjadi hal yang tidak diinginkan. Selain itu juga, pada bank syariah belum bisa memantapkan hati beliau

mengenai sistem yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional. Dalam sisi lain ibu SMC menuturkan pelayanan di bank syariah dirasa belum bisa seutuhnya syariah karna karyawan yang bekerja di bank syariah tidak hanya berasal dari instansi yang berbasis syariah.

Dapat disimpulkan persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan bank syariah dan bank konvensional pada indikator jaminan dan kepastian dari 8 dosen dan karyawan yang peneliti wawancarai membuktikan hanya ada 2 dosen yang berpersepsi mengenai indikator jaminan dan kepastian pada dimensi kualitas pelayanan dan menghasilkan persepsi negatif pada indikator jaminan dan kepastian di bank syariah .

Berdasarkan pemaparan persepsi pada dimensi kualitas pelayanan di bank syariah dan bank konvensional dalam indikator jaminan dan kepastian yang telah diutarakan diatas, timbulnya persepsi karena dipengaruhi oleh faktor yaitu faktor minat dan faktor harapan. Faktor minat tersebut dibuktikan bahwa pak MON dan ibu SMC memilih bank syariah agar lebih terasa kesyariahan dalam transaksi keuangan. Dan faktor harapan menjadi nasabah di industri perbankan itu akan lebih menjamin keamanan uang yang dimiliki.

##### 5) Empati (*empathy*)

Empati merupakan bentuk perhatian individu karyawan kepada nasabah. Karyawan diusahakan mengerti dan memahami keinginan nasabah. Dimensi kualitas pelayanan pada indikator empati menurut ibu EYD selama menjadi nasabah di bank syariah, ketika beliau datang ke

bank syariah, dari pertama masuk sudah diperhatikan dan diarahkan sesuai yang ia inginkan. Hal ini juga diutarakan oleh pak DS, ibu RPS, pak MHZ, ibu ZH, ibu SNS, bahwa sikap ramah selalu ditunjukkan oleh pihak bank syariah. Dimensi kualitas pelayanan pada indikator empati di bank konvensional menurut ibu ZH, ibu RPS, ibu SNS, tidak seramah di bank syariah karena karyawan di bank konvensional saat melayani tidak antusias terhadap nasabah. Hal tersebut dapat disebabkan oleh, waktu yang sudah siang, banyak tidaknya nasabah yang datang ke bank, budayanya, dan kembali kepada individu tersebut. Hal yang berbeda diutarakan oleh bapak DZ dan bapak MHZ karena beliau selalu diperlakukan dengan baik oleh pihak bank konvensional.

Dapat disimpulkan, persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan bank syariah dan bank konvensional pada indikator empati, dosen dan karyawan yang peneliti wawancarai membuktikan adanya persepsi positif pada indikator empati pada bank syariah maupun bank konvensional, dan adanya persepsi negatif pada indikator empati pada bank syariah maupun bank konvensional.

Berdasarkan pemaparan persepsi pada dimensi kualitas pelayanan di bank syariah dan bank konvensional dalam indikator empati yang telah diutarakan diatas, timbulnya persepsi karena dipengaruhi oleh stimulus pemasaran dan faktor sikap, karena nasabah berinteraksi langsung dengan karyawan bank tersebut.

Berdasarkan berbagai persepsi dari 7 dosen dan 1 karyawan FEBI tentang kualitas pelayanan di Bank Syariah dilihat dari 5 dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut:

	Bukti Fisik	Kehandalan	Ketanggapan	Jaminan dan Kepastian	Empati
Persepsi Positif	MHZ,DS, ZH, EYD, SNS, SMC	EYD, MHZ, DS	MHZ, DS		DS, MHZ, ZH, SNS, RPS.
Persepsi Negatif	MON, RPS	RPS	SNS	MON dan SMC	

Berdasarkan tabel diatas, persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan di bank syariah dilihat dari 5 dimensi kualitas pelayanan, terdapat persepsi positif pada indikator Bukti fisik, Kehandalan, Ketanggapan, dan Empati. Persepsi negatif pada indikator bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan.

Persepsi dari 7 dosen dan 1 karyawan FEBI tentang kualitas pelayanan di Bank Konvensional dilihat dari 5 dimensi kualitas pelayanan sebagai berikut:

	Bukti Fisik	Kehandalan	Ketanggapan	Jaminan dan Kepastian	Empati
Persepsi Positif	DS, MHZ, SMC	DS, MHZ, RPS	MHZ dan DS	DS dan MHZ	MON, MHZ, DS
Persepsi Negatif	ZH, EYD, RPS, SNS, MON	MON	ZH		ZH, RPS, SNS

Berdasarkan tabel diatas, persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan di bank konvensional dilihat dari 5 dimensi kualitas pelayanan, terdapat persepsi

positif pada semua indikator 5 dimensi kualitas pelayanan dan ada persepsi negatif pada indikator bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, dan empati.

Berbagai persepsi negatif yang telah diungkapkan oleh nasabah tentang kualitas pelayanan di bank syariah maupun bank konvensional, berarti terdapat kesenjangan mengenai kualitas pelayanan antara di lapangan dengan teori yang ada, yang sebagaimana mestinya bank syariah maupun bank konvensional haruslah menerapkan aturan berdasarkan teori yang ada, agar bisa mengurangi persepsi negatif dari nasabah dan membuat nasabah lebih puas dengan pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan berbagai persepsi positif dan persepsi negatif tersebut terdapat faktor faktor yang mempengaruhinya yaitu faktor stimulus ; faktor stimulus pemasaran yang berkaitan dengan stimuli fisik tentang kualitas pelayanan bank syariah maupun bank konvensional, dan faktor individu meliputi sikap, minat, harapan, dan pengalaman masa lalu. Yang berkaitan dengan sifat sifat yang ada pada individu tersebut dan membedakan penilaian ataupun persepsi seseorang dengan yang lainnya. Faktor yang mempengaruhi persepsi paling dominan yaitu faktor pengalaman. Karena 7 dosen dan 1 karyawan yang peneliti wawancarai tersebut telah menjadi nasabah di bank konvensional dan bank syariah, serta telah merasakan pelayanan di bank syariah maupun di bank konvensional.

Dapat disimpulkan persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan di bank syariah dominan berpersepsi positif dan persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan di bank konvensional dominan berpersepsi negatif.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data data yang telah diperoleh peneliti maka dapat disimpulkan :

1. Persepsi dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro tentang kualitas pelayanan di Bank Syariah dan Bank Konvensional dilihat dari 5 dimensi kualitas pelayanan seperti indikator bukti fisik, indikator kehandalan, indikator daya tanggap, indikator jaminan dan kepastian, serta indikator empati. Pada bank syariah dominan berpersepsi positif dan di bank konvensional dominan berpersepsi negatif. Persepsi positif tentang kualitas pelayanan di bank syariah pada indikator Bukti fisik, Kehandalan, Ketanggapan, dan Empati. Persepsi negatif pada indikator bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan. Selain itu juga terdapat persepsi negatif pada indikator bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan. Persepsi kualitas pelayanan di bank konvensional terdapat persepsi positif pada semua indikator 5 dimensi kualitas pelayanan dan ada persepsi negatif pada indikator bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, dan empati.
2. Faktor faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan di Bank Syariah dan Bank Konvensional yaitu faktor stimulus ; faktor stimulus pemasaran, dan faktor individu; sikap,minat, harapan,dan pengalaman masa lalu.

## **B. Saran**

Setelah peneliti mengkaji persepsi dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro, maka peneliti memberikan saran hendaknya bank syariah maupun bank konvensional meningkatkan kualitas pelayanan agar nasabah merasa nyaman, puas dan percaya kepada instansi perbankan. Selain itu juga lebih memperhatikan bagaimana SOP yang sudah ada pada masing masing instansi dan juga menerapkan pelayanan prima.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akmalia, Ikfi. “*Analisis Kepuasan Nasabah atas Dimensi Kualitas Pelayanan Bank Syariah Mandiri Malang*”. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 2, No. 01/April 2012.
- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*. cet. ke-2 Bandung: Alfabeta, 2012.
- Andespa, Roni. “*Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional*”, *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*. Vol. 1, No. 1/Januari – Juni 2006.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.
- Astuti, Tri dan Indah Mustikawati. “*Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah*”. *Jurnal Nominal*. Vol. II, No. I./ 2013.
- Fahmi, Irham. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Dasar – Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2015.
- Hikmah. “*Analisis Komparatif Kualitas Pelayanan Bank Syariah dan Bank Konvensional*”. *Jurnal Akrab Juara*. Vol. 3, No. 1/Februari 2018.
- Huda, Qomarul dan Rokmat Subagiyo, , “*Analisis Kesesuaian Harapan dan Persepsi atas Kualitas Layanan (Service Quality) Pada Bank Umum Syariah di Tulungagung*”. *Jurnal Modernisasi*, Vol. 11, No. 1/Februari 2015.
- Ikatan Bankir Indonesia IBI. *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2014.
- Ismail. *Manajemen Perbankan : Dari Teori Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana. 2010.

- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. cet. ke-16. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran edisi 12 jilid 2*. Indonesia: Macana Jaya Cemerlang, 2008.
- Lailatul Iffah, dkk. “*Persepsi Nasabah terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang*”. *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No.1 /Agustus 2018.
- M. Azka Haris, dkk. “*Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Menggunakan Dimensi Banking Service Quality dengan Metode Service Quality (Studi Kasus di Bank “X”)*”. *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional* Vol. 2, No. 04/Oktober 2014.
- Mukarom , Zaenal dan Muhibudin Wijaya Laksana. *Membangun Kinerja Pelayanan Publik: Menuju Clean Government and Good Governance*. Bandung: Pustaka Setia. 2016.
- Prasetji, Ristiyanti dan John J.O.I Ihalauw. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset, 2005.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sangajdi, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Sjahdeini, Sutan Remy. *Perbankan Islam dan Kedudukannya dalam Tata Hukum Perbankan Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2007.
- Sudarsono, Heri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia, 2003.
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi* Yogyakarta: Andi Offset. 2016
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sumar'in. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Susanti, Esti. “*Analisis Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Produk Keramik Merek Milan di Surabaya*”. *Jurnal Widya Manajemen & Akuntansi*, Vol. 3 No. 2/Agustus 2003
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014

-----, *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 2000.

Umar, Husein. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 1996.

*Undang – Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*.

Walgito, Bimo. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset, 2004.

Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.

Yurita, Asra. dkk. “*Analisis Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Mati Di Dealer Prima Motor Pasir Pengraian*”. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi*, Vol. 4, No. 1/2016.

# LAMPIRAN

Nomor : 2311/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2018  
Lampiran : -  
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

18 Oktober 2018

Kepada Yth:

1. Suci Hayati, S.Ag., M.S.I
  2. Selvia Nuriasari, M.E.I
- di – Tempat

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Nabila Nailul Muna  
NPM : 1502100281  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : S1-Perbankan Syariah (S1-PBS)  
Judul : Persepsi Masyarakat Tentang Pelayanan di Bank : Bank Syariah VS Bank Konvensional (Studi Kasus Dosen Dan Karyawan Jurusan S1 Perbankan Syariah IAIN Metro Provinsi Lampung)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
  - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan  $\pm$  2/6 bagian.
  - b. Isi  $\pm$  3/6 bagian.
  - c. Penutup  $\pm$  1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Wakil Dekan Bidang Akd &  
Kelembagaan



MUHAMMAD SALEH

## **OUTLINE**

### **PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS PELAYANAN BANK : BANK SYARIAH VS BANK KONVENSIONAL (Studi Kasus Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Provinsi Lampung)**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**HALAMAN ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian
  - 1. Tujuan Penelitian
  - 2. Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **A. Persepsi Konsumen**

1. Pengertian Persepsi Konsumen
2. Proses Persepsi Konsumen
3. Prinsip Prinsip dalam Persepsi Konsumen
4. Faktor Faktor yang Memengaruhi Persepsi
5. Macam Macam persepsi konsumen

### **B. Bank**

1. Definisi Bank
2. Macam – Macam Bank
3. Perbedaan bank konvensional dan bank syariah

### **C. Kualitas Pelayanan**

1. Definisi Pelayanan
2. Kualitas Pelayanan
3. Dimensi Kualitas Pelayanan

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

1. Jenis Penelitian
2. Sifat Penelitian

### **B. Sumber Data**

1. Sumber Data Primer
2. Sumber Data Sekunder

### **C. Teknik Pengumpulan Data**

1. Interview (wawancara)
2. Dokumentasi

### **D. Teknis Analisis Data**

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
  - 1. Sejarah berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
  - 2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomu dan Bisnis Islam IAIN Metro
  - 3. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
  - 4. Profil Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
- B. Persepsi Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro tentang Kualitas Pelayanan Bank : Bank Syariah vs Bank Konvensional
- C. Pembahasan

## **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **RIWAYAT HIDUP**

Metro, Mei 2019

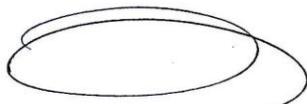
Peneliti



**Nabila Nailul Muna**

NPM. 1502100281

Dosen Pembimbing I

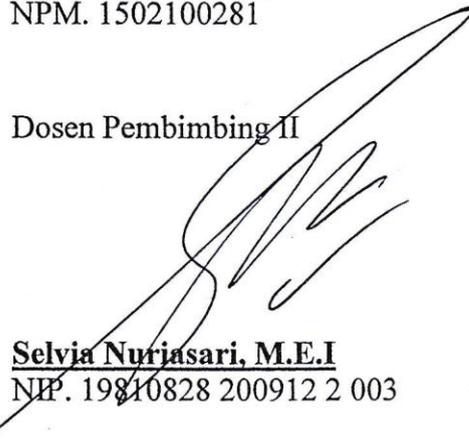


**Suci Hayati, S.Ag., M.S.I**

NIP. 19770309 200312 2 003

Mengetahui,

Dosen Pembimbing II



**Selvia Nuriasari, M.E.I**

NIP. 19810828 200912 2 003

## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

### PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS PELAYANAN BANK : BANK SYARIAH VS BANK KONVENSIONAL (Studi Kasus Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Provinsi Lampung)

#### A. Biodata Responden

Nama : .....

Jabatan : .....

1. Saya memiliki rekening :

a. Bank Konvensional

BNI  BRI  MANDIRI  Lainnya

b. Bank Syariah

BNI Syariah  BRI Syariah  Mandiri Syariah  Lainnya

2. Berapa lama menjadi nasabah :

a. Bank Konvensional

1 – 6 bulan  1 – 3 tahun  lainnya

b. Bank Syariah

1 – 6 bulan  1 – 3 tahun  lainnya

#### B. Wawancara dengan Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Provinsi Lampung

1. Apa alasan Bapak/Ibu menjadi nasabah di Bank Syariah maupun di Bank Konvensional?
2. Apa saja fasilitas yang diberikan Bank Syariah maupun Bank Konvensional? Bagaimana persepsi Bapak/Ibu mengenai fasilitas pelayanan yang diberikan tersebut?
3. Apakah sejak pertama kali menjadi nasabah, pihak bank menyampaikan informasi secara benar? Bagaimana persepsi Bapak/Ibu mengenai pelayanan tersebut?

4. Apakah pihak Bank Syariah maupun Bank Konvensional melayani permintaan nasabah dengan cepat? Bagaimana persepsi Bapak/Ibu mengenai pelayanan tersebut?
5. Apakah pihak bank selalu bersikap sopan terhadap nasabah dan meyakinkan nasabah merasa aman jika bertransaksi dengan bank tersebut? Bagaimana persepsi Bapak/Ibu mengenai pelayanan tersebut?
6. Apakah pihak Bank Syariah maupun Bank Konvensional sungguh sungguh memperhatikan kepentingan nasabah ketika memberikan pelayanan kepada nasabahnya? Bagaimana persepsi Bapak/Ibu mengenai pelayanan tersebut?
7. Menurut Bapak/Ibu apa yang membedakan kualitas pelayanan yang ada di Bank Syariah dengan Bank Konvensional?
8. Pelayanan yang bagaimanakah yang Bapak/Ibu harapkan pada Bank Syariah maupun Bank Konvensional?

### **C. Dokumentasi**

1. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
  - a. Sejarah berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
  - b. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
  - c. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
2. Profil Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro

Metro, Mei 2019  
Peneliti



Nabila Nailul Muna  
NPM. 1502100281

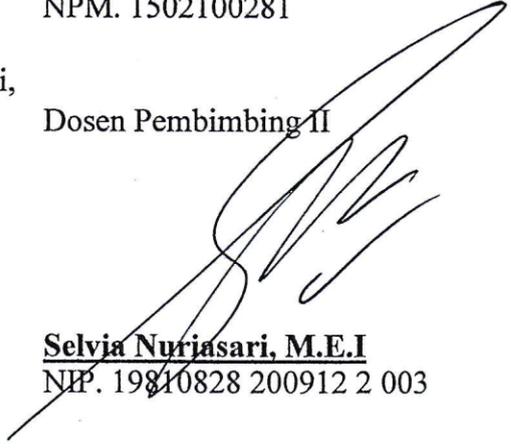
Dosen Pembimbing I



Suci Hayati, S.Ag., M.S.I  
NIP. 19770309 200312 2 003

Mengetahui,

Dosen Pembimbing II



Selvia Nurjasari, M.E.I  
NIP. 19810828 200912 2 003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: 1279/ln.28/D.1/TL.01/05/2019

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,  
 menugaskan kepada saudara:

Nama : **NABILA NAILUL MUNA**  
 NPM : 1502100281  
 Semester : 8 (Delapan)  
 Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di FEBI IAIN Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS PELAYANAN BANK: BANK SYARI'AH VS BANK KONVENSIONAL (Studi Kasus Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Provinsi Lampung)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui,  
 Pejabat Setempat

*M. M. Saadon*  
M. M. Saadon



Dikeluarkan di : Metro  
 Pada Tanggal : 22 Mei 2019

Wakil Dekan I,

*H.M. Saleh*  
**Drs. H.M. Saleh MA**  
 NIP 19650111 199303 1 0014



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1280/In.28/D.1/TL.00/05/2019  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Dekan FEBI IAIN Metro  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1279/In.28/D.1/TL.01/05/2019,  
tanggal 22 Mei 2019 atas nama saudara:

Nama : **NABILA NAILUL MUNA**  
NPM : 1502100281  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : S1 Perbankan Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di FEBI IAIN Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERSEPSI NASABAH TENTANG KUALITAS PELAYANAN BANK: BANK SYARI'AH VS BANK KONVENSIONAL (Studi Kasus Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Provinsi Lampung)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Metro, 22 Mei 2019  
Wakil Dekan I,

*[Handwritten Signature]*  
Drs. H.M. Saleh MA  
NIP. 19650111 199303 1 0014



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-538/In.28/S/OT.01/07/2019**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : NABILA NAILUL MUNA

NPM : 1502100281

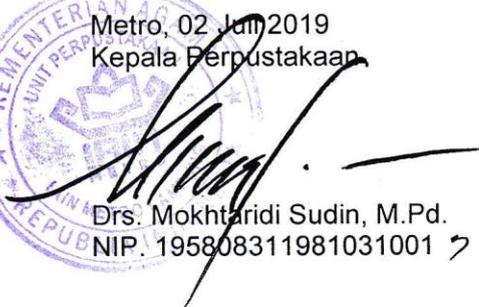
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/S1 Perbankan Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 1502100281.

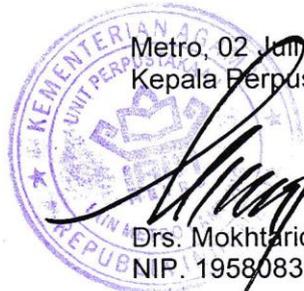
Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 02 Juni 2019  
Kepala Perpustakaan



Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd.  
NIP. 195808311981031001 ↗



7. Program Studi Tadris IPS (S1)

No	Nama/NIP	Gol / Jabatan	Homebase	
			Lama	Baru
1	2	3	4	5
1.	Tubagus Ali Rachman Puja Kesuma, M.Pd 198808232015031007	III/b, Asisten Ahli	Tadris IPS (S1)	Tadris IPS (S1)

8. Program Studi Tadris Matematika (S1)

No	Nama/NIP	Gol / Jabatan	Homebase	
			Lama	Baru
1	2	3	4	5
1.	Andianto, M.Pd 198711022015031000	III/b, Asisten Ahli	Tadris Matematika (S1)	Tadris Matematika (S1)

C. FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

1. Program Studi Ekonomi Syariah (S1)

No	Nama/NIP	Gol/Jabatan	Homebase	
			Lama	Baru
1	2	3	4	5
1.	Siti Zulaikha, S.Ag, MH 19720611198032001	IV/b, Lektor Kepala	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
2.	Drs. Dri Santoso, MH 196703161995031001	III/d, Lektor Kepala	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
3.	Hermanita, MM 197302201999032001	III/d, Lektor	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
4.	Nizaruddin, S.Ag, MH 197403021999031001	III/d, Lektor	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
5.	Suci Hayati, M.S.I 197703092003122003	III/d, Lektor	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
6.	Rina El Maza, S.H.I., M.S.I 198401232009122005	III/d, Lektor	Perbankan Syariah (D3)	Ekonomi Syariah (S1)
7.	Suraya Murcitaningrum, M.S.I 198011162009122001	III/c, Lektor	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
8.	Dharma Setyawan, M.A 198805292015031005	III/b, Asisten Ahli	Perbankan Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
9.	Reonika Puspita Sari, M.E.Sy 199202212018012001	III/b	Akuntansi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
10.	Upia Rosmalinda, M.E.I -	- Asisten Ahli	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
11.	Enny Puji Lestari, M.E.Sy -	- Asisten Ahli	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
12.	Aisyah Sunarwan, M.Pd -	- Asisten Ahli	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
13.	Nawang Wulandari, M.Pd.I -	Asisten Ahli	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
14.	Imahda Khoiri Furqon, M.Si. -	-	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
15.	Fitri Kurniawati, M.E.Sy -	- Asisten Ahli	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
16.	Alva Yenica Nandavita, M.E.Sy. -	-	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
17.	Diana Ambarwati, M.E.Sy -	- Asisten Ahli	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)

18.	Liana Dewi Susanti, S.H.I, M.E.Sy -	-	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)
19.	Aulia Ranny Priyatna, M.E.Sy -	-	Ekonomi Syariah (S1)	Ekonomi Syariah (S1)

2. Program Studi Perbankan Syariah (S1)

No	Nama/NIP	Gol / Jabatan	Homebase	
			Lama	Baru
1	2	3	4	5
1.	Liberty, SE, MA 197408242000032002	III/d, Lektor	Perbankan Syariah (S1)	Perbankan Syariah (S1)
2.	Selvia Nuriasari, M.E.I 198108282009122003	III/c, Lektor	Perbankan Syariah (S1)	Perbankan Syariah (S1)
3.	Agus Trioni Nawa, M.Pd -	-	Perbankan Syariah (S1)	Perbankan Syariah (S1)
4.	Roza Zelvia, M.Si -	- Asisten Ahli	Perbankan Syariah (S1)	Perbankan Syariah (S1)
5.	Ani Nurul Imtihanah, M.S.I -	-	Perbankan Syariah (S1)	Perbankan Syariah (S1)

3. Program Studi Akuntansi Syariah (S1)

No	Nama/NIP	Gol / Jabatan	Homebase	
			Lama	Baru
1	2	3	4	5
1.	Zumaroh, M.E.Sy 197904222006042002	III/c, Lektor	Akuntansi Syariah (S1)	Akuntansi Syariah (S1)
2.	Esty Apridasari, M.Si 198804272015032005	III/b, Asisten Ahli	Akuntansi Syariah (S1)	Akuntansi Syariah (S1)
3.	Era Yudistira, M.Ak 199010032015032010	III/b, Asisten Ahli	Akuntansi Syariah (S1)	Akuntansi Syariah (S1)
4.	Atika Lusi Tania, M.Acc -	- Asisten Ahli	Akuntansi Syariah (S1)	Akuntansi Syariah (S1)

4. Program Studi Manajemen Haji dan Umroh (S1)

No	Nama/NIP	Gol / Jabatan	Homebase	
			Lama	Baru
1.	Drs. M.Saleh, MA 196501111993031001	III/d, Lektor	Manajemen Haji dan Umroh (S1)	Manajemen Haji dan Umroh (S1)
2.	Muhammad Hanafi Zuardi, S.H.I,M.S.I 198007182008011012	III/c, Lektor	Manajemen Haji dan Umroh (S1)	Manajemen Haji dan Umroh (S1)
3.	Dliyaul Haq, M.E.I 198101212015031002	III/b, Asisten Ahli	Manajemen Haji dan Umroh (S1)	Manajemen Haji dan Umroh (S1)
4.	Sukma Sari Dewi Chan, S.Th.I., M.Ud. -	-	Manajemen Haji dan Umroh (S1)	Manajemen Haji dan Umroh (S1)

D. FAKULTAS SYARIAH

1. Program Studi S1 Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) (S1)

No	Nama/NIP	Gol / Jabatan	Homebase	
			Lama	Baru
1.	Sainul, SH, MA 196807062000031004	III/d, Lektor	Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) (S1)	Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah) (S1)

1. M. Mathrus Soadon, SE
2. Rizka Fitriana, SE
3. Rafiah, S. Ag.

Kapala Tata usaha FEPI

Kasubbag Administrasi Umum dan Layanan FEPI:

Kasubbag Akademik, Kemahasiswaan & Alumni FEPI





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nabila Nailul Muna  
NPM : 1502100281

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	9/15 5	✓	Ac peralabu BAB I - (11)	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

  
Selvia Nuriasari, M.E.I  
NIP. 198108282009122003

  
Nabila Nailul Muna  
NPM. 1502100281



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nabila Nailul Muna  
NPM : 1502100281

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	15/5 2019	✓	Az outline	

Dosen Pembimbing II

**Selvia Nuriasari, M.E.I**  
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,

**Nabila Nailul Muna**  
NPM. 1502100281



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nabila Nailul Muna  
NPM : 1502100281

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	21/2019 /5	✓	Az Apr.	

Dosen Pembimbing II

**Selvia Nuriasari, M.E.I**  
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,

**Nabila Nailul Muna**  
NPM. 1502100281



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nabila Nailul Muna  
NPM : 1502100281

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
1.	Selasa / 21 Mei 2019	✓	Acc Outline	

Dosen Pembimbing I

**Suci Hayati, S.Ag, MSI**  
NIP. 197703092003122003

Mahasiswa Ybs,

  
**Nabila Nailul Muna**  
NPM. 1502100281



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.ain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nabila Nailul Muna  
NPM : 1502100281

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
1.	Selasa / 21 Mei 2019	✓	Ace bab I, II & III	
2.	Rabu / 22-5-2019	✓	- Ace APD	

Dosen Pembimbing I

**Suci Hayati, S.Ag, MSI**  
NIP. 197703092003122003

Mahasiswa Ybs,

**Nabila Nailul Muna**  
NPM. 1502100281





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nabila Nailul Muna  
NPM : 1502100281

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	Rabu 26-06-19	✓	• penulisan bab II dan V = sumber literatur referensi	

Dosen Pembimbing II

**Selvia Nuriasari, M.E.I**  
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,

**Nabila Nailul Muna**  
NPM. 1502100281



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nabila Nailul Muna  
NPM : 1502100281

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018/2019

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	Jumat 28/05 16	~	Agar steps	

Dosen Pembimbing II

**Selyia Nuriasari, M.E.I**  
NIP. 198108282009122003

Mahasiswa Ybs,

**Nabila Nailul Muna**  
NPM. 1502100281



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nabila Nailul Muna  
NPM : 1502100281

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 PBS  
Semester/TA : VIII/2018/2019

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan/ Bimbingan yang diberikan	Tanda Tangan
	Senin/ 1 Juli 2019	✓	- Ace skripsi untuk dimungulkan lengkap berkas-berkas yang diperlukan.	

Dosen Pembimbing I

**Suci Hayati, S.Ag, MSI**  
NIP. 197703092003122003

Mahasiswa Ybs,

**Nabila Nailul Muna**  
NPM. 1502100281

## RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Nabila Nailul Muna, lahir di Seputih Surabaya pada tanggal 28 Agustus 1997. Anak pertama dari dua bersaudara. Nama Ayah Suyatno, nama Ibu Hullailah. Alamat orang tua desa Srikaton (SK 3), kec. Seputih Surabaya, Kab. Lampung Tengah, Prov. Lampung.

Peneliti menyelesaikan pendidikan formal di TK Aisyiyah Bustanul Athfal Gaya Baru I pada tahun 2002-2004, SD Negeri 1 Gaya Baru I pada tahun 2004 – 2009, SMP Negeri 2 Buminabung pada tahun 2009 – 2012, SMA Negeri 1 Seputih Surabaya pada tahun 2012 – 2015. Pada tahun 2015, peneliti terdaftar sebagai mahasiswi di STAIN Jurai Siwo Metro, yang sekarang beralih status menjadi IAIN Metro. Peneliti terdaftar sebagai mahasiswi di jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.