

ABSTRAK

Anis Nuril Laily, 2020, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di BMT NU Jawa Timur Cabang Tambelangan Sampang, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing H. Wadhan, SE. M.Si.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, , Kepuasan Nasabah*

Kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam suatu perusahaan, karena menarik nasabah menggunakan produk perbankan yang di sediakan.. Perananan manusia yang melayani pelanggan merupakan faktor utama karena hanya dengan manusialah pelanggan dapat berkomunikasi secara langsung. Dan kepuasan nasabah merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaanya. Oleh karena itu BMT NU Jawa Timur Cabang Tambelangan Sampang harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah agar BMT NU Jawa Timur Cabang Tambelangan Sampang mampu bersaing dengan lembaga lainnya. Tujuan melakukan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, menganalisis sebesarapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasaan nasabah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *penelitian ini menggunakan non probability sampling (accidental sampling)*, yaitu pengambilam sampling berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja individu/ nasabah yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 97 responden dari nasabah BMT NU Jawa Timur Cabang Tambelangan Sampang.

Berdasarkan hasil penelitian ini, membuktikan dari hasil pengujian hipotesis dengan uji t diperoleh t_{hitung} sebesar 1,989 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,985 dengan signifikasi 0,02 lebih kecil dengan tingkat kekeliruan 0,05, sehingga dapat dikatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan nilai R sebesar 0,330 atau 33% menunjukkan hubungan antara variabel (kualitas pelayanan) dengan variabel (kepuasan nasabah) cukup baik. Sedangkan sisanya sebesar 67% dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam penelitian ini seperti keunggulan produk.