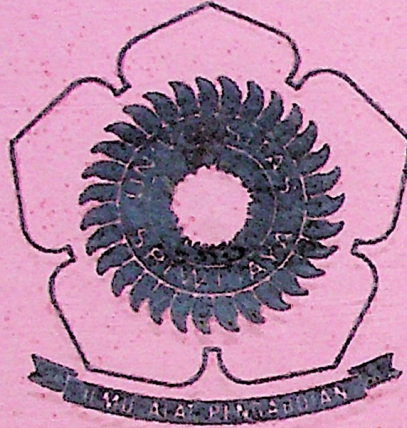


**SIKAP NASABAH SHAR-E DALAM MEMPEROLEH JASA LAYANAN  
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, TBK.  
KANTOR CABANG PALEMBANG**



**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi persyaratan  
Mencapai derajat S1 Ilmu Sosiologi**

**Disusun Oleh:**

**RANY SEPTIANI**

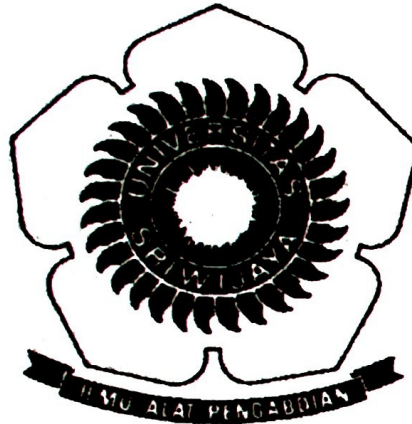
**07053102078**

**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2010**

S  
332.706 07  
Ran  
S  
2010

**SIKAP NASABAH SHAR-E DALAM MEMPEROLEH JASA LAYANAN  
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, TBK.  
KANTOR CABANG PALEMBANG**



**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi persyaratan  
Mencapai derajat S1 Ilmu Sosiologi**

**Disusun Oleh:**

**RANY SEPTIANI**

**07053102078**

**JURUSAN SOSIOLOGI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2010**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**Sikap Nasabah Shar-E Dalam Memperoleh Jasa  
Layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk  
Kantor Cabang Palembang**

**SKRIPSI**

**Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing Untuk Mengikuti Ujian Komprehensif  
Dalam Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat S1 Ilmu Sosiologi  
Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.**

**DIAJUKAN OLEH:**

**RANY SEPTIANI  
07053102078**

**Telah Disetujui Oleh Dosen Pembimbing  
Inderalaya, Juni 2010**

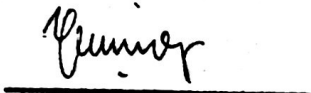
**Pembimbing I**

**Drs.Tri Agus Susanto, MS  
NIP. 195808251982031003**



**Pembimbing II**

**Yunindyawati, S.Sos, M.Si  
NIP. 197506032000032001**



**SIKAP NASABAH SHAR-E DALAM MEMPEROLAH JASA LAYANAN  
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, TBK.  
KANTOR CABANG PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya  
dan Dinyatakan Berhasil Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
dari Syarat-syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosiologi  
Pada Tanggal, 14 Juli 2010**

**SUSUNAN DEWAN PENGUJI**

**Drs. Tri Agus Susanto, M.S**

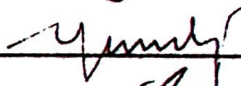
**Ketua**



---

**Yunindyawati, S.Sos, M.Si**

**Anggota**



---

**Drs. Mulyanto, MA**

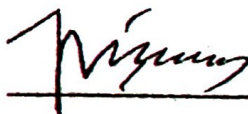
**Anggota**



---

**Dr. Zulfikri Suleman, MA**

**Anggota**



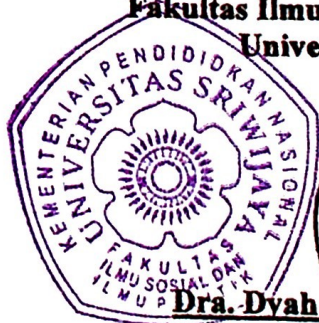
---

**Indralaya, Juli 2010**

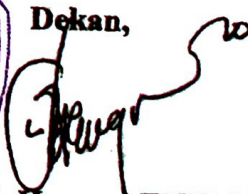
**Jurusan Sosiologi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Sriwijaya**



**Dekan,**



**Dra. Dyah Hapsari ENH, M.Si**

**NIP. 196010021992032001**

## MOTTO

*Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala dari kebajikan yang diusahakannya dan mendapat siksa dari kejahatan yang dikerjakannya. (Qs. Al-Baqarah:284)*

*Dan barang siapa yang bertaqwa kepada Allah, niscaya Allah menjadikan baginya kemudahan dalam urusannya (Qs. Al-Thalaq: 4)*

**Kupersembahkan skripsi ini untuk:**

- ~ Kedua orang tuaku yang senantiasa tegar dan menegarkan
- ~ Saudara-saudariku tersayang dan.
- ~ Para pejuang dakwah yang tak kenal lelah.

## KATA PENGANTAR

*Assalaamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur selalu kita panjatkan kehadirat Allah SWT. Rabb yang maha agung, yang menguasai alam beserta isinya, yang atas izin dan ridho-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Shalawat teriring salam semoga tetap selalu terhaturkan kepada Nabi pembawa petunjuk kebenaran, *uswah* dan *qudwah* bagi seluruh manusia, "Sang Reformator Dunia", Rasulullah Muhammad SAW, beserta para sahabat dan pejuang-pejuang yang senantiasa berada di jalan-Nya.

Tujuan utama penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi sebagian syarat guna mencapai gelar sarjana sosial. Namun selain untuk memenuhi tujuan tersebut, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Dan diharapkan penulis mendapat pengetahuan dari penelitian ini.

Dan akhirnya, penulis berkesempatan mengutip beberapa kalimat dari Qodhi Fadhil Al Bisani rahimahumullah yang wafat pada tahun 596 H, ia berkata, "Kulihat setiap orang pada suatu hari menulis sebuah buku, besoknya selalu mengatakan,"Andaikata ini diubah, tentu lebih baik; Andaikata ini ditambah, tentu bagus; Andaikata ini didahulukan, tentu lebih pas; Dan andaikata ini dibuang tentu lebih indah". Ini merupakan pelajaran yang besar dan bukti kekurangan selalu ada pada setiap manusia.

**Indralaya, Juni 2010**  
**Penulis**

**Rany Septiani**  
**07053102078**

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur pada Allah SWT yang telah menggerakkan jasad, menganugerahkan pikiran serta memberikan pinjaman semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul Sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang.

Pada kesempatan yang baik ini, penulis ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada :

1. Kepada orang tuaku tersayang, Bpk. Helmy Nur dan Ibu Musdahlia atas semua kasih sayang, teladan dan nasehat disepanjang perjalanan hidup kemarin, kini dan nanti.
2. Saudara-saudariku yunda Santy Novian Sari, SE, adinda Hendra Oktora dan adinda Sarah Julia.
3. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNSRI, Ibu Dra.Dyah Hapsari.ENH, Msi, Ketua Jurusan Sosiologi Bapak Dr. Zulfikri Suleman, MA & Sekretaris Jurusan Sosiologi Ibu Mery Yanti, S.Sos. MA.
4. Pembimbing Akademik penulis, Ibu Dra. Yusnaini, M.Si untuk semua bimbingan, nasehat dan semangat.
5. Pembimbing Skripsi I, Bpk Drs. Tri Agus Susanto, MS atas masukan dan bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Pembimbing Skripsi II, Ibu Yunindyawati, S.Sos, M.Si atas waktu, motivasi dan kesempatan yang luas bagi penulis dalam berkonsultasi.
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama saya mengikuti kuliah di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
8. Segenap staff dan pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
9. Rekan-rekan seperjuangan Sosiologi 2005, especially Ayuk Sherly, Lena, Lidia, Basnah, Dewi & Marini.

10. Untuk Andri, Kak Rio, Fera & Mbak Kun BI, syukran atas bantuan dan motivasinya.
11. Seluruh Kru Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Palembang.
12. Para Pejuang Dakwah di DPC PKS Tra dan Wasilah Ust. Islahudin, Yuk Nani, Yuk Mardiana, Yuk Alia, Yuk Santy, Yuk Mita, Yuk Ratna, Ningsih, Fitria, Zakia, Nurul, Nofi, Fiya, Bahra, Kak Ferly, Kak Sadli, Kak Ma'ruf, Kak Dedi, Kak Arie, Kak Irpan, Kak Nurdi, Kak Acha, Kak Rian, Kak Fedly, Yayan, Yaser, Ari, Diman, Mustaqim, Agung, Edo, Nakat, Abdi, Ican, Lici, Radius & Amrullah.
13. Adik-adikku tersayang Dian, Desy, Dewi, Gita, Lili, Rina, Yuyun & Revi yang selalu memberi banyak warna, kehangatan, perhatian dan selalu bisa diandalkan.
14. Seluruh Anggota Rohis SMAN 1 dan SMAN 2 Tra terkhusus adik-adikku tersayang Eva, Krisna, Mifta, Riska, Titin, Sri & Mery teruslah berjuang dan semangat dalam memperjuangkan kebaikan.
15. Teman-teman FORDIS, Wiwin, Endang, Sandra, Riza, Haikal, Agung, Ases, Erna, Mifta, Kak Agung, Kak Irawan, Kak Kholek, Kak Faris & lain-lain atas kepercayaannya.
16. Seluruh Saudara-saudariku di LDF WAKI, afwan kalo sering menyusahkan dan unpredictable.
17. Adik-adikku di Fakultas, Potter, Liu, Rini, Winda, Dewi, Dewi, Eska, Liana, Yuni, Umi, Linda, Ana, Dian, Rika, Sintia, Rohim & Rudi, yang menjadi teman dan saudara.
18. Kakak-kakak yang selalu memberi semangat menggoreskan tinta pertanda lulus kuliah, Mbak Elis, Kak Iin & Kak Dwi.
19. Semua yang telah memberikan aura kemenangan dan semangat, karena yakinlah harapan itu masih ada!

Semoga Allah SWT melimpahkan kasih sayangNya untuk setiap niat dan ikhtiar yang dengan ikhlas diperjuangkan.

**Penulis**

**Rany Septiani**



Shar-E Customer Attitude In Getting Service  
Of Indonesia Muamalat Bank, Ltd. Branch Office Palembang

---

---

**ABSTRACT**

This research have title “ Shar-E customer attitude in getting service of Indonesia Muamalat Bank, Ltd branch office Palembang.

The problem that writer take in this research are how the Shar-E customer attitude of Indonesia Muamalat Bank, Ltd in getting banking service and what are the factors that influence Shar-E customer attitude in using service of Indonesia Muamalat Bank, Ltd branch office Palembang.

The objectives of this research is to know how Shar-E customer attitude in getting service of Indonesia Muamalat Bank, Ltd branch office Palembang and to know the factors that influence Shar-E customer attitude in using service the service of Indonesia Muamalat Bank, Ltd branch office Palembang. The theoretical benefit of this research is hoped can be used for social science development. The practical benefit of this research is hoped can give totality knowledge at Shar-E customer attitude in getting service of Indonesia Muamalat Bank, Ltd. To be hoped can give input to all scientist in banking world with social market in destination to more distinguish syariah banking and to increase its service to the people.

This research is the qualitative descriptive , describe descriptive data from the phenomom that given with the customer analysis unit who use Shar-E Indonesia Muamalat Bank. The interest informant is done by purposive way that based on consideration to the informant who will be data source. The technique in collect the data by doing long interview, observation, and documentation. Data analysis technique That used is by some phase, they are reduction data phase, presentation data phase and conclusion phase.

The research result show based on experience, perseption, understanding, interpretation customer to service of Indonesia Muamalat Bank they felt during be customer of Shar-E Indonesia Muamalat Bank satisfied or unsatisfied for service that given by the bank.

Satisfied an unsatisfied performance can influence loyalty of customer to Indonesia Muamalat Bank Shar-E. Satisfeid Customer performance will maintain and invite somebody else to join. Unsatisfied customer performance will change to another syariah banking or konvensional banking.

Those performance is influenced by internal and external factors. The internal factor that influence is thrust factor of customer for syariah banking that come from spiritual value. And external factor the understanding of customer to syariah banking and its operational. Kualitas service that given by Indonesia Muamalat Bank (security, guaranty, and empaty) andreal facilities and Indonesia Muamalat Bank link.

*Key word: service of Indonesia Muamalat Bank, Shar-E customer attitude*



Sikap Nasabah Shar-E Dalam Memperoleh Jasa Layanan  
PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Palembang

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul " Sikap Nasabah Shar-E Dalam Memperoleh Jasa Layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang" permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana sikap nasabah Shar-E PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk dalam memperoleh jasa layanan perbankan dan apa faktor yang mempengaruhi sikap nasabah Shar-E dalam menggunakan layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk kantor cabang Palembang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk kantor cabang Palembang dan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi sikap nasabah Shar-E dalam menggunakan jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk kantor cabang Palembang. Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah diharapkan dapat berguna bagi perkembangan konsep dalam pengembangan konsep dalam ilmu sosial. Manfaat praktisnya diharapkan memberikan wawasan secara keseluruhan mengenai sikap nasabah dalam memperoleh jasa layanan perbankan syariah Bank Muamalat Indonesia. Diharapkan dapat memberi masukan kepada para praktisi dunia perbankan dengan pemasaran sosial dalam rangka lebih mengenalkan perbankan syariah serta meningkatkan kualitas layanannya kepada masyarakat.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, menggambarkan data deskriptif dari fenomena yang dikaji dengan unit analisis nasabah yang menggunakan tabungan Shar-E Bank Muamalat Indonesia. Penarikan informan dilakukan dengan cara *purposive* yang didasarkan atas pertimbangan terhadap informan yang akan dijadikan sumber data. Teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data digunakan adalah dengan beberapa tahapan yaitu reduksi data, tahap penyajian data dan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan pengalaman, persepsi, pemahaman, dan penafsiran nasabah terhadap layanan Bank Muamalat Indonesia yang mereka dapatkan selama menjadi nasabah Shar-E Bank Muamalat Indonesia membentuk sikap puas dan kurang puas terhadap layanan yang diberikan. Sikap puas dan kurang puas mempengaruhi loyalitas (kesetiaan) terhadap Shar-E Bank Muamalat Indonesia. Perilaku nasabah yang puas akan bertahan dan punya keinginan mengajak orang lain. Sikap kurang puas cenderung berpindah ke layanan perbankan syariah atau konvensional lainnya. Sikap tersebut dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi ialah faktor keyakinan nasabah akan perbankan syariah yang bersumber dari nilai spiritual. Sedangkan faktor eksternal yaitu pengetahuan nasabah akan perbankan syariah dan operasionalnya, kualitas layanan yang diberikan Bank Muamalat Indonesia (kehandalan, keberwujudan, daya tanggap, jaminan, dan empati), dan fasilitas fisik dan jaringan Bank Muamalat Indonesia.

*Kata kunci: layanan perbankan Bank Muamalat Indonesia, Sikap nasabah Shar-E.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

MOTTO

KATA PENGANTAR

UCAPAN TERIMA KASIH

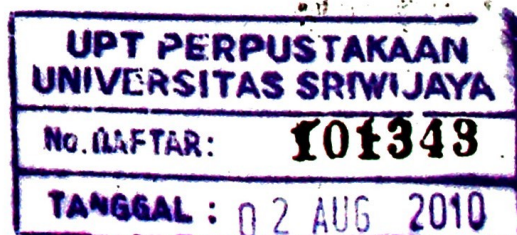
ABSTRAK

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1. Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2. Manfaat Praktis .....	7
1.5. Tinjauan Pustaka .....	8
1.5.1. Pengertian Sikap .....	8
1.5.2. Komponen Sikap .....	12
1.5.3. Macam-macam Sikap .....	13
1.5.4. Ciri-ciri Sikap .....	14
1.5.5. Pembentukan dan Perubahan Sikap .....	16
1.5.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	18
1.6. Metodologi Penelitian .....	20
1.6.1. Sifat dan Jenis Penelitian .....	20
1.6.2. Definisi Konsep .....	21
1.6.3. Lokasi Penelitian .....	22
1.6.4. Informan Penelitian .....	23
1.6.5. Unit Analisis .....	24



1.6.6. Data dan Sumber Data .....	24
1.6.7. Teknik Pengumpulan Data .....	25
1.6.7.1. Wawancara Mendalam (In-depth interview) .....	25
1.6.7.2. Pengamatan Secara Langsung atau Observasi .....	25
1.6.7.3. Dokumentasi .....	26
1.6.8. Teknik Analisis Data .....	26
1.7. Sistematika Penulisan .....	28
<b>BAB II KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>30</b>
2.1. Perbankan .....	30
2.2. Jasa pelayanan Perbankan .....	32
2.2.1. Konsep Jasa .....	32
2.2.2. Pengertian Pelayanan .....	34
2.2.3. Tujuan Jasa pelayanan Perbankan .....	35
2.3. Perbankan Syariah .....	36
2.3.1. Prinsip Perbankan Syariah .....	38
2.3.2. Produk Perbankan Syariah .....	39
2.4. Perbedaan Antara Bank Syariah dan Bank Konvensional .....	40
2.5. Sikap Masyarakat .....	44
<b>BAB III GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>47</b>
3.1. Sejarah Singkat Pendirian Bank Muamalat Indonesia .....	47
3.2. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia .....	49
3.3. Logo Bank Muamalat Indonesia .....	50
3.4. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia .....	50
3.5. Perkembangan Jaringan Kantor .....	53
3.6. Gambaran Umum Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pelembang .....	54
3.7. Produk dan Jasa Bank Muamalat Indonesia .....	58
3.8. Penghargaan dari Berbagai Kalangan .....	62

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
4.1. Sikap Nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa Layanan PT. Bank Muamalat Indoncsia, Tbk Kantor Cabang Palembang .....	65
4.1.1. Sikap Nasabah Shar-E yang puas dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang .....	66
4.1.2. Sikap Nasabah Shar-E yang kurang puas dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang .....	74
4.1.3. Faktor Internal yang mempengaruhi sikap Nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa Layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang .....	86
4.1.4. Faktor Eksternal yang mempengaruhi sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa Layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang .....	87
4.1.4.1. Pengetahuan, yang mempengaruhi sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa Layanan PT. Bank Muamalat Indoncsia, Tbk Kantor Cabang Palembang .....	87
4.1.4.2. Kualitas layanan, yang mempengaruhi nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa Layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang .....	90
4.1.4.3 Fasilitasi fisik dan jaringan, yang mempengaruhi sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang .....	91
4.2 Karakteristik nasabah, yang mempengaruhi sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa Layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang .....	93

<b>BAB V PENUTUP</b> .....	96
5.1. Kesimpulan .....	96
5.2. Saran .....	98

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Perbedaan Jumlah Nasabah Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional .....	3
Tabel 1.2.	Jumlah Nasabah Shar-E PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk kantor cabang Palembang .....	6
Tabel 1.3.	Daftar Informan	
Tabel 2.1.	Perbandingan Antara Sistem Perbankan Syariah dan Sistem Perbankan Konvensional.....	24
Tabel 2.1.	Perbandingan Antara sistem perbankan syariah dengan sistem perbankan konvensional .....	40
Tabel 2.2.	Perbedaan Antara Bunga (Riba) dan Bagi Hasil .....	42
Tabel 3.1.	Perkembangan Jaringan Kantor Bank Muamalat Indonesia .....	54
Tabel 3.2.	Daftar Tarif Layanan Shar-E .....	61
Tabel 4.1.	Sikap Nasabah Shar-E Dalam Memperoleh Jasa Layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk kantor cabang Palembang .....	84
Tabel 4.2.	Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Sikap Nasabah Shar-E Dalam Memperoleh Jasa Layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang .....	95

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Alur Pikir Penulis Tentang Sikap Nasabah Shar-E Dalam Memperoleh Jasa Layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk kantor cabang Palembang .....	44
Gambar 3.1. Logo Bank Muamalat Indonesia .....	50
Gambar 3.2. Sturktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia .....	51
Gambar 3.3. Struktur Organisasi Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Palembang .....	55
Gambar 3.4. Produk Shar-E Bank Muamalat Indonesia .....	59



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Kurang lebih sudah satu dasawarsa fenomena berkembangnya perbankan dengan prinsip syariah (Islam) merambah di Indonesia sebagai negara yang hampir sebagian besar penduduknya beragama Islam, tak terkecuali Palembang sebagai ibu kota daerah Sumatera Selatan, yang jumlah penduduk muslimnya sekitar 93%. Hal ini menjadi peluang pasar yang potensial bagi bank-bank syariah.

Diawal kemunculannya, tidak begitu banyak masyarakat yang bergeming untuk melihat keunggulan dari produk-produk yang mereka tawarkan. Hal tersebut dikarenakan banyak masyarakat yang masih belum mengerti mengenai sistem yang ditawarkan oleh bank-bank syariah tersebut, tetapi di masa krisis moneter yang melanda bangsa ini bank-bank syariah tersebut membuktikan kehebatan mereka untuk tetap eksist dan struggle dalam kancah dunia perbankan- sementara banyak bank konvensional jatuh berguguran satu persatu.

Perkembangan perbankan syariah pasca UU No.10 Tahun 1998 sungguh sangat menggembirakan. Dua bank umum dan tujuh unit syariah yang telah beroperasi dengan lebih dari seratus outlet yang tersebar di seluruh Indonesia telah menjadikan Indonesia sebagai "The biggest and the fastest growing Islamic banking in the world" seperti yang dikutip dari majalah MODAL edisi 11/2003



Masyarakat yang tertarik dan akhirnya menjadi nasabah bank syariah terus bertambah, sehingga semakin mendukung perkembangannya.

Saat ini ada sepuluh bank syariah yang terdiri dari dua bank umum, yaitu Bank Muamalat dan Bank Syariah Mandiri, dan delapan Unit Usaha Syariah (UUS), yaitu Bank IFI, Bank Negara Indonesia, Bank Jabar, Bank Rakyat Indonesia, Bank Danamon, Bank Bukopin, Bank Internasional Indonesia dan HSBC. Bank syariah dipastikan akan bertambah empat lagi, yaitu Bank BTN, Bank Permata, Bank Niaga dan Bank Mega Syariah Indonesia (Zufikarijah, n.d).

Pengaruh keberadaan bank syariah pun banyak dilirik oleh banyak kalangan, baik ulama maupun para cendekiawan muslim. Terlebih pasca Fatwa yang dikeluarkan Majelis Ulama Indonesia (MUI) sekitar akhir tahun 2003 mengenai “Halal dan haramnya bunga bank serta bisnis berbasis syariah”.

Fatwa MUI tentang halal dan haramnya bunga bank menjadi sebuah tantangan bagi bank syariah untuk lebih menunjukkan keunggulan-keunggulan mereka. Baik bank Umum Syariah atau pun bank dengan status Unit Usaha Syariah, mereka semua berusaha untuk menjadi yang terbaik. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin banyaknya bank yang menerapkan Dual Banking System dimana bank-bank yang sudah menerapkan sistem perbankan konvensional membentuk unit-unit perbankan syariah. Bahkan kini ada beberapa bank asing yang beroperasi di Indonesia membuka kantor layanan syariah sebagai strategi bersaing dalam pasar terbuka.

Keberadaan bank-bank syariah, baik yang beroperasi secara stand-alone maupun sebagai unit-unit operasional dari bank-bank konvensional, merupakan

upaya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin beragam. Masyarakat dapat memilih dan menentukan apakah akan menggunakan jasa perbankan konvensional atau perbankan syariah. Seperti Survey yang dilakukan oleh Biro Perbankan Syariah (BPS)-Bank Indonesia bekerja sama dengan badan penelitian IPB mengenai potensi, preferensi masyarakat Sumatera Selatan terhadap perbankan syariah. Terlihat bahwa tanggapan masyarakat positif terhadap perbankan syariah.

**Tabel 1.1**  
**Perbandingan Antara Jumlah Nasabah Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional di Sum-Sel**

Tahun	Bank Syariah	Bank Konvensional
2004	19819	1598190
2005	30391	1541022
2006	50876	1337782
2007	83841	1440473
2008	108301	1583815
2009	159361	1729615

Sumber: Bank Indonesia. 2009

Dengan semakin banyaknya bank-bank yang menerapkan prinsip syariah, baik itu bank umum syariah ataupun unit usaha syariah, maka ada sebuah tantangan besar bagi mereka untuk dapat memberikan sebuah pelayanan jasa yang terbaik kepada konsumennya. Sehingga konsumen dapat memutuskan bank mana yang dipilih untuk dipercaya mengelola keuangannya. Oleh karena itu tidak terkecuali dunia perbankan, pada masa kini konsumen menjadi hal utama dan pusat perhatian dari pemasaran sebuah perusahaan. Kesuksesan akan datang pada perusahaan yang selalu mengutamakan konsumennya. Berorientasi kepada konsumen berarti setiap keputusan dan tindakan perusahaan harus diarahkan pada terciptanya kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*).

Sebagai bentuk konsekuensi, kalangan perbankan syariah dituntut untuk menunjukkan kemampuan kompetitifnya dalam melayani masyarakat sesuai manfaat dan keunggulan yang dijanjikan. Dalam sistem operasionalnya, perbankan syariah pada dasarnya memiliki *comparative advantage* yang tidak dapat tersaingi oleh sistem konvensional, yaitu digunakannya standar moral Islam dalam kegiatan usahanya, dimana azas keadilan dan kemanfaatan bagi seluruh umat mampu mendorong terciptanya sinergi yang sangat bermanfaat bagi bank dan nasabahnya. (Gubernur Bank Indonesia- Burhanuddin Abdullah, "Perbankan Syariah Masa Depan", 2003).

Bank-bank syariah harus tanggap dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya melalui pelayanan yang prima agar mampu bersaing dengan baik. Hal tersebut dikarenakan pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan suatu bank (MODAL, No.17/ II- Maret 2004).

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi nasabah atas performance produk atau jasa dalam memenuhi harapan nasabah. Nasabah akan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan nasabah terlampaui.

Selama kurang lebih dua dasawarsa ini, *Driver* (faktor pendorong) yang menyebabkan kepuasan nasabah ini banyak dibahas. Menurut Handi Irawan D., MBA. Mcom yang merupakan penggagas dari ICASA (Indonesian Customer Satisfaction Award) ada lima driver utama kepuasan nasabah. Driver pertama adalah Kualitas produk. Nasabah akan merasa puas setelah membeli dan

menggunakan produk tersebut, apabila kualitasnya baik. Driver yang kedua adalah harga. Untuk perusahaan jasa seperti perbankan, hal yang terpenting bagi nasabahnya adalah *value for money* yang tinggi untuk mereka. Driver yang ketiga yaitu service quality. Konsep service quality yang populer adalah *Serv Qual*, yang meliputi lima dimensi yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy* dan *tangible*. Driver yang keempat adalah emotional factor. Yang berusaha untuk mengedepankan emotional value yang diberikan oleh brand produk atau jasa. Driver kelima adalah berhubungan dengan biaya dan kemudahan untuk mendapat produk atau jasa tersebut.

Banyak hal yang dipersiapkan oleh bank-bank syariah untuk menjadikan mereka menjadi pilihan yang akhirnya dipercaya oleh para nasabahnya. Semakin banyak alternatif yang ada, semakin besar pula tuntutan nasabah terhadap pemberian pelayanan yang bermutu tinggi dengan pendekatan yang baik dan benar. Nasabah akan lebih suka berhubungan dengan bank yang memberikan nilai-nilai yang selama ini mereka harapkan. Dengan kata lain yang mereka harapkan sesuai dengan yang mereka dapatkan, sehingga terciptalah kepuasan nasabah sebagai konsumen (*Customer satisfaction*).

Besarnya peluang dan tingginya minat masyarakat terhadap perbankan syariah tidak hanya membuat bank-bank semakin bersemangat dan rajin menggaet nasabah, namun juga membuat mereka semakin dituntut untuk dapat meningkatkan kualitas jasa yang ditawarkan baik untuk kategori produk penghimpunan dana namun juga produk penyaluran dana (pembiayaan). Salah satu produk penghimpunan dana yang saat ini telah cukup dikenal luas oleh

masyarakat adalah tabungan Shar-E. Sebuah produk perbankan syariah yang dihadirkan untuk memberi kemudahan dalam bertransaksi dengan sistem perbankan syariah.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Nasabah Shar-E**  
**PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Palembang**  
**Per Desember 2008**

Tahun	Jumlah Nasabah
2005	2.800
2006	10.450
2007	22.500
2008	30.422
2009	38.940

Sumber: Laporan Tahunan Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang. 2009.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka perlu dilakukan penelitian mengenai sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Palembang.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Dari penjelasan yang telah penulis paparkan di atas mengenai sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang, maka penulis dapat merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut :

Sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Mumalat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Palembang?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui bagaimana sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Palembang.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, maka adapun manfaat penelitian ini yang diharapkan adalah :

#### **1.4.1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan atau tambahan informasi dalam pengembangan ilmu, khususnya yang berkaitan dengan tema penelitian yang sama dengan penelitian ini.

#### **1.4.2. Manfaat praktis**

Manfaat praktis yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan, memberikan gambaran secara keseluruhan mengenai sikap masyarakat dalam memperoleh jasa layanan Bank Muamalat Indonesia, pada nasabah Shar-E PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor cabang Palembang.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh praktisi dunia perbankan yang berkepentingan dengan pemasaran sosial.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh berbagai elemen masyarakat dalam memberdayakan jasa perbankan di Indonesia.

## 1.5. Tinjauan Pustaka

### 1.5.1. Pengertian Sikap

Sikap mulai menjadi fokus pembahasan dalam ilmu sosial semenjak awal abad 20. Secara bahasa, Oxford Advanced Learner Dictionary (Hornby, 1974) mencantumkan bahwa sikap (*attitude*), berasal dari bahasa Italia *attitudine* yaitu yaitu “*Manner of placing or holding the body, dan Way of feeling, thinking or behaving*”. Sikap adalah cara menempatkan atau membawa diri, atau cara merasakan, jalan pikiran, dan perilaku. Mencantumkan sikap sebagai *a complex mental state involving beliefs and feelings and values and dispositions to act in certain ways*. Sikap adalah kondisi mental yang kompleks yang melibatkan keyakinan dan perasaan, serta disposisi untuk bertindak dengan cara tertentu<sup>1</sup>.

Melalui sikap, kita memahami proses kesadaran yang menentukan tindakan nyata dan tindakan yang mungkin dilakukan individu dalam kehidupan sosialnya. Thomas & Znaniecki (1920) menegaskan bahwa sikap adalah predisposisi untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu, sehingga sikap bukan hanya kondisi internal psikologis yang murni dari individu (*purely psychic inner state*), tetapi sikap lebih merupakan proses kesadaran yang sifatnya individual. Artinya proses ini terjadi secara subjektif dan unik pada diri setiap individu. Keunikan ini dapat terjadi oleh adanya perbedaan individual yang berasal dari nilai-nilai dan norma yang ingin dipertahankan dan dikelola oleh Individu (Coser, dalam [www.bolender.com](http://www.bolender.com)).

---

<sup>1</sup> Rahayuningsih, Sri Utami. *Sikap*. Diambil pada tanggal 28 November 2009 dari <http://www.thefreedictionary.com/psikologiumum2-bab1sikap>



Oskamp (1991) mengemukakan bahwa sikap dipengaruhi oleh proses evaluatif yang dilakukan individu. Oleh karena itu, mempelajari sikap berarti perlu juga mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi proses evaluatif, yaitu:

a. Faktor-faktor Genetik dan fisiologik

Sebagaimana dikemukakan bahwa sikap dipelajari, namun demikian individu membawa ciri sifat tertentu yang menentukan arah perkembangan sikap ini. Di lain pihak, faktor fisiologik ini memainkan peranan penting dalam pembentukan sikap melalui kondisi-kondisi fisiologik, misalnya usia, atau sakit sehingga harus mengkonsumsi obat tertentu. Misalnya waktu masih muda, individu mempunyai sikap negatif terhadap obat-obatan, tetapi setelah menderita sakit sehingga secara rutin harus mengkonsumsi obat-obatan tertentu. Contoh lain semasa muda, individu suka music *rock & roll* yang suaranya keras, namun setelah tua lebih suka musik klasik.

b. Pengalaman Personal

Faktor lain yang sangat menentukan pembentukan sikap adalah pengalaman personal atau orang yang berkaitan dengan sikap tertentu. Pengalaman personal yang langsung dialami memberikan pengaruh yang lebih kuat daripada pengalaman yang tidak langsung. Menurut Oskamp, dua aspek yang secara khusus memberi sumbangan dalam membentuk sikap. Pertama adalah peristiwa yang memberikan kesan kuat pada individu (*salient incident*), yaitu peristiwa traumatik yang merubah secara drastis kehidupan individu, misalnya kehilangan anggota tubuh karena

kecelakaan. Kedua yaitu munculnya objek secara berulang-ulang (*repeated exposure*). Contoh yang sangat bagus untuk aspek ini adalah iklan kaset musik. Semakin sering sebuah musik diputar di berbagai media akan semakin besar kemungkinan orang akan memilih untuk membelinya. Contoh lain adalah tingginya frekuensi dua orang berjumpa dan bekerjasama, kemungkinan akan tumbuh rasa suka antara satu dengan lainnya, atau dikenal juga dengan pepatah dalam bahasa Jawa *witing tresno jalaran soko kulino*.

c. Pengaruh orang tua

Orang tua sangat besar pengaruhnya terhadap kehidupan anak-anaknya. Sikap orang tua akan dijadikan role model bagi anak-anaknya. Contoh peristiwa yang dapat digunakan untuk menjelaskan hal ini adalah orang tua pemusik, akan cenderung melahirkan anak-anak yang juga senang musik.

d. Kelompok sebaya atau kelompok masyarakat memberi pengaruh kepada individu

Ada kecenderungan bahwa seorang individu berusaha untuk sama dengan teman sekelompoknya (Ajzen menyebutnya dengan *normative belief*). Seorang anak nakal yang bersekolah dan berteman dengan anak-anak santri kemungkinan akan berubah menjadi tidak nakal lagi.

e. Media massa

Adalah media yang hadir di tengah tengah masyarakat. Berbagai riset menunjukkan bahwa foto model yang tampil di media masa membangun

sikap masyarakat bahwa tubuh langsing tinggi adalah yang terbaik bagi seorang wanita. Demikian pula halnya dengan iklan makanan yang dihadirkan di media sangat mempengaruhi perilaku makan masyarakat. Oleh karena itu, media massa banyak digunakan oleh partai politik untuk mempengaruhi masyarakat dalam pemilihan umum.

Dengan demikian, dalam konsep sikap terdapat beberapa hal penting, yaitu:

- a) Keterkaitan ide dengan emosi yang mengawali tindakan terhadap situasi sosial tertentu (Triandis, 1971, hal. 2).
- b) Predisposisi yang dipelajari untuk merespon secara konsisten dengan sesuai atau tidak sesuai terhadap objek yang ditentukan (Fishbein & Ajzen, 1975, hal. 6).
- c) Kecenderungan psikologis yang diekspresikan dengan mengevaluasi entitas tertentu dengan derajat suka atau tidak suka (Eagly & Chaiken, 1993, hal.1).

Definisi-definisi tersebut di atas menunjukkan bahwa secara garis besar sikap terdiri dari komponen kognitif (ide yang umumnya berkaitan dengan pembicaraan dan dipelajari), konatif (cenderung mempengaruhi respon sesuai dan tidak sesuai), dan afektif (menyebabkan respon-respon yang konsisten).

Dalam penelitian tentang sikap ini peneliti menggunakan salah satu teori dalam Psikologi Sosial yaitu pendekatan tri-komponen, yang memandang sikap sebagai kombinasi reaksi afektif (reaksi yang berupa tindakan dan pernyataan afeksi), konatif atau perilaku (reaksi perceptual dan pernyataan mengenai

perilaku) dan kognitif (reaksi perseptual dan pernyataan mengenai apa yang diyakini) terhadap suatu objek (Brehm dan Kassin, 1990). Dalam hal ini sikap dipandang tri-komponen, dimana sikap nasabah Shar-E mengenai jasa pelayanan Bank Muamalat Indonesia bukan hanya berupa gambaran afeksi mendukung atau tidak mendukung, tetapi juga terwujud dalam bentuk perilaku yang menunjukkan puas atau kurang mengenai jasa layanan Bank Muamalat Indonesia.

### **1.5.2. Komponen Sikap**

Menurut Mann (dalam Azwar, 2002) sikap terdiri dari 3 komponen yang saling menunjang, yaitu komponen kognitif, komponen afektif, komponen konatif.

#### **1. Komponen Kognitif**

Berisi persepsi dan stereotipe yang dimiliki individu terhadap sesuatu hal. Apabila individu memiliki persepsi yang negatif terhadap suatu objek sikap maka individu juga akan bersikap negatif terhadap objek sikap tertentu.

#### **2. Komponen Afektif**

Menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Apabila individu percaya bahwa objek sikap tersebut membawa dampak yang tidak baik, maka akan terbentuk perasaan tidak suka dalam diri individu terhadap objek sikap tertentu.

#### **3. Komponen Konatif**

Menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri individu berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya.

Keterkaitan ketiga komponen tersebut harus selaras dan konsisten agar bisa memunculkan suatu sikap tertentu. Dengan kata lain apabila dihadapkan pada suatu objek sikap yang sama maka ketiga komponen tersebut harus mempolakan arah sikap yang sama. Sebagai contoh : Sikap masyarakat dalam memperoleh jasa pelayanan bank syariah, apabila jasa pelayanan tidak baik atau tidak memuaskan masyarakat, tentunya ini akan memberikan efek negatif terhadap jasa pelayanan bagi masyarakat.

### **1.5.3. Macam-macam Sikap**

Hugo F. Reading mengatakan sikap negatif adalah sikap yang tak baik terhadap sesuatu, orang atau kelompok sedangkan sikap positif adalah sikap yang baik terhadap sesuatu orang atau kelompok. Pada dasarnya setiap sikap seseorang terhadap suatu objek mempunyai tiga komponen yang saling terkait yaitu komponen kognitif, afektif dan perilaku. Komponen kognitif merupakan keseluruhan fakta dan pengetahuan tentang objek tertentu yang dimiliki seseorang. Komponen afektif merupakan keseluruhan perasaan atau emosi yang memberikan penilaian tertentu objek yang diketahui. Komponen ketiga adalah perilaku yang merupakan reaksi atau kecenderungan untuk bertindak terhadap objek tersebut sesuai dengan penilaian (afeksi) yang diberikan.

#### 1.5.4. Ciri-ciri Sikap

Sikap merupakan factor yang ada dalam diri manusia yang dapat mendorong atau menimbulkan perilaku tertentu. Walaupun demikian sikap mempunyai segi-segi perbedaan dengan pendorong-pendorong lain yang ada dalam diri manusia. Untuk membedakan sikap dengan pendorong-pendorong yang lain, ada beberapa ciri atau sifat dari sikap tersebut. Adapun ciri-ciri sikap itu adalah :

##### a. Sikap itu tidak dibawa sejak lahir

Ini berarti bahwa manusia pada waktu dilahirkan belum membawa sikap-sikap tertentu terhadap suatu objek. Karena sikap tidak dibawa sejak individu dilahirkan. Ini berarti bahwa sikap itu terbentuk dalam perkembangan individu yang bersangkutan. Oleh karena sikap itu terbentuk atau dibentuk, maka sikap itu dapat dipelajari, dan karenanya sikap itu dapat berubah. Walaupun demikian sikap itu mempunyai kecenderungan adanya sifat yang *agak tetap*, seperti yang dikemukakan oleh Kimball Young (1957:77) sebagai berikut:

*"An attitude is essentially a form of anticipatory response, a beginning of action which is not necessarily completed. This readiness to react moreover, implies some kind of stimulating situation, either specific or general. Also, attitudes tend to have stability and persistence".*

Dari apa yang dipaparkan di atas sikap itu mempunyai kecenderungan stabil, sekalipun sikap itu dapat mengalami perubahan. Sikap itu dibentuk ataupun dipelajari dalam hubungannya dengan objek-objek tertentu. Berhubung dengan hal-hal tersebut di atas, maka akan terlihat pentingnya faktor pengalaman dalam rangka pembentukan sikap.

b. Sikap itu selalu berubungan dengan objek sikap

Oleh karena itu sikap selalu terbentuk atau dipelajari dalam hubungannya dengan objek-objek tertentu, yaitu melalui proses persepsi terhadap objek tersebut. Hubungan yang positif atau negatif antara individu dengan objek tertentu, akan menimbulkan sikap tertentu pula dari individu terhadap objek tersebut.

c. Sikap dapat tertuju pada satu objek saja, tetapi juga dapat tertuju pada sekumpulan objek-objek. Bila seseorang mempunyai sikap yang negatif pada seseorang, orang tersebut akan mempunyai kecenderungan untuk menunjukkan sikap yang negatif pula kepada kelompok dimana seseorang tersebut tergabung di dalamnya. Di sini terlihat adanya kecenderungan untuk menggeneralisasikan objek sikap.

d. Sikap itu dapat berlangsung lama atau sebentar

Kalau sesuatu sikap telah terbentuk dan telah merupakan nilai dalam kehidupan seseorang, secara relatif sikap itu akan lama bertahan pada diri orang yang bersangkutan. Sikap tersebut akan sulit berubah, dan walaupun dapat berubah akan memakan waktu yang relatif lama. Tetapi sebaliknya bila sikap itu belum begitu mendalam ada dalam diri seseorang, maka sikap tersebut secara relatif tidak bertahan lama, dan sikap tersebut akan mudah berubah.

e. Sikap itu mengandung faktor perasaan dan motivasi

Ini berarti bahwa sikap terhadap sesuatu objek tertentu akan selalu diikuti oleh perasaan tertentu yang dapat bersifat positif (yang menyenangkan) tetapi juga dapat bersifat negatif (yang tidak menyenangkan) terhadap objek tersebut. Di samping itu sikap juga mengandung motivasi, ini berarti bahwa sikap itu

mempunyai daya dorong bagi individu untuk berperilaku secara tertentu terhadap objek yang dihadapinya (Walgito,1999 , hal.131).

#### **1.5.5. Pembentukan dan Perubahan Sikap**

Pembentukan sikap tidak terjadi dengan sendirinya, tetapi senantiasa berlangsung dalam proses interaksi manusia dan berkenaan dengan objek tertentu. Dengan kata lain, terbentuknya sikap karena daya stimulus. Selain itu terbentuknya sikap juga dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, kebudayaan, keluarga, norma, media massa, orang lain yang dianggap penting, institusi atau lembaga pendidikan dan lembaga agama serta faktor emosi dalam diri individu (Azwar, 1995).

Sikap juga merupakan hasil proses belajar dan bukan dibawa sejak lahir, sehingga pembentukan sikap dan perubahannya selalu berlangsung dalam interaksi manusia dengan objek tertentu di luar dirinya. Pembentukan dan perubahan sikap dapat terjadi kearah yang positif atau negatif tergantung dari kondisi yang mempengaruhinya.

Pengetahuan yang dimiliki seseorang cenderung akan mempengaruhi sikapnya terhadap suatu masalah. demikian juga halnya dengan sikap masyarakat, kurangnya pengetahuan yang mereka miliki akan mempengaruhi sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan Bank Muamalat Indonesia.

Pengertian sikap menurut Alport G. adalah :

Keadaan saraf dan mental yang dikehendaki yaitu kesiapan mempengaruhi tanggapan individu pada semua objek dan situasi yang berhubungan dengannya.

Sedangkan Gibson dkk memberikan pengertian sikap sebagai berikut :



Kesiapsiagaan mental yang diorganisasi lewat pengalaman, mempunyai pengaruh yang tertentu kepada tanggapan seseorang terhadap orang, objek dan situasi yang berhubungan dengannya.

Dari pendapat di atas dapat dikatakan bahwa sikap adalah kesiapsiagaan saraf dan mental individu yang diorganisasikan lewat pengalaman dan yang dikehendaki, mempunyai pengaruh pada tanggapan individu terhadap orang banyak, objek dan situasi yang berhubungan dengannya. Dapat pula dikatakan bahwa sikap adalah kesiapan dan kesediaan seseorang individu untuk melakukan suatu tindakan tertentu.

Dimensi-dimensi sikap, seperti yang dikemukakan oleh M. Newcomb bahwa dimensi dari sikap dapat dilihat dari:

a. Dimensi objek yang dikenai

1. Sikap bukan dibawa orang sejak lahir, melainkan dibentuk atau dipelajari sepanjang perkembangannya.
2. Sikap itu berubah-ubah, karenanya dapat dipelajari oleh orang lain atau masyarakat atau sebaliknya.

b. Sikap inklusif dari objek

Sikap itu tidak berdiri sendiri melainkan senantiasa mengandung relasi tertentu terhadap suatu objek.

c. Sentralisasi psikologi objek dari individu

1. Objek sikap itu merupakan suatu hal tertentu, tetapi dapat merupakan kumpulan dari hal-hal tersebut.
2. Mempunyai segi motivasi dan segi peranan.

d. Sifat sosial dari objek

Sikap mempunyai arah dan tujuan.

Indikasi dari sikap menurut Pasaribu dan B.Simanjuntak, adalah:

- Perasaan
- Keyakinan
- Kecenderungan bertindak

Fishbein mengemukakan pengertian tentang sikap adalah “dimensi evaluatif konsep”. Sedangkan Osgood mengatakan bahwa “sikap adalah merupakan arti evaluatif yang dimiliki oleh objek atau konsep bagi seorang individu atau kelompok”. Dari kedua pendapat di atas maka dapat dikatakan bahwa sikap merupakan proses pemberian nilai oleh individu terhadap suatu objek atau konsep. Nilai yang diberikan tersebut dapat berupa penilaian yang baik ataupun yang buruk, positif atau negatif.

#### **1.5.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu**

Penelitian tentang Tingkat kepuasan pelaku usaha atas pelayanan pembuatan surat izin tempat usaha (SITU) Tahun 2006 studi penelitian pada perusahaan perorangan CV, PT dan Koperasi di Kecamatan Sako Palembang oleh mahasiswa Administrasi Negara Fisip Unsri Octari Sisilia 07033101040 tahun 2008, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelaku usaha di Kecamatan Sako Palembang atas pelayanan pembuatan Surat Ijin Tempat Usaha tahun 2006 adalah sedang/ biasa-biasa. Temuan penelitian ini dari keenam indikator pelayanan dirasakan cukup puas bagi pelaku usaha meliputi biaya pelayanan yang terjangkau, produk pelayanan yang memberikan rasa aman, saranan dan prasarana yang cukup lengkap, serta kompetensi petugas yang cukup



baik dan memadai. Sedangkan dua indikator lainnya dirasakan kurang puas bagi pelaku usaha antara lain prosedur pelayanan yang berbelit-belit dan waktu pelayanan yang cukup lama.

Penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa Administrasi Negara Unsri Isti Fardina 07053101093 tahun 2009, tentang Persepsi pelanggan gas rumah tangga atas pelayanan PT Perusahaan Gas Negara Terbuka (PT PGN TBK) di Kecamatan Sukarami, berdasarkan analisis yang menggunakan skor bobot dapat disimpulkan persepsi pelanggan atas pelayanan PT PGN Tbk di Kecamatan Sukarami adalah kurang baik. Hal ini berdasarkan empat dimensi yaitu penyesuaian pelayanan, bukti pelayanan, kesan dan harga. Hasil penelitian dari keempat dimensi tersebut ternyata hanya dimensi lainnya yaitu bukti pelayanan, kesan dan harga dipersepsikan pelanggan kurang baik.

Penelitian tentang Pengaruh pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan angkutan kereta api kelas ekonomi jurusan Kertapati-Lubuk linggau pada PT. Kereta Api Divre III Sumatera Selatan oleh mahasiswa Administrasi Negara Suhardani 07003101034 tahun 2004, hasil dari penelitian ini didapatkan untuk hubungan antara pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan ditemukan hubungan yang sangat tinggi sebesar 0,830 dan hubungannya signifikan. Hal ini diartikan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang akan dirasakan oleh pelanggan begitu pula apabila tingkat pelayanan yang diberikan menurun maka akan mengakibatkan penurunan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Berdasarkan hasil analisis itu pula lah dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis yang menyatakan ada

hubungan antara pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan adalah benar dan dapat diterima.

## **1.6. Metode Penelitian**

### **1.6.1. Sifat dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif, yaitu bertujuan untuk menggambarkan keadaan status fenomena dimana yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat dipisah-pisahkan menurut kategorinya untuk memperoleh kesimpulan (Arikunto, 1997:254). Penelitian ini akan menggambarkan sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang.

Penelitian yang bersifat deskriptif ini menggunakan metode penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Penelitian studi kasus yang dimaksud adalah merupakan pendekatan dalam penelitian yang penelaahannya kepada satu kasus yang dilakukan secara intensif, mendalam, mendetail dan komprehensif. Pada tipe penelitian ini, seseorang atau kelompok yang diteliti, permasalahannya ditelaah secara komprehensif, mendetail dan mendalam; berbagai variable ditelaah dan ditelusuri, termasuk juga kemungkinan hubungan antar variable yang ada. Penelitian studi kasus bisa jadi melahirkan pernyataan-pernyataan yang bersifat eksplanasi. Akan tetapi “eksplanasi” yang demikian itu tidak dapat diangkat sebagai suatu generalisasi (Faisal, 1999:22), dan menurut Bogdan dan Taylor, penelitian kualitatif didefinisikan sebagai prosedur penelitian yang

menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata lisan maupun tulisan dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2005:4).

### 1.6.2. Definisi Konsep

#### 1. Sikap

Pada saat seseorang berada dalam situasi sosial dimana ia terlihat dalam interaksi sosial, selalu saja ada mekanisme mental yang mengevaluasi, membentuk pandangan, mewarnai perasaan dan ikut menentukan kecenderungan perilakunya terhadap manusia lain, diri sendiri dan terhadap sesuatu yang sedang dihadapi. Itulah sikap yang kemunculannya tidak hanya ditentukan oleh pengalaman-pengalaman masa lalu, situasi saat ini dan harapan-harapan seseorang terhadap masa mendatang (Azwar, S. 1995. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya* (Edisi Kedua) Cetakan Pertama. Jogjakarta: Pustaka Pelajar).

#### 2. Nasabah

Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank. (<http://www.pusatbahasa.diknas.go.id/kbbi/indeks.thp>) dalam hal ini adalah nasabah produk Shar-E PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang.

#### 3. Jasa

Jasa adalah perbuatan yang memberikan segala sesuatu yang diperlukan orang lain; layanan; servis.

(<http://www.bahasa.diknas.go.id/kbbi/indeks.thp>). Merupakan sesuatu hal yang *intangible* (tidak berwujud) atau dapat pula dikatakan jasa adalah

bersifat abstrak. Dalam hal ini adalah jasa yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia melalui produk Shar-E kepada nasabah produk Shar-E tersebut.

#### 4. Layanan

Layanan adalah perihal atau cara melayani. Usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang); jasa.

(<http://www.pusatbahasa.diknas.go.id/kbbi/indeks.thp>). Merupakan bentuk pemberian yang diberikan oleh produsen baik terhadap pelayanan barang yang diproduksi maupun terhadap jasa yang ditawarkan guna memperoleh minat konsumen, dalam hal ini adalah pelayanan yang diberikan Bank Muamalat Indonesia melalui produk Shar-Enya kepada nasabah produk Shar-E tersebut.

#### 1.6.3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Palembang yang beralamat di Jl. Letkol Iskandar Komplek Ilir Barat Permai Blok D2 No. 64-65 Palembang. Telp. 0711-375666, Fax. 0711-362444.

Peneliti memilih lokasi penelitian ini dengan beberapa pertimbangan, sebagai berikut :

1. Merupakan cabang induk Bank Muamalat Indonesia di Palembang.
2. Berada di pusat kota, sehingga mudah dijangkau, relatif lebih banyak nasabah (beragam dan variatif).

#### 1.6.4. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah nasabah Shar-E PT. Bank Muamalat Indonesia,Tbk Kantor Cabang Palembang. Informan ialah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2006:132). Penentuan informan dalam penelitian ini digunakan dengan cara *purposive* atau ditetapkan secara sengaja oleh peneliti dengan dilatarbelakangi oleh keinginan peneliti untuk memperoleh informasi sesuai dengan yang diinginkan. Penelitian ini melibatkan informan, karakteristik informan yang diteliti adalah :

a. Jenis kelamin

1. Laki-laki
2. Perempuan

b. Umur

1. 18 - 25 tahun
2. 26 - 33 tahun
3. 34 - 41 tahun
4. 42 tahun keatas

c. Lama menjadi nasabah Shar-E PT. Bank Muamalat Indonesia,Tbk Kantor Cabang Palembang.

1. Kurang dari 6 bulan
2. 6 -12 bulan
3. 13 -18 bulan
4. Lebih dari 18 bulan

**Tabel 1.3**  
**Daftar Informan**

NO.	Nama	Jenis Kelamin	umur	Lama Menjadi Nasabah Shar-E
1.	FP	P	20 tahun	Kurang dari 6 bulan
2.	NS	P	23 tahun	Lebih dari 18 bulan
3.	NR	L	24 tahun	Kurang dari 6 bulan
4.	FN	P	26 tahun	13-18 bulan
5.	DH	P	29 tahun	Lebih dari 18 bulan
6.	MR	L	29 tahun	6-12 bulan
7.	IS	L	30 tahun	Lebih dari 18 bulan
8.	HA	L	37 tahun	Lebih dari 18 bulan
9.	AN	P	39 tahun	Lebih dari 18 bulan
10.	SD	L	43 tahun	13-18 bulan
11.	RP	L	45 tahun	6-12 bulan

*Sumber : Data Primer Juni 2010*

#### 1.6.5. Unit Analisis

Dalam penelitian ini unit analisis adalah individu yang manjadi nasabah produk Shar-E PT. Bank Muamalat Indonesia,Tbk Kantor Cabang Palembang.

#### 1.6.6. Data dan Sumber Data

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif menurut Lofland dan Lofland (1984:47) adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti data dari jurnal-jurnal peneliti, Koran, majalah dan dokumen (Moleong, 2004:157) Beberapa jenis data yang diambil dari penelitian ini adalah:

1. Data Primer, yaitu sumber data utama yang berupa hasil pembicaraan dan tindakan serta beberapa keterangan dari informan. Sumber data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam dengan subyek penelitian. Data primer yang dicari menyangkut sikap nasabah dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia,Tbk Kantor Cabang Palembang.



2. Data Sekunder, yaitu sumber data yang diperoleh dari sumber yang sifatnya secara tidak langsung mampu melengkapi data primer. Sumber data sekunder didapat melalui buku-buku, laporan penelitian, jurnal ilmiah, surat kabar, majalah, artikel-artikel di internet dan kajian-kajian pustaka yang relevan dengan permasalahan.

### **1.6.7. Teknik Pengumpulan Data**

#### **1.6.7.1. Wawancara Mendalam (in-depth interview)**

Wawancara mendalam merupakan suatu cara pengumpulan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang pertanyaan yang akan diteliti.

Wawancara mendalam dalam penelitian ini adalah berupa pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh peneliti (*guide interview*) tujuannya agar memudahkan peneliti dalam proses penggalian informasi dan juga agar wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai data primer. Wawancara yang dilakukan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT.Bank Muamalat Indonesia,Tbk Kantor Cabang Palembang.

#### **1.6.7.2. Pengamatan secara langsung atau observasi**

Observasi secara luas dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk melakukan pengukuran dan secara sempit dapat diartikan sebagai pengamatan dengan menggunakan indera penglihatan (mata) yang berarti si peneliti akan melihat sendiri berbagai pengalaman yang tidak bias terucapkan. Pengamatan ini didasarkan atas pengamatan secara langsung, jika suatu data yang diperoleh

2. Data Sekunder, yaitu sumber data yang diperoleh dari sumber yang sifatnya secara tidak langsung mampu melengkapi data primer. Sumber data sekunder didapat melalui buku-buku, laporan penelitian, jurnal ilmiah, surat kabar, majalah, artikel-artikel di internet dan kajian-kajian pustaka yang relevan dengan permasalahan.

### **1.6.7. Teknik Pengumpulan Data**

#### **1.6.7.1. Wawancara Mendalam (in-depth interview)**

Wawancara mendalam merupakan suatu cara pengumpulan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang pertanyaan yang akan diteliti.

Wawancara mendalam dalam penelitian ini adalah berupa pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh peneliti (*guide interview*) tujuannya agar memudahkan peneliti dalam proses penggalian informasi dan juga agar wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai data primer. Wawancara yang dilakukan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT.Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang.

#### **1.6.7.2. Pengamatan secara langsung atau observasi**

Observasi secara luas dapat diartikan sebagai suatu kegiatan untuk melakukan pengukuran dan secara sempit dapat diartikan sebagai pengamatan dengan menggunakan indera penglihatan (mata) yang berarti si peneliti akan melihat sendiri berbagai pengalaman yang tidak bias terucapkan. Pengamatan ini dedasarkan atas pengamatan secara langsung, jika suatu data yang diperoleh

kurang meyakinkan, biasanya peneliti akan menanyakan kepada subjek, tetapi karena ia hendak memperoleh keyakinan tentang data tersebut, jalan yang ditempuhnya adalah mengamati sendiri.

Dalam observasi yang dilakukan ada beberapa hal yang diamati, antara lain bagaimana sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang. Kemudian memilih informan dan untuk selanjutnya mengamati dengan lebih dekat setiap aktivitas dan interaksi yang dilakukan informan selama berada di lokasi penelitian.

### **1.6.7.3. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data atau informasi berdasarkan dokumen-dokumen yang telah ada, sebagian data penunjang penelitian. Dalam penelitian ini, dokumentasi yang dimaksud adalah data keanggotaan sebagai nasabah Shar-E PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang.

### **1.6.8. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Data kualitatif dapat dianalisis melalui tahapan sebagai berikut (Sitorus, 1994: 101-102).

1. Proses awal dimulai dengan menelaah data yang telah tersedia dari berbagai sumber yaitu pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti subjek penelitian. Data yang diperoleh ditelaah secara benar dan data yang diambil yaitu data yang benar-benar cocok dengan

permasalahan penelitian mengenai sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang, dan studi pustaka yaitu data yang diambil dan ditelaah adalah data yang mendukung penelitian. Pada tahap ini, peneliti memusatkan perhatian pada data lapangan karena data lapangan merupakan sumber data utama dari pokok penelitian ini.

2. Kemudian penyajian (display) data yaitu pada tahap ini data diolah dengan menyusun atau menyajikan dalam matrik-matrik atau teks naratif yang sesuai dengan keadaan data yang telah direduksi, yang akan memudahkan pengrekonstruksian data dan juga memudahkan mengetahui cakupan data yang terkumpul. Data yang ada mengenai sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang ini akan disajikan dalam bentuk cerita. Peneliti akan menjabarkan mengenai bagaimana sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Palembang, kemudian data tersebut diringkas dan disajikan dalam bentuk kalimat yang dapat dimengerti oleh semua pihak. Langkah ini dilakukan agar variasi-variasi yang telah ditemukan dalam penelitian ini akan tetap dalam konteks fokus penelitian dan tidak meluas di luar tema. Data yang telah diambil dari hasil pengamatan lapangan serta hasil wawancara dengan informan dan telah diolah melalui proses reduksi, penyusunan, diseleksi dan dikategorisasikan dalam bentuk matriks-matriks kemudian akan disajikan dalam bentuk cerita atau mendeskripsikan.

3. Penarikan kesimpulan adalah dengan member kesimpulan dari data yang telah direduksi. Data yang telah diproses pada tahap1 dan 2 di atas secara umum dapat ditarik suatu kesimpulan guna mendapatkan intisari dari data mengenai sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan PT. Bank Muamalat Indonesia,Tbk Kantor Cabang Palembang. Setiap data yang ada di cek kembali dan dibandingkan dari data lapangan (observasi dan wawancara) dengan data yang ada dalam studi pustaka. Hal ini dilakukan peneliti untuk mengetahui apakah antara data lapangan dan data studi pustaka memiliki kesamaan atau memiliki peredaan. Jika mengalami perbedaan, maka peneliti akan menggunakan data lapangan yang ada. Alasan penelitian mengambil data yang berasal dari lapangan karena data lapangan dalam penelitian ini merupakan sumber data utama yang digunakan oleh peneliti.

### 1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika dari penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- BAB I** : **PENDAHULUAN**, yang membahas tentang latar belakang, rumusan, tujuan, manfaat, tinjauan pustaka, metode penelitian dan terakhir sistematika penulisan.
- BAB II** : **KERANGKA PEMIKIRAN**, mengulas tentang teori-teori yang berhubungan dengan judul serta permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

**BAB III : GAMBARAN LOKASI PENELITIAN**, yaitu mengulas tentang gambaran umum perusahaan dan deskripsi tentang produk yang menjadi objek penelitian.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**, menguraikan tentang temuan-temuan di lapangan serta analisis sosiologi tentang sikap nasabah Shar-E dalam memperoleh jasa layanan Bank Muamalat Indonesia.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**, berisi poin-poin kesimpulan dan saran dari pembahasan bab sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. Syafi'i. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Penerbit Gema Insani.
- Arikunto, Suhaini. 1995. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Penerbit Rhineka Cipta.
- Azwar, S. 1995. *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya* (Edisi Kedua) Cetakan Pertama. Jogjakarta: Pustaka Pelajar
- Damsar. 1997. *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta : Rajawali Press.
- Engel, Minard dan Black Well. 1994. *Perilaku Konsumen*. jilid I Edisi keenam, Jakarta: Bina pura Aksara.
- Fishbein, M dan I. Ajzen. 1975. *Belief, Attitude, Intention And Behavior*. California: Addison-Wesley Publishing Company.
- Gunara, Thoriq dan Utus Sudibyo. 2006. *Marketing Muhammad*. Bandung : Takbir Publishing house.
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. 2006. *Syariah Marketing*. Bandung: Penerbit Mizan.
- Lyhe, John F. 1996. *Cara Jitu Memuaskan Pelanggan*, Jakarta: Abdi tandur.
- Marzuki. 2002. *Metodologi Riset*. Yogyakarta : BPFU-UI.
- Myers, D.G. 1983. *Social Psycolog*. International Student Edition. Tokyo: McGraw-Hill International Book Company.
- Nasution, Mulia. 1998. *Ekonomi Moneter, Uang Dan Bank*. Jakarta: Djambatan.
- Samarwan, Ujang. 2002. *Prilaku Konsumen*. Jakarta : Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sanafiah Faisal. 1992. *Format-Format Penelitian Sosial, Dasar-Dasar Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta : Andy Offset
- \_\_\_\_\_. 2001. *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua*. Jakarta : Andy Offset
- Umar, Husein, 2000. *Riset Pamasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Gramedia pustaka utama.

- Woodworth, R.S. 1951. *Eksperimental Psychology*. London: Metheun & Co.Ltd.
- Woodworth, RS dan D.G. Marquis. 1957. *Psychology*. New York: Henry Holt & Company.
- Woodworth, RS dan H. Schlosberg. 1971. *Eksperimental Psychology*. New Delhi. Oxford & IBH Publishing Co.

#### **Sumber dari Skripsi**

- Isti, Fardina. 2009. *Persepsi Pelanggan Gas Rumah Tangga Atas Pelayanan PT. Perusahaan Gas Negara Terbuka (PT. PGN TBK) di Kecamatan Sukarami*. Administrasi Negara Universitas Sriwijaya.
- Octari, Sisilia. 2008. *Tingkat Kepuasan Pelaku Usaha Atas Pelayanan Pembuatan Surat Izin Tempat Usaha (SITU) Tahun 2006 Studi Penelitian Pada Perusahaan Perorangan CV, PT Dan Koperasi Di Kecamatan Sako Palembang*. Administrasi Negara Universitas Sriwijaya.
- Suhardani. 2004. *Pengaruh Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Angkutan Kereta Api Kelas Ekonomi Jurusan Kertapati-Lubuk Linggau Pada PT. Kereta Api Divre III*. Administrasi Negara Universitas Sriwijaya.

#### **Sumber Lainnya**

- Abdullah, Burhanuddin. 2004. *Kunci Penting Untuk Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Suatu Bank*. MODAL, No.17/ II- Maret 2004.
- Badruddin. *Bank Syariah dan Bank Konvensional*. Diambil pada tanggal 28 November 2009 dari [http : //digilib@umm.ac.id](http://digilib@umm.ac.id)
- Rahayuningsih, Sri Utami. *Sikap*. Diambil pada tanggal 28 November 2009 dari [http : //www.thefreedictionary.com/psikologiumum2-bab1sikap](http://www.thefreedictionary.com/psikologiumum2-bab1sikap)
- [www.muamalatbank.com](http://www.muamalatbank.com). Diambil pada November 2009
- [www.bahasa.diknas.go.id/kbbi/indeks.thp](http://www.bahasa.diknas.go.id/kbbi/indeks.thp). Diambil tanggal 1 Juli 2010
- Zulfikarijah, Fien. *Strategi Pemasaran Perbankan Syariah di Indonesia*. Diambil pada tanggal 28 November 2009 dari [http : //digilib@umm.ac.id](http://digilib@umm.ac.id)